



## Obchodné praktiky a zákaz nekalých obchodných praktík

Zákon o ochrane spotrebiteľa pomenúva všetky formy správania podnikateľa vo vzťahu k spotrebiteľom pojmom obchodná praktika. Akákoľvek interakcia predávajúceho, či už pred uzatvorením spotrebiteľskej zmluvy až po dodanie produktu (výrobku, služby) spotrebiteľovi je z pohľadu zákona obchodnou praktikou podnikateľa voči spotrebiteľovi.

Obchodnou praktikou je napr. leták hodený do schránky, slová a ich význam operátorky počas volania spotrebiteľa na call-centrum, ale rovnako ňou môže byť aj organizácia a zariadenie predajne, letáky, cenovky s preškrtnutými cenami a s uvedením percentuálnej zľavy, akcie, darčeky k nákupu, množstevné zľavy...

Nie každé správanie je samozrejme zakázané. Zakázané sú iba tie, o ktorých hovorí zákon – nekalé obchodné praktiky.

Obchodná praktika sa považuje za nekalú ak

- je v rozpore s požiadavkou odbornej starostlivosti, a zároveň
- podstatne narušuje ekonomické správanie spotrebiteľa (tzn. keby spotrebiteľ nebol ovplyvnený nekalou praktikou, kúpu by neurobil).

Odbornou starostlivosťou sa rozumie konanie predávajúceho, ktoré je v súlade s čestnou a poctivou obchodnou praxou. Zjednodušene sa dá povedať, že je to konanie predávajúceho, ktoré od neho možno očakávať ako od poctivého a obozretného obchodníka. Neponúka spotrebiteľovi produkt, o ktorom vie, že je spotrebiteľa nevýhodný, nevhodný a pod., poskytuje spotrebiteľovi všetky relevantné informácie, ktoré spotrebiteľ potrebuje pre svoje rozhodnutie, neklame o žiadnych skutočnostiach. Rovnako však možno spomenúť rôzne ďalšie formy nedovoleného správania, napr. otravovanie spotrebiteľa telefonátmi, až kým nekúpi tovar, odobratie dokladov spotrebiteľa počas predajnej akcie (šmejdi) a ich vrátenie až po tom, čo si spotrebiteľ kúpi výrobok a pod.

Podstatným narušením ekonomického správania spotrebiteľa je už stav, kedy spotrebiteľ urobí nákupné rozhodnutie, ktoré je pre neho nevýhodné, a to z dôvodu, že predávajúci sa nesprával čestne a poctivo, napr. uviedol nesprávne informácie o produkte. Pritom je pravdepodobné, že spotrebiteľ by sa inak rozhodol, ak by na neho nepoctivé konanie predávajúceho nepôsobilo.

Nekalé obchodné praktiky možno rozdeliť na:

- klamlivé (obsahujú nesprávne informácie a sú preto nepravdivé, alebo uvádzajú spotrebiteľa do omylu, alebo opomínajú podstatné informácie),
- agresívne (používa sa pri nich obťažovanie, nátlak vrátane použitia fyzickej sily alebo neprimeraný vplyv).

Zoznam praktík, ktoré sa vždy považujú za nekalé možno nájsť v zákone o ochrane spotrebiteľa (zákon č. 250/2007 Z. z.). Nekalé obchodné praktiky sú zakázané.

Európska komisia sa tiež snaží bojovať proti falšovaniu tovarov. Falzifikáty alebo „fejky“ neférovou konkuruju jedinečným produktom, čím ohrozujú viaceré zamestnania v Európe. Falšovatelia pôsobia na trhu s liekmi, módnym tovarom, potravinami, automobilovými súčiastkami, elektrickými spotrebičmi, kozmetikou, s hračkami pre deti a ďalšími druhmi tovarov (napr. falošné cigarety, kabelky, hodinky, falošné značkové oblečenie a pod. ).