**Dotazník pre maloobchod**

**Internetový predaj/E-commerce**

**Sektorová správa**

# Pokyny k vyplňovaniu dotazníka

* Tento dotazník je určený pre maloobchodníkov. Ak pôsobíte ako veľkoobchodník aj ako maloobchodník, prosím, vyplňte tento dotazník iba za časť aktivít týkajúcich sa maloobchodu.
* Dotazník pozostáva z dvoch súvisiacich častí - **súboru Word** a **súboru Excel**. Je potrebné vyplniť obidva tieto súbory. Súbor Word obsahuje znenie všetkých otázok. Niektoré otázky obsahujú **predvolené polia**, ktoré sú určené **na vpisovanie Vašich odpovedí v súbore Word**. Na zodpovedanie otázok bez predvolených polí je určený **súbor Excel**, ktorý **obsahuje hárky s predvolenými tabuľkami**. Pre ľahšiu identifikáciu a orientáciu v súbore Excel je jeho súčasťou zoznam všetkých hárkov.
* Pri peňažných čiastkach, prosím, nezahŕňajte symbol meny (EUR/€). Pri číselných údajoch nevkladajte medzi číslice medzery ani znaky (napr. pri oddelení tisícov). Prosím, nekombinujte čísla a slová v jednom poli.
* V prípade, že sa rozhodnete vyplniť a zaslať úradu dotazník, úrad na požiadanie chráni identitu poskytovateľov informácií, v dôsledku ktorých by sa títo mohli ocitnúť pod ekonomickým, resp. obchodným tlakom zo strany ich obchodných partnerov. V prípade pochybností alebo akýchkoľvek ďalších otázok v tejto veci nás, prosím, kontaktujte na nižšie uvedených e-mailových adresách/telefónnych číslach.
* V prípade nejasností ohľadom dotazníka, resp. jednotlivých otázok nás kontaktujte na:
	+ ecommerce@antimon.gov.sk
	+ Mgr. Emil Vojtko, riaditeľ odboru zneužívania dominantného postavenia a vertikálnych dohôd, +421/2/48 29 73 55

# Výklad pojmov

Pojmy v tomto dotazníku označené **tučným/bold** písmom majú nasledujúci význam:

„**produktové kategórie**“ v zmysle tohto dotazníka znamenajú výrobky začlenené do týchto kategórií:

1. „**biela technika**“ – na účely tohto prieskumu sa tým myslia bežné spotrebiče pre domácnosť ako napr. práčky, chladničky, umývačky riadu a pod.;
2. „**čierna technika**“ – na účely tohto prieskumu sa tým myslí spotrebná elektronika ako napr. TV, prehrávače médií a pod.;
3. „**mobilné zariadenia**“ – na účely tohto prieskumu sa tým myslia zariadenia, ako sú mobily, tablety a pod.;
4. „**preprava detí**“ – na účely tohto prieskumu sa tým myslia iba detské kočíky a detské autosedačky;
5. „**šport** a **outdoor**“ – na účely tohto prieskumu sa tým myslí len šport a outdoor oblečenie a šport a outdoor obuv, bez športového a outdoorového vybavenia;
6. „**dom** a **záhrada**“ - na účely tohto prieskumu sa tým myslí náradie pre dom ako napr. vŕtačky, elektrické skrutkovače, ako aj náradie a nástroje pre záhradu ako napr. kosačky, krovinorezy, píly a pod.

„**on-line**" znamená, že výrobky v **produktových kategóriách** sú dostupné spotrebiteľom/koncovým zákazníkom cez internet, mobilné aplikácie a pod.

„**off-line**" zahŕňa formy predaja v jednotlivých **produktových kategóriách**, ktoré nespĺňajú definíciu „**on-line**" distribúcie, ide najmä o predaj v kamenných prevádzkach.

„**dodávateľ**" sa rozumie osoba, s ktorou máte priamy zmluvný vzťah na získanie výrobkov v jednotlivých **produktových kategóriách**. V závislosti od okolností, **dodávateľom** by mohol napr. byť výrobca, veľkoobchodník, importér.

„**technické opatrenia**" sa vzťahujú na všetky opatrenia, vďaka ktorým je technicky ťažké alebo nemožné pre spotrebiteľa nachádzajúceho sa alebo majúceho bydlisko/sídlo v určitom členskom štáte získať výrobky v **produktových kategóriách** v inom členskom štáte. Takéto opatrenia by mohli zahŕňať, napr. s použitím údajov IP adries zablokovanie prístupu k špecifickým výrobkom v **produktových kategóriách** na základe umiestnenia zákazníka; s použitím údajov IP adries zablokovanie prístupu k špecifickým výrobkom pre užívateľov služieb (napr. virtuálnej privátnej siete (VPN))[[1]](#footnote-1), ktoré dokážu maskovať polohu zákazníka; vyžadovanie použitia špecifikovaných DNS serverov[[2]](#footnote-2); prevencia prihlásenia sa na základe fakturačnej adresy kreditnej karty zákazníka; zamedzenie používania platobných metód, ktoré nekomunikujú údaje o kreditnej karte zákazníka k obchodníkovi (ako je napr. PayPal); prevencia prihlásenia sa na základe bydliska/sídla zákazníka; prevencia prihlásenia sa na základe štátnej príslušnosti zákazníka.

„**obchodné obmedzenia**“ sú priame alebo nepriame obmedzenia slúžiace k zmene správania predajcov, pričom spoločnosti sú obmedzované vo svojej schopnosti predať **on-line** alebo inzerovať **on-line**, alebo nastaviť určitú cenu, resp. iné obchodné podmienky, a to prostredníctvom varovania, vyhrážania, sankcie, oneskorenia alebo prerušenia dodávok alebo inými prostriedkami na odradenie, vrátane finančných stimulov alebo odstrašení, a to buď písomne alebo ústne.

„**selektívny** **distribučný systém**“ je systém, v ktorom sa **dodávateľ** zaväzuje predávať výrobky, či už priamo alebo nepriamo, iba predajcom vybraným na základe určených kritérií a v ktorom sa títo predajcovia zaväzujú nepredávať tieto výrobky neautorizovaným predajcom na území, ktoré **dodávateľ** vyhradil na prevádzku tohto systému.

„**marketplaces**“ sú **on-line** trhoviská, t.j. multi-stranné/multi-produktové platformy združujúce rôzne skupiny užívateľov (predávajúcich, kupujúcich a potenciálnych inzerentov), pričom uľahčujú transakcie medzi nimi. Poskytujú predajcom možnosť uviesť na trh výrobky a zároveň umožňujú kupujúcim nájsť a kúpiť tieto výrobky na trhu.

„**portály na porovnávanie cien**“ sú webové stránky/aplikácie, ktoré umožňujú zákazníkom vyhľadávať výrobky z **produktových kategórií** a porovnať ich ceny cez niekoľko obchodov a obsahujú odkazy, ktoré vedú priamo alebo nepriamo k ponúkaným výrobkom. Tieto portály zvyčajne neponúkajú priamo možnosť nákupu produktov cez webové stránky/aplikácie **portálov/nástrojov na porovnávanie cien**. **Portály/Nástroje na porovnávanie cien** umožňujú zákazníkom/spotrebiteľom rýchlo porovnávať ceny pre rovnaký výrobok v rámci veľkého množstva predajcov, čím sa zvyšuje transparentnosť cien a umožniť im nájsť najlepšiu dostupnú možnosť nákupu.

„**free-riding/parazitovanie**“ znamená, že zákazníci pred zakúpením produktu **on-line** využívajú pred-predajné služby kamenných obchodov, ako aj, že zákazníci pred zakúpením produktu **off-line** zisťujú napr. ceny dostupných produktov **on-line**, avšak následne ho kúpia v kamennom obchode, teda **off-line**.

## I. VŠEOBECNÉ INFORMÁCIE O VAŠEJ SPOLOČNOSTI

### I. 1 Aktivity spoločnosti

Popíšte, prosím, hlavné činnosti/aktivity Vašej spoločnosti na Slovensku, pričom vymenujte aktivity v rámci **produktových kategórií** vymenovaných vyššie. Zároveň uveďte, odkedy pôsobí vaša spoločnosť na Slovensku.

|  |
| --- |
|  |

### I. 2 Štruktúra skupiny

Ak je Vaša spoločnosť súčasťou skupiny spoločností, uveďte prosím, materské/dcérske/sesterské spoločnosti, ktoré sa zaoberajú výrobou, veľkoobchodom, distribúciou niektorej z uvedených **produktových kategórií** na Slovensku a v zahraničí. Zároveň túto **produktovú kategóriu** špecifikujte.

|  |
| --- |
|  |

### I. 3 Obchodný model

Uveďte, prosím, či na maloobchodnej úrovni predávate tovary „čisto **off-line**“**[[3]](#footnote-3)**, „čisto **on-line**“**[[4]](#footnote-4)**, alebo pôsobíte aj **on-line** aj **off-line**, t.j. „hybridne“[[5]](#footnote-5). Odpoveď uveďte samostatne pre každú z **produktových kategórií** menovanú v bode I. 1.

|  |
| --- |
|  |

### I. 4 Obrat

Uveďte, prosím, údaje týkajúce sa maloobchodného obratu Vašej spoločnosti bez DPH za roky 2012 - 2017 na Slovensku podľa tabuliek v Hárku I. 4 priloženého súboru Excel. Uveďte obrat samostatne pre každú **produktovú kategóriu** menovanú v bode I.1.

## II. VŠEOBECNÝ POHĽAD NA E-COMMERCE

### II. 1 Vývoj

Uveďte, prosím, ako sa vyvíjal e-commerce na Slovensku z hľadiska využívania jeho foriem **on-line** a **off-line** v priebehu posledných 5 až 10 rokov. Ak sa situácia v jednotlivých **produktových kategóriách** vyvíjala rozdielne, uveďte odpoveď samostatne za každú **produktovú kategóriu** menovanú v bode I. 1.

|  |
| --- |
|  |

### II. 2 Vzťah Slovenská republika a Česká republika

Porovnajte, prosím, vývoj v oblasti **on-line** predaja na Slovensku a v Českej republike. Kopíruje slovenský trh český z hľadiska maloobchodného **on-line** predaja, sú tieto trhy nejakým spôsobom (z historického, geografického hľadiska) aj v súčasnosti prepojené, ovplyvňujú sa? Prosím, svoju odpoveď zdôvodnite.

|  |
| --- |
|  |

### II. 3 Budúci vývoj

Uveďte, prosím, aký trend, resp. vývoj internetového predaja predpokladáte v budúcnosti. Prosím, svoju odpoveď zdôvodnite.

|  |
| --- |
|  |

### II. 4 Výhody a nevýhody on-line predaja

Uveďte a odôvodnite, prosím, výhody internetového predaja pre nasledujúce skupiny subjektov:

1. maloobchodníci/predajcovia

|  |
| --- |
|   |

1. **dodávatelia**

|  |
| --- |
|  |

1. **marketplaces**

|  |
| --- |
|  |

1. **portály na porovnávanie cien**

|  |
| --- |
|  |

1. spotrebitelia

|  |
| --- |
|  |

1. iné subjekty (prosím, identifikujte)

|  |
| --- |
|  |

Uveďte a odôvodnite nevýhody internetového predaja pre nasledujúce kategórie subjektov

1. maloobchodníci/predajcovia

|  |
| --- |
|   |

1. **dodávatelia**

|  |
| --- |
|  |

1. **marketplaces**

|  |
| --- |
|  |

1. **portály na porovnávanie cien**

|  |
| --- |
|  |

1. spotrebitelia

|  |
| --- |
|  |

1. iné subjekty (prosím, identifikujte)

|  |
| --- |
|  |

### II. 5 Porovnanie on-line a off-line predaja

Uveďte, prosím, výhody a nevýhody **on-line** predaja v porovnaní s **off-line** predajom pre maloobchodníka/predajcu (odpovedajte iba, ak ste rovnaké skutočnosti neuviedli v odpovedi na otázku II. 4), napr. z hľadiska:

zvýšenia konkurenčného tlaku;

* uľahčenia monitorovania cien konkurentov;
* objavenia nových distribučných kanálov;
* zvýšenia cenovej transparentnosti;
* zníženia cenového rozdielu medzi jednotlivými predajnými kanálmi (**on-line** vs. **off-line**);
* rozšírenia možností predaja mimo územia SR;
* možnosti oslovenia širšej skupiny zákazníkov;
* príležitosti propagovať sa v širšom rozsahu;
* možnosti ľahšie propagovať značku na trhu;
* **free-riding**;
* ochrany imidžu značky;
* iné (prosím, identifikujte).

Prosím, svoju odpoveď zdôvodnite.

|  |
| --- |
|  |

### II. 6 Hlavní konkurenti

Uveďte, prosím, svojich hlavných konkurentov pre každú **produktovú kategóriu** menovanú v bode I. 1.

|  |
| --- |
|  |

### II. 7 Parametre hospodárskej súťaže

Pre každú **produktovú kategóriu** menovanú v bode I.1, prosím, ohodnoťte parametre hospodárskej súťaže podľa tabuliek v Hárku II. 7 priloženého súboru Excel. Hodnotenie uveďte v poradí podľa dôležitosti, kde 11 znamená najdôležitejšie a 1 je najmenej dôležité kritérium.

### II. 8 Vplyv na Vašu spoločnosť

Ovplyvnil nárast **on-line** predaja Vašu spoločnosť? Ak áno, uveďte a odôvodnite, prosím, aký to malo dopad vo vzťahu k:

1. cenám

|  |
| --- |
|  |

1. nákladom na predaj

|  |
| --- |
|  |

1. pred-predajnému servisu

|  |
| --- |
|  |

1. po-predajným službám

|  |
| --- |
|  |

1. spôsobu reklamy, marketingu

|  |
| --- |
|  |

1. prezentácii maloobchodníka

|  |
| --- |
|  |

1. imidžu predávaných tovarov

|  |
| --- |
|  |

1. iné (prosím, identifikujte)

|  |
| --- |
|  |

### II. 9 Rozdiely v spotrebiteľskom správaní

Uveďte, prosím, rozdiely v spotrebiteľskom správaní pri **on-line** a **off-line** predaji. Ak pôsobíte vo viacerých **produktových kategóriách**, uveďte svoju odpoveď samostatne za každú **produktovú kategóriu**, pokiaľ medzi nimi existujú rozdiely.

|  |
| --- |
|  |

### II. 10 Nástroje prijaté dodávateľmi

Označte, prosím, symbolom „x“ nástroje prijaté **dodávateľmi** v posledných 5 - 10 rokov ako reakciu na nárast **on-line** predaja podľa tabuliek v Hárku II. 10 priloženého súboru Excel. Ak pôsobíte vo viacerých **produktových kategóriách**, uveďte samostatne pre každú **produktovú kategóriu**.

### II. 11 Nástroje prijaté maloobchodníkmi

Označte, prosím, symbolom „x“ nástroje prijaté maloobchodníkmi v posledných 5 - 10 rokov, ako reakciu na nárast **on-line** predaja podľa tabuliek v Hárku II. 11 priloženého súboru Excel. Ak pôsobíte vo viacerých **produktových kategóriách**, uveďte samostatne pre každú **produktovú kategóriu**.

Ak ste hybridný maloobchodník/predajca, prosím uveďte samostatne, aké nástroje ste prijali pre **on-line** obchod a pre **off-line** obchod. Prosím, zdôvodnite svoju odpoveď pre každý prijatý nástroj.

### II. 12 Problémy maloobchodníkov

Uveďte, prosím, s akými problémami sa stretávate pri predaji **on-line** z hľadiska:

1. legislatívy

|  |
| --- |
|  |

1. vzťahov s dodávateľmi

|  |
| --- |
|  |

1. konkurenčného boja

|  |
| --- |
|  |

1. vzťahov k zákazníkom (**free-riding**,...)

|  |
| --- |
|  |

1. iné (prosím, špecifikujte)

|  |
| --- |
|  |

### II. 13 Cenová politika on-line a off-line predaja

V prípade, že prevádzkujete **on-line** obchod aj **off-line** obchod, uveďte, prosím, údaje a informácie týkajúce sa Vašej cenovej politiky podľa tabuliek v Hárku II. 13 priloženého súboru Excel. Ak pôsobíte vo viacerých **produktových kategóriách,** vyplňte túto otázku samostatne pre každú **produktovú kategóriu**.

### II. 14 Frekvencia úpravy cien

Podľa tabuliek v Hárku II.14 priloženého súboru Excel, prosím, označte symbolom „x“, ako často upravujete ceny produktov ponúkaných vo Vašich **on-line** obchodoch. Ak pôsobíte vo viacerých **produktových kategóriách,** vyplňte túto otázku samostatne pre každú **produktovú kategóriu**.

### II. 15 Sledovanie cien

Uveďte, prosím, či sledujete, resp. nesledujete **on-line** ceny konkurencie. Svoju odpoveď odôvodnite a zároveň uveďte najbežnejší spôsob sledovania cien.

|  |
| --- |
|  |

## III. DODÁVATELIA

### III. 1 Hlavní dodávatelia

Uveďte, prosím, údaje za **on-line** a **off-line** predaj  produktov Vašich hlavných **dodávateľov** podľa tabuliek v Hárkoch III. 1a až III. 1f priloženého súboru Excel jednotlivo za každú **produktovú kategóriu** a značku produktov, a to v poradí podľa objemu maloobchodných tržieb v roku 2017.

### III. 2 Must-have produkty

Uveďte, prosím, značky produktov a typ produktov, ktoré musíte mať vo svojej ponuke, aby ste mohli úspešne pôsobiť na trhu.

|  |
| --- |
|  |

### III. 3 Výhradná distribúcia

Uveďte, prosím, či pre niektorého z Vašich **dodávateľov** identifikovaných v odpovedi III. 1 vystupujete ako výhradný distribútor. Ak áno, prosím uveďte/konkretizujte, pre ktorých.

|  |
| --- |
|  |

## IV. SELEKTÍVNY DISTRIBUČNÝ SYSTÉM

Táto časť sa venuje **selektívnemu distribučnému systému**, ak nie ste jeho súčasťou prosím, prejdite k časti V.

Ak ste aktívny vo viacerých **produktových kategóriách** vyplňte časť IV. samostatne pre každú **produktovú kategóriu**.

### IV. 1 Značky produktov

Uveďte, prosím, údaje a informácie týkajúce sa konkrétnych značiek produktov predávaných v rámci **selektívneho distribučného systému** podľatabuliek v Hárku IV. 1 priloženého súboru Excel.

### IV. 2  Odôvodnenie selektívnej distribúcie

Podľatabuliek v Hárku IV. 2 priloženého súboru Excel označte, prosím, do preddefinovaných polí symbolom „x“, čím vo všeobecnosti **dodávatelia** zdôvodňujú zavedenie/existenciu **selektívneho distribučného systému**.

### IV.3 Výhody existencie systému selektívnej distribúcie

Popíšte, prosím, vo všeobecnosti výhody existencie **selektívneho distribučného systému** pre:

1. Vašu spoločnosť

|  |
| --- |
|  |

1. Vašich zákazníkov

|  |
| --- |
|  |

### IV.4 Nevýhody existencie systému selektívnej distribúcie

Popíšte, prosím, vo všeobecnosti nevýhody existencie **selektívneho distribučného systému** pre:

1. Vašu spoločnosť

|  |
| --- |
|  |

1. Vašich zákazníkov

|  |
| --- |
|  |

## V. SPOLUPRÁCA S DODÁVATEĽMI

### V.1 Spôsob spolupráce

Popíšte, prosím, ako vo všeobecnosti prebieha spolupráca s **dodávateľmi** identifikovaných vo vašej odpovedi na otázku III. 1 (úrad tým myslí: začiatok/ukončenie obchodného vzťahu, spôsob objednávania tovaru, informovanie o výrobkoch a ich vlastnostiach, fakturačné podmienky, marketingová podpora, reklamácie, atď.), akou formou (ústne alebo písomne), a na základe akých dokumentov[[6]](#footnote-6). Ak pôsobíte vo viacerých **produktových kategóriách** svoju odpoveď uveďte samostatne pre každú **produktovú kategóriu**.

|  |
| --- |
|  |

### V.2 Dokumenty

Predložte, prosím, kópie v súčasnosti platných zmlúv, dodatkov a príloh upravujúcich obchodné vzťahy s **dodávateľmi**, identifikovaných vo Vašej odpovedi na otázku III.1, na základe ktorých prebieha obchodná spolupráca.

### V.3 Vyjednávanie

Uveďte, prosím, či je Vaša spolupráca s **dodávateľmi** bežne výsledkom negociácie/vyjednávania, alebo jedna strana obvykle prijme cenové/necenové podmienky navrhované druhou stranou, bez vyjednávania. Svoju odpoveď uveďte za každú **produktovú kategóriu**, v ktorej pôsobíte.

|  |
| --- |
|  |

## VI. OBCHODNÉ OBMEDZENIA

V prípade, ak sa rozhodnete zodpovedať otázky v tejto časti dotazníka, úrad na požiadanie chráni identitu poskytovateľov informácií, v dôsledku ktorých by sa títo mohli ocitnúť pod ekonomickým, resp. obchodným tlakom zo strany ich obchodných partnerov. V prípade pochybností alebo akýchkoľvek ďalších otázok v tejto veci nás, prosím, kontaktujte na e-mailových adresách/telefónnych číslach uvedených v úvode tohto listu.

Ak ste aktívny vo viacerých **produktových kategóriách,** vyplňte, prosím, časť VI. samostatne pre každú **produktovú kategóriu,** v ktorej ste aktívny.

### VI. 1 Obmedzenia predaja tovaru mimo územia SR

Za každého **dodávateľa** a za každú značku identifikovanú vo Vašej odpovedi na otázku III. 1 uveďte, prosím, podľa tabuliek v Hárkoch VI. 1a až VI. 1f priloženého súboru Excel údaje a informácie týkajúce sa územných obmedzení v oblasti **on-line** predaja.

#### VI. 1.1 Dokumenty a podklady

Predložte, prosím, všetky podklady a dokumenty (zmluvy, ich prílohy a dodatky, e-mailovú komunikáciu a pod.) týkajúce sa technických obmedzení uvedených vo Vašej odpovedi VI.1.

### VI. 2 Cenové obmedzenia

Za každého **dodávateľa**/za každú značku identifikovanú vo Vašej odpovedi na otázku III.1, uveďte, prosím, podľa tabuliek v Hárku VI. 2a až VI. 2f priloženého súboru Excel údaje a informácie týkajúce sa cenových obmedzení v oblasti **on-line** predaja.

#### VI. 2.1 Dokumenty a podklady

Predložte, prosím, všetky podklady a dokumenty (zmluvy, ich prílohy a dodatky, e-mailovú komunikáciu a pod.) týkajúce sa cenových obmedzení uvedených v odpovedi VI. 2.

### VI. 3 Ďalšie obmedzujúce podmienky

Za každého **dodávateľa** / za každú značku identifikovanú vo Vašej odpovedi na otázku III.1, uveďte, prosím, podľa tabuliek v Hárku VI. 3a až VI. 3f priloženého súboru Excel údaje a informácie týkajúce sa ďalších obmedzení v oblasti **on-line** predaja.

#### VI. 3.1 Dokumenty a podklady

Predložte všetky podklady a dokumenty (zmluvy, ich prílohy a dodatky, e-mailovú komunikáciu a pod.) týkajúce sa ďalších obmedzení uvedených v odpovedi VI.3.

### VI. 4 Obmedzenia pre spotrebiteľa

Pri každej zo značiek identifikovaných vo Vašej odpovedi na otázku III. 1 uveďte podľa tabuliek v Hárku VI. 4 priloženého súboru Excel informácie týkajúce sa obmedzení, ktoré konkrétny **dodávateľ** uplatňuje v oblasti záručného a pozáručného servisu pre spotrebiteľov v prípade nákupu tovaru mimo územia SR. Môže ísť napr. o neuznanie záruky, odmietnutie dodania náhradných dielov, odmietnutie vykonania servisu a pod.

## VII. MARKETPLACES (TRHOVISKÁ)

Táto časť dotazníka sa týka obchodovania Vašej spoločnostiprostredníctvom **marketplaces**, tak slovenských, ako aj zahraničných. Pokiaľ Vaše aktivity takúto spoluprácu nezahŕňajú, prosím, prejdite k časti VIII.

### VII. 1 Marketplaces – poplatky

Uveďte, prosím, podľa tabuliek v Hárku VII. 1 priloženého súboru Excel údaje a informácie týkajúce sa **marketplaces,** s ktorými Vaša spoločnosť spolupracuje, ako aj výšky a formy poplatkov, ktoré jednotlivé **marketplaces** Vašej spoločnosti za svoje služby účtujú.

### VII. 2  Podmienky a poskytované služby

##### Uveďte, prosím, podľa tabuliek v Hárku VII. 2 priloženého súboru Excel údaje a informácie týkajúce sa podmienok prístupu a služieb poskytovaných jednotlivými marketplaces identifikovanými v odpovedi VII. 1.

### VII. 3 Recenzie

##### Popíšte, prosím, význam spotrebiteľských recenzií predajcov a ich produktov uverejňovaných na stránkach marketplaces.

|  |
| --- |
|  |

### VII. 4 Vývoj

##### Uveďte, prosím, zmeny na trhu v oblasti marketplaces za posledných 5-10 rokov.

|  |
| --- |
|  |

### VII. 5 Výhody/nevýhody a problémy marketplace

##### Popíšte, prosím, z pohľadu maloobchodníka pôsobiaceho na marketplace:

#####  výhody

|  |
| --- |
|  |

##### nevýhody

|  |
| --- |
|  |

#####  problémy

|  |
| --- |
|  |

##### vyplývajúce z takejto spolupráce.

### VII. 6 Podklady upravujúce spoluprácu

Predložte, prosím, kópie podkladov a dokumentov, ktoré upravujú spoluprácu Vašej spoločnosti s jednotlivými **marketplaces** identifikovanými v odpovedi VII. 1, pričom úrad má na mysli všetky typy písomných dokumentov, ako sú zmluvy, dodatky, podpísané ponuky, listy, e-maily a prílohy k niektorým z týchto dokumentov upravujúce vzájomné obchodné vzťahy.

## VIII. NÁSTROJE/PORTÁLY NA POROVNÁVANIE CIEN

Táto časť dotazníka sa týka využívania služieb poskytovateľov/prevádzkovateľov **portálov na porovnávanie cien** Vašou spoločnosťou**.** Pokiaľ Vaše aktivity takúto spoluprácu nezahŕňajú, prosím, prejdite k časti IX.

### VIII. 1 Porovnávače cien - poplatky

Uveďte, prosím, podľa tabuliek v Hárku VIII. 1 priloženého súboru Excel údaje a informácie týkajúce sa identifikácie **portálov na porovnávanie cien,** s ktorými Vaša spoločnosť spolupracuje, ako aj výšky a formy poplatkov, ktoré jednotlivé portály Vašej spoločnosti za svoje služby účtujú.

### VIII. 2 Podmienky a poskytované služby

Uveďte, prosím, podľa tabuliek v Hárku VIII. 2 priloženého súboru Excel údaje a informácie týkajúce sa podmienok prístupu a služieb poskytovaných jednotlivými portálmi na porovnávanie cien identifikovanými v odpovedi VIII. 1.

### VIII. 3 Recenzie

##### Popíšte, prosím, význam spotrebiteľských recenzií predajcov a ich produktov uverejňovaných na stránkach jednotlivých portálov na porovnávanie cien.

|  |
| --- |
|  |

### VIII. 4 Vývoj

##### Popíšte, prosím, zmeny na trhu v oblasti portálov na porovnávanie cien za posledných 5-10 rokov.

|  |
| --- |
|  |

### VIII. 5 Výhody/nevýhody a problémy porovnávačov

##### Popíšte, prosím, z pohľadu maloobchodníka pôsobiaceho na portáloch na porovnávanie cien:

##### výhody

|  |
| --- |
|  |

##### nevýhody

|  |
| --- |
|  |

##### problémy

|  |
| --- |
|  |

##### vyplývajúce z takejto spolupráce.

### VIII. 6 Podklady upravujúce spoluprácu

Predložte, prosím, kópie podkladov a dokumentov, ktoré upravujú spoluprácu Vašej spoločnosti s jednotlivými **portálmi na porovnávanie cien** identifikovanými v odpovedi VIII.1, pričom úrad má na mysli všetky typy písomných dokumentov, ako sú zmluvy, dodatky, podpísané ponuky, listy, e-maily a prílohy k niektorým z týchto dokumentov upravujúce vzájomné obchodné vzťahy.

## IX. OSTATNÉ / ĎALŠIE DOPLNENIA

Prosím, pokiaľ uznáte za vhodné, uveďte akékoľvek ďalšie pripomienky a postrehy, na ktoré chcete úrad v súvislosti s internetovým predajom upozorniť.

# Poučenie

## X. OCHRANA OBCHODNÉHO TAJOMSTVA A DÔVERNÝCH INFORMÁCIÍ

### X. 1 Ochrana obchodného tajomstva a dôverných informácií

V zmysle § 40 ods. 4 zákona Vás upovedomujeme, že môžete označiť, ktoré informácie alebo podklady predkladané úradu považujete za predmet obchodného tajomstva v zmysle § 17 Obchodného zákonníka alebo ktoré považujete za dôverné informácie.

Podľa § 40 ods. 6 zákona úrad  môže od fyzickej osoby a právnickej osoby žiadať, aby písomne odôvodnila označenie informácií alebo podkladov ako obchodné tajomstvo alebo ako dôvernú informáciu a aby úradu predložila iné znenie informácií alebo podkladov vrátane popisu chránených informácií a podkladov, ktoré neobsahuje obchodné tajomstvo alebo dôvernú informáciu.

Podľa § 40 ods. 7 zákona ak úrad napriek odôvodneniu podľa § 40 ods. 6 zákona dospeje k záveru, že predložené informácie a podklady nenapĺňajú znaky obchodného tajomstva alebo nejde o dôvernú informáciu, oznámi to fyzickej osobe alebo právnickej osobe písomne.

Obchodné tajomstvo podľa § 17 zákona č. 513/1991 Z.z. Obchodný zákonník tvoria všetky skutočnosti obchodnej, výrobnej alebo technickej povahy súvisiace s podnikom, ktoré majú skutočnú alebo aspoň potenciálnu materiálnu alebo nemateriálnu hodnotu, nie sú v príslušných obchodných kruhoch bežne dostupné, majú byť podľa vôle podnikateľa utajené a podnikateľ zodpovedajúcim spôsobom ich utajenie zabezpečuje.

Dôvernou informáciou podľa § 40 ods. 5 zákona je informácia, ktorá nie je obchodným tajomstvom a ani informáciou chránenou podľa osobitného predpisu[[7]](#footnote-7) je dostupná iba obmedzenému okruhu osôb a v prípade jej sprístupnenia by mohlo dôjsť k vážnej ujme na právom chránených záujmoch osoby, ktorá ju poskytla, alebo inej osoby vrátane informácie predloženej žiadateľom o uplatnenie programu zhovievavosti, ak by jej poskytnutie mohlo ohroziť uplatňovanie postupu podľa § 38d zákona.

Na základe § 40 ods. 6 zákona Vás žiadame, aby ste v podkladoch a informáciách predkladaných úradu dôsledne písomne odôvodnili ich označenie ako obchodné tajomstvo alebo dôverné informácie.

Odôvodnenie obchodného tajomstva nemôže byť obmedzené iba na prepis kritérií obsiahnutých v § 17 Obchodného zákonníka. Odôvodnenie musí obsahovať popis, ako sú naplnené jednotlivé kritéria § 17 Obchodného zákonníka a najmä, akým konkrétnym spôsobom by Vám sprístupnenie alebo zverejnenie danej informácie spôsobilo ujmu, resp. škodu.

### X. 2 Vyhotovenie nedôvernej verzie z dokumentu obsahujúceho obchodné tajomstvo alebo dôvernú informáciu

Na základe § 40 ods. 6 zákona Vás žiadame, aby ste informácie a podklady, ktoré obsahujú obchodné tajomstvo alebo dôverné informácie predložili aj v znení, vrátane opisu chránených – vymazaných informácií a podkladov, ktoré neobsahuje obchodné tajomstvo alebo dôvernú informáciu (nedôverná verzia predložených informácií a podkladov).

V nedôvernej verzii odstráňte/vymažte časti, ktoré považujete za obchodné tajomstvo alebo dôvernú informáciu a namiesto vymazaného textu uveďte nasledovný text: [obchodné tajomstvo] alebo [dôverná informácia]. Kvôli lepšiemu pochopeniu nedôvernej verzie vložte do zátvorky aj stručný opis vymazaných informácií, napr. [obchodné tajomstvo: metódy ohodnotenia nákladov] alebo [dôverná informácia: meno zamestnanca]. V prípade, že sa v predkladaných informáciách a podkladoch nachádza obchodné tajomstvo alebo dôverná informácia viacerých subjektov za zátvorku uveďte názov subjektu o koho obchodné tajomstvo alebo dôvernú verziu ide.

Vyjadrenie alebo Vami predložený dokument by, pokiaľ je to možné, nemal obsahovať prázdne strany, ale mali by v ňom zostať zachované aspoň nadpisy dokumentov, alebo jeho častí, tabuľky s odstráneným obchodným tajomstvom a dôvernými informáciami so zachovaním napr. nadpisov stĺpcov v tabuľkách a obrázkoch (grafoch), ak sú súčasťou dokumentov.

### X. 3 Ochrana poskytnutých informácií a podkladov úradom

Podľa § 40 ods. 2 zákona je úrad povinný urobiť opatrenie, aby sa pri nazeraní do spisov nesprístupnila dôverná informácia, utajovaná skutočnosť, bankové tajomstvo, daňové tajomstvo, obchodné tajomstvo, telekomunikačné tajomstvo, poštové tajomstvo alebo neporušila zákonom uložená alebo uznaná povinnosť mlčanlivosti.

Podľa § 41 ods. 1 zákona informácie a podklady získané úradom môže úrad použiť iba na plnenie úloh podľa zákona alebo osobitného predpisu.[[8]](#footnote-8)

Podľa § 41 ods. 2 zákona zamestnanec úradu a člen rady úradu sú povinní zachovávať mlčanlivosť o skutočnostiach, o ktorých sa dozvedeli v súvislosti s plnením úloh úradu podľa § 22 zákona, okrem výnimiek uvedených v § 41 ods. 3 zákona, ktorý obsahuje výpočet orgánov oprávnených oboznamovať sa s takýmito informáciami a podkladmi. Povinnosť zachovávať mlčanlivosť trvá aj po skončení pracovnoprávneho vzťahu alebo obdobného vzťahu, alebo po zániku funkcie člena rady.

1. **VPN** (anglicky: **V**irtual **P**rivate **N**etwork) je počítačová sieť na prepojenie počítačov na rôznych miestach internetu do jednej virtuálnej počítačovej siete. Aj keď počítače môžu byť vo fyzicky nezávislých sieťach na rôznych miestach sveta, prostredníctvom virtuálnej privátnej siete medzi sebou môžu komunikovať, ako keby boli na jednom sieťovom segmente. [↑](#footnote-ref-1)
2. **DNS**(anglicky: **D**omain **N**ame **S**ystem) je systém, ktorý ukladá prístup k informácii o názve stroja (hostname) a názve domény v istej distribuovanej databáze v počítačových sieťach ako internet. Najdôležitejšie je, že poskytuje mechanizmus získania IP adresy. [↑](#footnote-ref-2)
3. Na účely tohto dotazníka sú „čistí **off-line**“ hráči **maloobchodníkmi**, ktorí predávajú tovar iba v „kamenných obchodoch. [↑](#footnote-ref-3)
4. Na účely tohto dotazníka sú „čistí **on-line**“ hráči **maloobchodníkmi**, ktorí predávajú tovar iba prostredníctvom svojich vlastných webových stránok a/alebo prostredníctvom webových stránok tretích strán (napr. **marketplaces**). [↑](#footnote-ref-4)
5. „Hybridní“ **maloobchodníci** predávajú tovar **on-line** aj **off-line**. [↑](#footnote-ref-5)
6. Úrad má namysli všetky typy písomných dokumentov, ako sú zmluvy, dodatky, podpísané ponuky, listy, e-maily a prílohy k niektorým z týchto dokumentov upravujúcimi obchodné vzťahy s **dodávateľmi**, identifikovaných vo Vašej odpovedi na otázku III.1 [↑](#footnote-ref-6)
7. Napríklad zákon č. 483/2001 Z. z. o bankách a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, zákon č. 215/2004 Z. z., zákon č. 351/2011 Z. z. o elektronických komunikáciách v znení neskorších predpisov. [↑](#footnote-ref-7)
8. Napríklad nariadenie Rady (ES) č. 1/2003, nariadenie Komisie (ES) č. 139/2004 z 20. januára 2004 o kontrole koncentrácií medzi podnikateľmi (Úradný vestník Európskych spoločenstiev L 024, 29/01/2004). [↑](#footnote-ref-8)