

# PRE VAŠE ODVÁŽNE PODNIKATEĽSKÉ PLÁNY

Nové poistenie pre malých  
a stredných podnikateľov  
ProBiznis



NAŠE SLUŽBY  
MÔŽETE VYUŽIŤ AJ  
Z POHODLIA DOMOVA

www.kpas.sk | ekomfort.kpas.sk | Infolinka 0800 11 22 22

**KOMUNÁLNA  
POISTOVŇA**  
VIENNA INSURANCE GROUP

Pre všetko, na čom záleží

# PREŠPORSKÝ podnikateľ

Mesačník Bratislavskej regionálnej komory SOPK

Číslo 12 / Ročník XVIII. • December 2025



## Fórum spojilo ženy, odvahu, biznis aj líderstvo

Združenie podnikateliek a manažérok v spolupráci so Slovenskou obchodnou a priemyselnou komorou zorganizovalo 27. novembra v Bratislave výnimočné slovensko-české biznis fórum WOMEN IN BUSINESS, ktoré spojilo ženy podnikateľky, manažérky, líderky aj vizionárky.

Viac o tom prinášame na 4. str.

## Odštartoval Malokarpatský salón vín



Malé Karpaty majú svoju novú vinársku udalosť roka, prestížnu regionálnu súťaž vín. V zrekonštruovaných priestoroch modranského kaštieľa slávnostne otvorili Malokarpatský salón vín 2025 – unikátny projekt Bratislavského a Trnavského samosprávneho kraja, ktorý po prvýkrát prepája celé územie Malokarpatskej vinohradníckej

oblasti do jedného spoločného príbehu. Salón predstavuje výber stovky najlepších vín regiónu a zároveň ambíciu vybudovať tradíciu, ktorá bude symbolom kvality a hrdosti malokarpatských vinárov. Súťaž sa bude organizovať pravidelne každý rok.

pokračovanie na strane 2

Koniec roka sa opäť blíži a s ním prichádza obdobie, ktoré nás pozýva na chvíľu spomaliť, obzrieť sa späť a zhodnotiť, čo všetko sa nám v uplynulých mesiacoch podarilo. Predvianočný čas má zvláštnu schopnosť pripomenúť nám hodnoty, na ktorých stojí dobré podnikanie – ľudskosť, spolupráca, dôvera a schopnosť hľadať riešenia aj v náročných situáciách.

Rok 2025 priniesol do sveta biznisu množstvo výziev, ale aj príležitostí. Mnohí z vás inovovali, rástli, prepájali sa s novými partnermi a ukázali, že slovenské podnikateľské prostredie má silu aj kreativitu.

Nech sú nadchádzajúce sviatky pre vás časom pokoja, inšpirácie a stretnutí s ľuďmi, ktorí sú vašou súčasťou nielen v pracovnom, ale aj osobnom živote. Želáme vám, aby ste do nového roka vstúpili s jasnou víziou, odhodlaním a vnútornou silou posunúť sa opäť o krok bližšie k svojim cieľom.

Ďakujeme, že ste súčasťou podnikateľskej komunity, ktorá sa vzájomne podporuje, rastie a posúva hranice možností. Želáme vám pokojné Vianoce a úspešný, inovatívny a hodnotami naplnený rok 2026.

Ivana Spírová

## TÉMA ČÍSLA



Obchod

## OBSAH

- 6 Na Vianociach sa šetriť nechystáme
- 8 „Čierny piatok“ prináša aj riziká
- 9 Rastie oblúba kúpy „z druhej ruky“
- 10 Aj nákupné centrá čaká zmena
- 15 Podnikateľský servis



## EDITORIÁL



## LÍDER V OBLASTI ZODPOVEDNÉHO ODPADOVÉHO HOSPODÁRSTVA!

- viac ako 8 500 klientov.
- Financujeme triedený zber
- tím skúsených expertov

Ako najväčšia organizácia zodpovednosti výrobcov (OZV) na Slovensku pomáhame firmám plniť ich zákonné povinnosti a zabezpečujeme efektívny systém triedenia a recyklácie odpadu. Ak potrebujete poradiť, využite možnosť bezplatnej konzultácie s naším tímom. Registrovať sa môžete jednoducho prostredníctvom QR kódu.



### dokončenie zo strany 1

Malokarpatský salón vín je prestížnou regionálnou súťažou vín, do ktorej sa mohli zapojiť výrobcovia, ktorých vína pochádzajú z hrozna registrovaných viníc v rámci Malokarpatskej vinohradníckej oblasti. Na základe odborného hodnotenia bolo do súťaže zaradených 100 najvyššie hodnotených vín, ktoré získajú oprávnenie používať označenie Malokarpatský salón vín 2025.

#### Podpora vinárskych tradícií

„Malé Karpaty sú regiónom, kde vinohradníctvo nebolo len povoláním, ale stáročia životným štýlom. Naše vinohrady, naše rodinné pivnice, náš terroir – to všetko je súčasť identity, ktorú dnes nielen oslavujeme, ale aj zvyšujeme na novú úroveň. Prvý ročník salónu vín je dôkazom, že tento región má ambíciu nielen zachovávať tradície, ale aj systematicky podporovať kvalitu, inovácie a profesionálny rast našich vinárov a vinohradníkov. To, že podpora vinárstva a vinohradníctva patrí medzi priority župy dokazujú nielen zrekonštruované priestory modranského kaštieľa, ale aj zriadenie vinárskej akadémie, dotačná výzva, ktorá bola v tomto roku určená na podporu vinárstva a vinohradníctva a, samozrejme, nemôžem opomenúť pripravovaný vinársko-ovocinársky kampus. Preto veľmi teším, že ocenená bola aj naša župná Stredná odborná škola vinársko-ovocinárska v Modre,“ povedal predseda Bratislavského samosprávneho kraja Juraj Droba.

Vína boli hodnotené v siedmich kategóriách (tiché biele suché, tiché biele polosuché a polosladké, ružové, červené, prírodné sladké, šumivé a bio vína). Vinári si odnášajú celkovo 19 veľkých zlatých medailí, 84 zlatých a 134 strieborných medailí. Na slávnostnom gala večeri bolo udelených 10 hlavných ocenení. Odozdváhanie cien sa uskutočnilo v sále kaštieľa Modra za prítomnosti oboch županov.

„Na začiatku je sen, a záleží len na nás aký príbeh z neho vytvoríme,“ týmito slovami otvoril Malokarpatský salón vín riaditeľ Malokarpatského osvetového strediska Roman Maroš. „Na úvod sme sa s kolegami rozprávali aké aktivity priniesť do zrekonštruovaného priestoru modranského kaštieľa. Spoločne sme sa zhodli, že jedným z hlavných pilierov by mala byť podpora a prezentácia vinárov a vinohradníkov Malokarpatského regiónu. Sen sme zhmotnili do skutočnosti a dnešný večer okrem toho že je slávnostný je aj historickým momentom, nakoľko začíname písať príbeh Malokarpatského salónu vín. Verím, že do budúcnosti vytvoríme silnú a prestížnu značku, kvôli ktorej sa oplatí ísť do Kaštieľa v Modre a ochutnať 100 najlepších vín Malokarpatského regiónu v danom roku,“ dodáva Roman.

#### Spojenie dvoch krajov

Malokarpatský salón vín 2025 predstavuje jedinečný projekt na Slovensku, ktorý prvýkrát systematicky spája celé územie Malokarpatskej vinohradníckej oblasti – od Bratislavy po Skalicu – do spoločného odborného a prezentačného rámca. Tento salón vín nie je len súťažou, ale aj reprezentatívnou platformou pre najlepších vinárov regiónu. Súťaž zároveň prináša nový model spolupráce dvoch samosprávnych krajov – Bratislavského a Trnavského, ktoré spoločne podporujú rozvoj vinohradníctva, vinárstva a vinárskeho turizmu ako dôležitej súčasti kultúrneho dedičstva a ekonomického potenciálu regiónu.

#### Šampióni večera

Počas slávnostného večera si prevzali hlavné ceny na pódiu tieto vinárstva:

Šampión výstavy bielych suchých vín – Pinot Blanc 2019 suché, Zámocké vinárstvo, s.r.o.

Šampión výstavy ružových vín – Merlot rosé 2024 polosuché, ELESKO a.s.

Šampión výstavy červených vín – Torysa 2023 suché, Víno Kmeťo s.r.o.

Šampión BIO / organické / autentické víno – Rizling vlašský LIMITED 2023 suché, CARPATE DIEM, s.r.o.

Vybrané vína sa budú celoročne prezentovať, ponúkať a predávať v Kaštieli Modra –v historických priestoroch archívnej pivnice Malokarpatského osvetového strediska v Modre, ako aj v jeho novotvorenej vinotéke s enomatom.

## PREŠPORSKÝ podnikateľ

Prešporský podnikateľ • Ročník XVIII, číslo 12/2025

Registračné číslo: MK SR: EV 23/08

ISSN: 1337-8295 • © BRK SOPK 2008

Vydáva: Bratislavská regionálna komora SOPK

Adresa: Jašíkova 6, 826 73 Bratislava

IČO: 30 842 654

Tel.: 02 / 4829 1257

e-mail: mzervan@googlemail.com

Šéfredaktor: Miroslav Zervan • Tel.: 0905 436 937

Grafická úprava: MSG Design s.r.o.





## DNES PREDSTAVUJEME:

### Švédsko



Švédsko dnes predstavuje pre slovenské firmy veľmi atraktívny a perspektívny trh. V roku 2024 sa jeho ekonomika po slabšom období opäť stabilizovala a vykázala mierny rast, pričom v roku 2025 pokračuje postupné zrýchľovanie hospodárskej aktivity. Pre slovenských exportérov je dôležité najmä to, že švédsky trh je vysoko otvorený, spoľahlivý a orientovaný na inovácie. Výraznú časť hospodárskeho výkonu krajiny tvorí export tovarov a služieb, pričom v posledných rokoch rastie najmä význam technologických a priemyselných služieb. To vytvára priestor aj pre spoluprácu s menšími, flexibilnými firmami zo strednej Európy. Švédsko má jeden z najmodernejších priemyselných sektorov v Európe a jeho štruktúra je postavená na technologicky náročných odvetviach. Krajina je domovom silných globálnych značiek v automobilovom priemysle, strojárstve, elektrotechnike, ťažkom priemysle, priemyselnej automatizácii a vývoji technológií. Automobilový sektor je výrazne exportne orientovaný, čo znamená neustály dopyt po kvalitných subdodávateľoch – najmä v oblasti komponentov, kovových a plastových výliskov, presnej výroby, softvéru pre priemysel a rôznych technických riešení. Pre slovenské firmy to predstavuje možnosť vstúpiť do dodávateľských reťazcov, ktoré sú stabilné, ale náročné na certifikácie a kvalitu.

#### Zelená transformácia

Popri tradičnom priemysle naberá na sile aj zelená transformácia. Švédsko dlhodo-

bo patrí medzi európskych lídrov v udržateľnosti, environmentálnom manažmente a energetickej efektívnosti. Investície smerujú do obnoviteľných zdrojov, cirkulárnej ekonomiky, vodného hospodárstva, dekarbonizácie priemyslu a ekologických inovácií. To vytvára nové podnikateľské príležitosti pre slovenské firmy pôsobiace v cleantech segmente, v recyklácii, v moderných stavebných materiáloch, v prefabrikácii, v energetickejšie úsporných riešeniach či v inteligentných technológiách pre budovy. Ďalším rýchlo rastúcim odvetvím je digitalizácia a IT služby. Švédsko je domovom viacerých globálnych technologických značiek a jeho firmy výrazne investujú do modernizácie výrobných procesov, dátovej analytiky, softvérových riešení, kybernetickej bezpečnosti a priemyselnej automatizácie. Pre slovenský IT sektor je preto švédsky trh prirodzene kompatibilný a veľmi perspektívny – najmä tam, kde je potrebná kombinácia kvalifikácie, flexibility a rýchlej implementácie.

#### Podnikateľská kultúra

Pri vstupe na švédsky trh je však potrebné zohľadniť aj špecifickú podnikateľskú kultúru. Švédski partneri očakávajú presnú prípravu ponúk, realistické termíny, transparentnú komunikáciu, vysokú kvalitu spracovania a dôsledné dodržiavanie záväzkov. Dôležité sú aj certifikácie, referencie a dôraz na udržateľnosť. Švédsko je síce otvorené medzinárodným partnerstvám, ale zároveň má silnú domácu konkurenciu,

ktorá je profesionálna, technologicky vyspelá a dobre etablovaná.

Logisticky je obchodovanie so Švédskom jednoduché, keďže ide o členský štát EÚ s modernou infraštruktúrou a bez colných prekážok. Na druhej strane treba počítať s vyššou cenovou hladinou, vyššími mzdovými nákladmi a prísnyimi environmentálnymi normami, ktoré sú súčasťou väčšiny verejných aj súkromných projektov.

Pre malé a stredné podniky zo Slovenska je vhodné sústrediť sa najmä na segmenty, kde môžu konkurovať flexibilitou, rýchlosťou a kvalitou – výroba presných komponentov, špecializované priemyselné služby, IT riešenia, automatizácia, ekologické technológie či špecifické stavebné materiály. Švédsko je trh, kde sa oplatí budovať dlhodobé vzťahy a kde si kvalitní zahraniční partneri vedia vybojovať stabilné miesto.

Celkovo možno povedať, že Švédsko zostáva jedným z najstabilnejších, inovačne najsilnejších a ekonomicky najspoľahlivejších trhov v Európe. Pre slovenské firmy, ktoré dokážu splniť vysoké nároky na kvalitu, spoľahlivosť a udržateľnosť, predstavuje reálnu príležitosť na rast, dlhodobé partnerstvá a strategickú expanziu.

#### Velvyslanectvo SR v Štokholme

Adresa: Arsenalsgatan 2/3 TR,  
Box 7183, 103 88 Stockholm, Švédsko  
Telefón: +46 8 5450 3961  
E-mail: [emb.stockholm@mzv.sk](mailto:emb.stockholm@mzv.sk)  
Núdzová linka (po pracovnej dobe /  
pre urgentné prípady): +46 709 921 634

## Fórum spojilo ženy, odvahu, biznis aj líderstvo

Podujatie vytvorilo priestor pre zdieľanie skúseností, budovanie kontaktov, podporu a inšpiráciu v oblasti podnikania, osobného rastu aj líderstva.

Súčasnou programom boli panelové diskusie úspešných hostiek, medzi ktorými vystúpili Zuzana Cvik z Bloom Robbins, Mariana Veselá z Veselého čaju a Daniela Kováčová zo spoločnosti Pekastry. O svoju cestu k vrcholovému manažmentu sa podelili aj generálna riaditeľka DHL Express Slovensko Daniela Mišúrová a riaditeľka Protetiky Ivana Nosálová. Všetky účastníčky diskusií otvorene hovorili o svojich osobných príbehoch, prekážkach, odvahe aj o tom, ako sa im napriek výzvam podarilo vybudovať úspešné podnikanie s presahom do zahraničia alebo dosiahnuť významné riadiace pozície.

Podujatie obohatila mini módna prehliadka modelov v štýle Business Casual a Business Formal od renomovanej slovenskej módnej návrhárky Kataríny Cenigovej, ktorá predstavila moderné a profesionálne outfity vhodné do pracovného prostredia. V inšpiratívnom duchu pokračovala vizionárka Kamila Paličková, ktorá účastníčkam predstavila svoju knihu Cez prekážku ku hviezdám, zameranú na osobný rozvoj, prekonávanie výziev a napĺňanie vlastných ambícií. Atmosféru podujatia dotvorili výstavné stolíky značiek AMAKIDS, Healthy Planet, Mymood Super Food a MARY KAY, kde mali účastníčky možnosť osobne spoznať podnikateľky a objaviť nové produkty či služby. Nechýbalo ani príjemné privítanie v podobe lahodného šampanského a darčeka od spoločnosti Bloom Robbins, ktorý si každá návštevníčka odniesla domov.

WOMEN IN BUSINESS sa nieslo v duchu prepájania ženských síl, podpory a vytvárania nových partnerstiev medzi ženami zo Slovenska a Česka. Podujatie opäť potvrdilo, že komunita žien, ktoré si navzájom pomáhajú a inšpirujú sa, dokáže vytvárať silné projekty aj dlhodobé spolupráce. Táto akcia sa tak stala súčasťou tradície slovensko-českého partnerstva a platformou, ktorá podporuje ženy v osobnom aj podnikateľskom raste.



## Stretnutie pred koncom roka

Býva dobrým zvykom stretnúť sa pred koncom roka v slávnostnejšej atmosfére s kolegami a priateľmi a okrem iného si trochu oddýchnuť od koncoročného zhonu a trochu bilancovať. Bratislavská regionálna komora SOPK pripravila v tomto duchu tradičné Vianočné posedenie členov BRK. Témou stretnutia je digitalizácia malých a stredných podnikov. Chýbať ale nebude ani ochutnávka malokarpatských vín a občerstvenie.

Vianočný večierok bude v reštaurácii Planetka a začína sa o 17. hod.



EU BUSINESS HUB  
The Republic of Korea

Funded by  
the European Union

## ENVEX 2026 v Kórejskej republike

Chcete rozšíriť svoje podnikanie do Ázie a predstaviť svoje technológie na jednom z najväčších environmentálnych veľtrhov v Kórejskej republike?

**EU Business Hub @ ENVEX 2026** je bránou k inováciám a novým podnikateľským príležitostiam!

Podujatie **EU Business Hub @ ENVEX 2026** je obchodná misia Európskej únie do Kórejskej republiky, ktorá predstavuje bránu pre európske malé a stredné podniky (MSP) a start-upy do sveta inovácií v oblasti **zelených a nízkouhlíkových technológií**.

Misia sa uskutoční od **18. do 22. mája 2026** a vyberie až 50 európskych spoločností, ktoré získajú jedinečnú príležitosť rozšíriť svoje pôsobenie na ázijský trh.

Účasť na výstave ENVEX 2026 v rámci Európskeho pavilónu (EU Pavilion) – s vlastným stánkom pre každú firmu.

- B2B matchmaking s kórejskými partnermi, distribútormi a investormi.
- Prezentácia produktov a technológií priamo pred potenciálnymi zákazníkmi.
- Biznis networking, sprievodné podujatia a študijná cesta.
- Podpora a tlmočenie na mieste.
- Preplatené ubytovanie na 4 noci (do 1 000 €) a úhrada vystavovateľského poplatku.
- Finančný príspevok až do 1 000 € (80 % nákladov) na doplnkové služby (preklady, právne poradenstvo, výzdoba stánku)

### Pre koho je misia určená:

Európske MSP a start-upy pôsobiace v oblasti:

- čistých a obnoviteľných energií (vodík, bioplyn, uhlíkový manažment),
- čistenia a úpravy vody,
- monitorovania a hodnotenia životného prostredia,
- obehového hospodárstva a spracovania odpadu,
- technológií na zmierňovanie dopadov klimatickej zmeny.
- Kórejské podniky, investori, distribútori a výskumné inštitúcie.

Termín podania prihlášky: do 6. februára 2026

### EU Info Day – EU Business Hub @ ENVEX 2026

Pridajte sa k informačnému dňu EÚ a zistite všetko o:

- kalendári obchodnej misie,
- výhodách pre účastníkov,
- procese prihlásenia,
- tipoch pre úspešnú prihlášku.

**Kedy: 9. december 2025, 10:00 (CET)**

**Registrácia na EU Info Day @ ENVEX 2026: [KLIKNI TU](#)**



## Zelená cesta k získavaniu kritických surovín

Antimón a meď patria medzi kritické suroviny, pri ktorých sa Európska únia snaží zabezpečiť ich lepšiu dostupnosť. V prípade antimónu je 100 % závislá od jeho dovozu, pričom hlavným svetovým producentom je Čína (56 % ťažby). Antimón sa považuje za surovinu, ktorá podporuje prechod na zelenú ekonomiku.

V súčasnosti však nachádza uplatnenie aj v inovatívnych aplikáciách na hromadné ukladanie energie – napríklad v solných batériách, ktoré umožňujú akumuláciu elektriny z obnoviteľných zdrojov. Meď má zas kľúčové využitie v elektroenergetickej infraštruktúre a elektronike.

Vedci a vedkyne z Ústavu geotechniky SAV, v. v. i., predstavujú projekt Bio4Sb, ktorého cieľom je získavanie antimónu a medi z primárnych zdrojov pomocou pokročilých biotechnologických metód s ohľadom na environmentálne prostredie.

„Proces je založený na optimalizácii biologického lúhovania tetraedritového koncentráta špeciálnymi baktériami pri teplote okolia, čo predstavuje environmentálne menej náročný a zároveň energeticky efektívny spôsob získavania kovov v porovnaní s konvenčnými spôsobmi separácie minerálov a chemického spracovania. Hlavnou prednosťou tohto environmentálneho prístupu je, že prepája tri vedecké oblasti, a to geochemiu, metagenomiku a biohydrometalurgiu,“ uviedla riešiteľka projektu Dr. Lenka Hagarová z Oddelenia minerálnych biotechnológií Ústavu geotechniky SAV, v. v. i.

Tetraedrit patrí medzi komplexné sulfidické minerály s vysokým obsahom medi, antimónu a relatívne vysokým obsahom striebra. Významným zdrojom tohto prírodného minerálu je baňa Mária (žila Strieborná), ktorá sa nachádza v Rožňave, z ktorej drenážna voda odteká priamo do rieky Slaná.

„Prvé metagenomické analýzy banskej vody ukázali, že vo vzorkách dominujú železo-oxidujúce baktérie. Tieto mikroorganizmy majú schopnosť urýchľovať rozpúšťanie sulfidických minerálov, a preto sa dajú využiť pri biolúhovaní tetraedritu. Laboratórne testy s baktériami zo zbierkových kultúr potvrdili, že takýmto spôsobom možno získať viac ako 80 % medi. Antimón sa pritom buď vyžráča vo forme sekundárnych minerálov, alebo sa uvoľní do roztoku, kde sa dosahuje približne 13 % výťažnosť. Aktivitu pri biolúhovaní už potvrdili aj prvé experimenty s baktériálnymi kultúrami, ktoré sa podarilo izolovať priamo z banskej vody,“ vysvetlila Dr. Hagarová.

### Podrobnejšie informácie

Projekt Bio4Sb s názvom Získavanie anti-

mónu biolúhovaním tetraedritu ako primárneho zdroja kritických surovín (angl. Antimony recovery by bioleaching of tetrahedrite as a primary source of CRM) patrí do skupiny projektov z Plánu obnovy a odolnosti Slovenskej republiky v rámci mechanizmu NextGenerationEU, ktoré v minulom roku získal Ústav geotechniky SAV, v. v. i.

Odštartoval v auguste 2024 a jeho realizácia je naplánovaná na dva roky. Výskum smeruje k tomu, aby bolo možné antimón a meď získavať šetrnejšie, s nižšou spotrebou energie a bez toxických vedľajších produktov. Projekt Bio4Sb tak priamo podporuje priority Európskej únie v oblasti zabezpečenia dodávok kritických surovín a rozvoja udržateľných technológií.

Viac podrobností o výsledkoch výskumu je možné nájsť na webovej stránke alebo v článku Bioleaching of Tetrahedrite by Iron- and Sulfur-Oxidizing Bacteria, ktorý bol publikovaný v časopise Journal of Sustainable Metallurgy. Zároveň bol na publikovanie akceptovaný ďalší článok zameraný na mikrobiologické hodnotenie banskej vody pomocou metagenomických analýz, ktorý vyjde v prestížnom časopise Frontiers in Microbiology. sav •

# Na Vianociach sa šetriť nechystáme



Podľa najnovších údajov Európania plánujú minúť na sviatky viac ako minulý rok. Podľa analýzy spoločnosti Mastercard sa predpokladá, že Európania budú počas tohtoročnej vianočnej sezóny míňať viac ako vlani.

**D**áta ukazujú, že od 1. novembra do 24. decembra by malo dôjsť k približne 3,1 % nárastu maloobchodných tržieb bez započítania automobilov.

Ľudia pri nákupoch siahajú najmä po oblečení, kozmetike, darčekom vyššej kvality a výnimočných potravinách. Okrem materiálnych vecí vyhľadávajú aj zážitky, ktoré majú emocionálnu hodnotu, ako napríklad wellness pobyty, lístky na koncerty či cestovanie. Najvýraznejší rast výdavkov sa očakáva v Maďarsku, Poľsku, Španielsku a Česku, kde sa spotreba zvyšuje najrýchlejšie oproti predchádzajúcemu roku.

„Počas týchto sviatkov európski spotrebiteľia preukazujú odolnosť aj prispôsobivosť. Zatiaľ čo sa očakáva, že celkové maloobchodné výdavky porastú miernym tempom, pozorujeme silný dopyt po cenovo dostupných pôžitkoch, nákupoch s nízkymi cenami a cestovateľských zážitkoch. Od prémiových potravín a obľúbených sviatočných potrieb až po dlhé zimné pobyty, výdavkové vzorce odrážajú starostlivú rovnováhu medzi obozretnosťou a pôžitkom,“ informuje hlavná ekonómka spoločnosti Mastercard pre Európu, Natalia Lechmanova.

## Európania míňajú rozumne

Ako sme spomínali vyššie, aj keď ekonomická situácia nie je ideálna, ľudia sa sviatkom nechcú vzdať. Kupujúci však nakupujú rozumne. Viac porovnávajú, hľadajú výhodné ceny a volia veci, ktoré prinášajú radosť bez toho, aby výrazne zaťažili rozpočet.

Nakupovanie sa tiež mení. Namiesto drahej

elektroniky alebo nábytku ľudia častejšie siahajú po móde, kozmetike, parfumoch či darčekom, ktoré prinášajú zážitok. Pre mnohých už nie je dôležité, koľko darček stojí, ale aký má význam alebo pocit, ktorý prinesie.

Stále viac ľudí nakupuje aj oblečenie z druhej ruky, teda zo second handov. Tento trend obľubujú najmä mladšie generácie, ktorým záleží na životnom prostredí, ale aj na nižších cenách. Pre niektorých je to zároveň spôsob, ako nájsť originálne kúsky, ktoré sa v bežných obchodoch nedajú kúpiť.

## Výdavky sa líšia

Kým Nemci najčastejšie investujú do kultúrnych podujatí, Česi vedú v nákupoch kozmetiky, hračiek a vecí pre domáce zvieratá. Taliani míňajú viac na domáce spotrebiče a Španieli na módu a obuv.

„Výdavky na potraviny zostávajú stabilné, pričom Európania nakupujú prémiové produkty, najmä počas sviatkov. Francúzsko vedie v oblasti výdavkov na pečivo, Poľsko v oblasti cukrovín a šperkov. Taliani míňajú počas sviatočného obdobia najviac na potraviny – v priemere 39 eur na nákup – Briti a Nemci tesne za nimi, s 37 eur a 36 eur. Spotrebiteľia v Čechách a Spojenom kráľovstve zvyšujú svoje výdavky na potraviny počas sviatkov viac ako ostatní Európania: priemerná veľkosť nákupných lístkov sa počas sviatočného obdobia zvyšuje o 73 % a 69 %,“ informuje správa spoločnosti Mastercard.

## Pod stromčekom dominuje kozmetika

Takmer polovica Slovákov bude tento rok kupovať väčšinu vianočných darčekom

v e-shopoch, no je tu ešte 10 % takých, čo sa spoľahnú len na klasické obchody. Vyplýva to z reprezentatívneho prieskumu, ktorý pre spoločnosť Home Credit od 4. do 7. novembra na vzorke 1000 respondentov zrealizovala agentúra Ipsos.

Najpočetnejšia skupina Slovieniek a Slovákov, a to presná polovica, si bude počas tohtoročného Štedrého dňa rozbaľovať balíček s kozmetikou. Len tesne za tým sa v preferenciách nákupov pre blízkych umiestnilo oblečenie (48 %). Knihy dostanú štyria z desiatich, hračky viac ako tretina a takmer štvrtina ľudí sa môže tešiť na novú elektroniku. Nasleduje darovanie hotovosti, potom poukážok, darčekom balíčkov, športových potrieb a prvú desiatku uzatvárajú zážitkové vouchery. Vlani sa v rebríčku prvých troch najčastejšie kupovaných darčekom na špici umiestnilo oblečenie pred kozmetikou a hračkami.

„Medziročne porovnanie dát z prieskumu ukazuje, že na Vianociach sa Slováci napriek vyšším životným nákladom šetriť vo všeobecnosti veľmi nechystajú, keďže na kúpu darčekom plánujú míňať približne rovnaké sumy ako vlani. Najčastejšie je to od 150 do 300 eur, čo deklarovala zhruba tretina ľudí. Menej ako 100 eur si dovolí vynaložiť 14 % opýtaných, pričom nižšie sumy sa týkajú hlavne mladých do 26 rokov a častejšie aj obyvateľov Prešovského kraja. Na druhej strane, viac ako 400 eur dá za darčekom 22 % respondentov a dvaja zo 100 zaplatia aj viac ako tisíc. Vyššie sumy sa vzťahujú hlavne na domácnosti s príjmom nad 3000 eur,“ priblížil analytik Home Credit Jaroslav Ondrušek.

## Presun do online priestoru

O tom, že Slováci svojim najbližším doprajú, svedčí aj to, že nakupovanie darčekom vyslovene iba v akciách či zľavách preferuje len 16 % opýtaných. Väčšina ľudí (52 %) bude kupovať časť darčekom za bežnú cenu a časť vo výpredaji. Každý desiaty sa zase vyjadril, že ho zľavy v prípade Vianoc nezaujímajú.

Aj dáta z aktuálneho prieskumu pre spoločnosť Home Credit potvrdzujú, že z roka na rok sa kupuje čoraz viac darčekom online. Presne 47 % Slovákov kúpi väčšinu darčekom cez internet a menšiu časť v kamennom obchode, ďalších 6 % vybaví všetko online. Naopak, len približne pätina opýtaných kúpi väčšiu časť v klasickej predajni a zvyšok cez e-shop. Iba kamenné predajne zase preferuje jeden z desiatich.

# Polovica Slovákov nakupuje v e-shopoch

Digitálny obchod sa na Slovensku stáva bežnou súčasťou života. Podľa prieskumu E-shopper Barometer 2025 od spoločnosti Geopost, do ktorej patrí aj DPD Slovensko, pravidelne nakupuje v e-shopoch už približne polovica populácie.

Internetové nakupovanie pritom prináša o takmer 70 % menej stresu ako nákup v kamenných predajniach. Slováci oceňujú predovšetkým pohodlie, úsporu času a širší výber produktov, pričom rozhodujúci vplyv má stále cena. Pre 68 % opýtaných je práve ona hlavným kritériom.

Vianočné nákupy na internete sa tento rok začali už začiatkom októbra, pričom Slováci siahajú najmä po funkčných darčekom a spotrebičoch do domácnosti. Podľa dát spoločnosti Heureka výrazne rastie záujem o vysávače, robotické vysávače, televízory či elektrické zubné kefky.

Vysávače zaznamenali medzimesačný rast o 53 % a robotické vysávače o 49 %. Rýchlo narastá aj predaj televízorov (+39 %) a elektrických zubných kefiek (+77 %), ktoré Slováci často považujú za investíciu do zdravia. Medzi obľúbené darčeky patria aj automatické kávovary s rastom predaja o 45 %.

Tradične silnú pozíciu si udržuje segment parfumov a kozmetiky, ktoré zaznamenali nárast o 26 %. Z detského tovaru sú najvyhľadávanejšie stavebnice Lego (+61 %) a stolové hry (+52 %). Menej výrazne narastá záujem o mobilné telefóny (+5 %), keďže zákazníci očakávajú výraznejšie zľavy v rámci blížiaceho sa Black Friday. Rýchlejší rast predaja majú knihy (+22 %), ktoré patria medzi bežné vianočné darčeky.

Podľa šéfa dátového oddelenia Heureka Group Andyho Wernera sa však momentálne nachádzame iba na začiatku sezóny a trendy sa môžu počas Black Friday ešte výrazne meniť.

## Pozor na reálne zľavy

Pri nákupoch na Heureka.sk sa odporúča dávať pozor na reálne zľavy. Priemerná zľava počas Black Friday dosahuje 19 %, pričom nová legislatíva zakazuje falošné zľavy vypočítavané z ceny, ktorá nebola najnižšia v posledných 30 dňoch. Pre overenie výhodnosti je dostupný graf vývoja ceny pod každým produktom.

Heureka tiež ponúka označenie „Cenopád“ pre produkty, ktoré garantujú reálny pokles cien. Tento systém vyhodnocuje priemerné najlepšie ceny z posledného mesiaca a pomáha zákazníkom identifikovať skutočné zľavy.



## Čo Slováci najčastejšie nakupujú online

Celoročne sa najčastejšie online kupuje móda, obuv a kozmetika, pričom slovenskí spotrebiteľia často siahajú aj po tovaroch z Česka či Číny, ak sú výhodnejšie. Hoci hľadajú nižšie ceny, až 72 % zákazníkov potvrdilo, že pri rozhodovaní o kúpe je pre nich kľúčová kvalita a hodnotenie produktu. Na rozdiel od Slovákov investujú Česi viac do zážitkov a voľnočasových aktivít, no aj u nich dominujú nákupy oblečenia a obuvi.

Digitálny trh čoraz viac formuje generácia Z, ktorá vyrástla v online priestore. Mladí spotrebiteľia sa nechávajú ovplyvňovať sociálnymi sieťami, najmä Instagramom, a zaujímajú sa o nové technológie a ekologicky udržateľné produkty. Sú otvorenejší nákupom zo zahraničia a často siahajú po tovare z druhej ruky. Nielen kvôli cene, ale aj kvôli presvedčeniu, že udržateľná spotreba je moderná a zodpovedná. Ako vysvetľuje obchodná riaditeľka spoločnosti DPD Andrea Szöllósová, generácia Z preferuje digitálne riešenia aj pri platení, využíva platby kartou alebo cez digitálne peňaženky, zatiaľ čo dobierka či bankový prevod strácajú popularitu.

## Slovenskí zákazníci zostávajú nároční

Z prieskumu tiež vyplýva, že viac ako po-

lovica Slovákov nakupuje online aspoň raz mesačne a mnohí z nich zároveň cez internet aj predávajú. Zákazníci však zostávajú nároční. Najväčšou prekážkou je pre nich pomalé načítavanie stránok, komplikovaný platobný proces a slabý zákaznícky servis. Uprednostňujú prehľadné e-shopy bez rušivých reklám a s možnosťou voľby doručovacej služby, pričom štyria z piatich zákazníkov považujú za dôležité vedieť, kto im balík privezie.

Podľa generálneho riaditeľa DPD Slovensko Petra Pavuka sa tohtoročná vianočná sezóna opäť zaradi medzi rekordné. „Stále viac ľudí oceňuje pohodlie, ktoré im nákupy na internete poskytujú. Vo vianočnom období nakupujú online nielen pravidelní zákazníci, ale aj tí, ktorí bežne uprednostňujú kamenné predajne,“ uviedol P. Pavuk.

Rastúci trend online nakupovania naznačuje, že digitálny obchod na Slovensku prechádza kľúčovou transformáciou. Spotrebiteľia sú informovanejší, vyžadujú väčšiu transparentnosť a pohodlie, no zároveň zostávajú citliví na cenu. V kombinácii s technologickým vývojom a meniacim sa správaním mladých generácií sa slovenský e-commerce mení z doplnku na dominantný kanál moderného obchodu.

# „Čierny piatok“ prináša aj riziká

Black Friday sa aj na Slovensku stal celonárodným nákupným fenoménom, no z kedysi jednodňovej akcie sa stalo niekoľkotýždňové obdobie, počas ktorého sa marketingové sľuby čoraz častejšie rozchádzajú s realitou. Zľavy sú nižšie, než bývali v minulosti, prudko stúpa riziko podvodov a naprieč internetom sa množia falošné e-shopy, weby cestoviek či platobné brány. Čoraz viac inštitúcií preto upozorňuje, že hoci Black Friday dokáže priniesť výhodné nákupy, stal sa zároveň aj jedným z najrizikovejších období roka.



Spotrebiteľská organizácia dTest pripomína, že samotný koncept Black Friday sa postupne zdeformoval. Pôvodne šlo o jednodňový výpredaj nasledujúci po americkom Dni vďakyvzdania, no dnes sa z neho stal „Black November“. Mnohé značky spúšťajú „zľavy“ už niekoľko týždňov vopred, čím sa prehľbuje tlak konkurencie. A s ním aj kvalita zliav. „S ohľadom na toto predlžovanie zľavových akcií predajcovia taktiež znižujú výšku zliav,“ upozorňuje riaditeľka dTestu Eduarda Hekšová. Kým kedysi sa objavovali zľavy nad 80 %, dnes ide často len o kozmetické úpravy cien, neraz iba „na papieri“.

Dôležitou zmenou je aj legislatíva, ktorá obmedzila praktiku fiktívne navýšených pôvodných cien. Obchodníci dnes musia pri zľave uvádzať najnižšiu cenu za posledných 30 dní. Podľa Hekšovej preto nie je možné, aby predajca umelo zvýšil cenu tesne pred výpredajom a následne deklaroval veľkú zľavu. Musel by drahší tovar držať celý mesiac, čo sa ekonomicky neopláca. Spotrebiteľia navyše pri online nákupe môžu tovar vrátiť do 14 dní bez udania dôvodu, čo platí aj pri zľavnenom tovare. „Ak spotrebiteľ nie je s tovarom spokojný, môže ho vrátiť a požadovať svoje peniaze späť,“ pripomína Hekšová.

## Pozor na podvodné stránky

Zatiaľ čo dTest upozorňuje na marketingové taktiky, Národný bezpečnostný úrad va-

ruje pred prudkým nárastom podvodných stránok, ktoré sa maskujú ako Black Friday ponuky. Podľa NBÚ sú útočníci dnes schopní vytvoriť falošné e-shopy takmer nerozoznateľné od originálu, pričom hlavným cieľom je vylákať údaje o platobných kartách alebo osobné údaje. K častým technikám patria phishingové e-maily, falošné reklamy na sociálnych sieťach či napodobneniny kuriérskych notifikácií. Úrad preto odporúča kontrolovať recenzie, spôsob platby, pravosť domény a vyhýbať sa stránkam s podozrivými nízkymi cenami.

Aj ČSOB eviduje práve v tomto období roka zvýšený počet útokov. Počet reklamácií v súvislosti s nedodaním tovarov býva spravidla vyšší.

„Klientom odporúčame najmä v súvislosti s Black Friday byť obzvlášť obozretní najmä pri nakupovaní online. Čoraz častejšie sa podvodníci v tomto období roka vydávajú aj za kuriérov a rozposielajú ľuďom SMS správy s odkazom, ktorý ich presmeruje na podvodnú webovú stránku a platobnú bránu s cieľom vylákať platobné údaje,“ upozorňuje hovorkyňa ČSOB Zuzana Fečová.

Rozlíšiť reálnu ponuku zľavneného tovaru, ako aj reálny online obchod od fiktívneho, môže byť neraz náročné. „Poznáme prípady, keď sa klienti zapojili do lotérie s vidinou lákavých výhier. Vedome registrovali svoju platobnú kartu a súhlasili s opakovanými platbami pri ďalších nákupoch s automatic-

kým strhávaním peňazí z účtu v prospech cyperskej banky,“ doplnila Zuzana Fečová.

## Falošné letenky, podvodné rezervácie

Ešte agresívnejšia vlna podvodov zasahuje cestovný sektor. Cestovné kancelárie upozorňujú, že počas Black Friday pribúdajú falošné letenky, podvodné rezervačné platformy a škodlivé mobilné aplikácie. Podľa celoslovenského prieskumu cestovnej kancelárie Daka kupuje online dovolenky viac než polovica Slovákov, čo zvyšuje atraktivitu trhu pre útočníkov. „Najnovšie je rozšírený phishing, keď falošná SMS či e-mail oznámi zrušený let a vyzve na okamžité prebookovanie. Stačí zadať údaje karty alebo zaplatiť manipulačný poplatok,“ varuje majiteľ CK Daka David Gavaľa. Útočníci podľa neho dokonca kupujú reklamu vo vyhľadávačoch, aby presmerovali obeť na falošné účty a vylákali citlivé údaje.

Nebezpečné sú aj tzv. „lacné letenky na poslednú chvíľu“, ktoré sú v skutočnosti zakúpené na ukradnuté kreditné karty. Letenka sa síce objaví v systéme ako platná, no po nahlásení krádeže karty je zrušená. Často v momente, keď už je cestujúci v zahraničí. „Cestujúci tak môže ostať uviaznutý v cudzine bez možnosti návratu domov,“ upozorňuje D. Gavaľa.

## Podvodníkom pomáha aj AI

V pozadí týchto útokov stojí neraz aj stále sofistikovanejšia umelá inteligencia. Odborníčka na kybernetickú bezpečnosť Mária Krahulecová zo spoločnosti Qubit Conference tvrdí, že AI dokáže vytvárať dokonale vyzerajúce falošné chaty, zákaznicke centrá či automatizované odpovede. „Ak odpovede prichádzajú okamžite, sú neosobné a cieľom je čo najrýchlejšie dostať obeť k zaplaceniu alebo kliknutiu, ide o jasný varovný signál,“ vysvetľuje. Dodáva, že legitímne služby nikdy nežiadajú PIN, CVV či heslá cez chat.

Odborníci nabádajú spotrebiteľov, aby pred nákupom spomalili a overili si všetky detaily. Od domény cez kontaktné údaje až po existenciu firmy. A hoci Black Friday dokáže priniesť úsporu desiatok eur, v niektorých prípadoch môže neuvážení klik stáť stovky aj tisíce. ts ●

# Rastie oblúba kúpy „z druhej ruky“

Recommerce (reverse commerce) označuje predaj použitých, repasovaných produktov alebo v prípade auto-moto predaj jazdených vozidiel a motocyklov. Pohľad na vývoj v tomto segmente ukazuje rast a v podobnom trende sa nesú aj odhady do budúcnosti. Oblasť recommerce sa preto začali venovať aj veľkí hráči. Čo nakupujú Slováci najviac?



**P**odľa reprezentatívneho prieskumu, ktorý realizovala na Slovensku pre Swappie (2/2024) agentúra Kantar, Slováci a Slovenky z druhej ruky najčastejšie nakupujú oblečenie, nasledujú knihy, bicykle a štvrtý v poradí je nábytok. Autobazáry sa obvykle pod recommerce nezahŕňajú.

**Sekundárny trh s elektronikou** generuje ročne približne 45-85 mil. €. Ide o konzervatívny odhad, konkrétne to bolo 5-10% z celkového trhu spotrebnej elektroniky na Slovensku za minulý rok. Recommerce sa týka použitej, repasovanej alebo zároveň elektronickej, ale aj elektronickej z výstav a veľtrhov, vybalených a znovu zabalených kusov vrátených predajcovi. Bežne sa tieto produkty predávajú aj na stránkach e-shopov, väčšinou sú označené ako Rozbalené či Zánovné. Medzi kľúčových hráčov v tomto segmente patria Swappie, Mobilonline, Alza, Refurbished.sk, Renew.sk, Datacomp.sk a Nay.sk. Fínske Swappie patrí medzi trojicu najväčších recommerce hráčov v Európe.

**Nábytok a bytové doplnky z druhej ruky** tvoria ročný obrat odhadom zhruba 35-70 miliónov €, čo je opäť 5-10% trhu s novým nábytkom. Najznámejším hráčom je v tejto oblasti IKEA so svojím IKEA Circular Hub. Takto systematicky a komplexne k cirkulárnej ekonomike zatiaľ konkurenti nepristupujú, predávajú obvykle len zlacnený výpredajový, outletový a rozbalený tovar alebo tovar s drobnými chybami. Množstvo nábytku a doplnkov sa však predá cez rôzne internetové bazáre.

**Móda** je z pohľadu objemu najväčšou kategóriou recommerce. Kvalifikovaný odhad hovorí, že tvorí až 25 % všetkých transakcií na sekundárnom trhu, pričom ročný obrat je na úrovni až 20-30 miliónov €. Ťažko

vyčísliteľné sú však peer-to-peer transakcie (burzy, Bazoš, Facebook Marketplace a pod.) a rôzne swapy, kde sa oblečenie, obuv a doplnky iba vymieňajú.

Medzi najväčších online hráčov v Európe patria americké Etsy a litovská platforma Vinted. Do tohto segmentu by sme mohli zaradiť aj produkty pre budúce mamičky a deti do troch rokov veku. Z praxe vieme, že tento trh je prudko rastúci a významne odkrakuje z predajov nových produktov, prevažne kočíkov a autosedačiek.

Pre „**športové potreby**“ sú prakticky synonymom bicykle z druhej ruky. Okrem nich však táto oblasť zahŕňa aj lyže, športové oblečenie, fitness výbavu, outdoor vybavenie a doplnky.

Recommerce trh so športovými potrebami na Slovensku v roku 2024 odhaduje obrat v rozmedzí 12-24 miliónov €. Rozbalený, zánovný a použitý tovar v sekcii športové a outdoor potreby predáva napríklad Alza. Restorio, Knihobot, Knihovrátko, Reknihy. Názov platformy už jasne napovedá, o aký segment pôjde. Podľa Zväzu vydavateľov a kníhokupcov Slovenska bol celkový obrat knižného trhu za minulý rok 116,1 milióna € a zahŕňa tlačenej knihy, e-knihy a audioknihy. Opäť môžeme odhadnúť, že asi 5 % z tohto objemu môže tvoriť **trh s knihami z druhej ruky**, čo je zhruba 5,8 milióna €.

## Trh luxusného second-handu

Kdmarketinsights.com uvádza, že v roku 2024 dosiahol tento trh globálne 24,5 miliardy € a do roku 2033 narastie na takmer 70 mld. €. V branži sa používa aj pojem „pre-owned“, teda ide o položky už predtým niekým vlastnené.

Luxusné secondhandy už dávno nie sú tabu a nakupujú v nich bežne aj celebrity a influenceri. Predovšetkým mladí spotrebiteľia

čoraz viac zohľadňujú ekologický dopad módy a second-hand vnímajú ako etickejšiu a ekologickejšiu voľbu.

Luxusný pre-owned sortiment ponúkajú aj dva bratislavské butiky: Luxury Vintage a Vintage luxury fashion bazaar. Globálne sú v tomto segmente úspešné platformy ako Vestiaire Collective, The RealReal alebo Chrono24.

## Recommerce má legislatívne nuansy

Zákon napríklad nemá presnú definíciu repasovaného výrobku. „Všeobecne platí, že podnikatelia majú zákonnú povinnosť zreteľne informovať spotrebiteľov o tom, že predávaný tovar je už použitý, upravený alebo má nejakú chybu. Do tejto kategórie spadajú aj repasované výrobky. V kamených obchodoch navyše musia byť takéto výrobky jasne oddelené od nového tovaru, aby nedošlo k ich zámene. To však neplatí, ak obchodník predáva výlučne použitý tovar,“ vysvetľovala Eduarda Hekšová, riaditeľka spotrebiteľskej organizácie dTest.

Oproti nákupu nového tovaru môže zákazník secondhandový tovar vrátiť bez udania dôvodu skôr ako legislatívne stanovených 14 dní. Týka sa to prípadov, kedy je tovar výrazne znehodnotený, nepoužiteľný, napríklad silne znečistený odev.

Bez ohľadu na to, či je tovar kúpený online alebo offline, aj použitý tovar musí byť funkčný a zodpovedať popisu. Zákon umožňuje podnikateľom lehotu na uplatnenie práv z tzv. vadného plnenia pri použitých výrobkoch skrátiť, avšak maximálne na 12 mesiacov. Samozrejme, ak spotrebiteľ nakupuje tovar s jasne uvedenou chybou (napríklad škrabanec na displeji), už nemôže výrobok práve pre túto chybu reklamovať. Avšak má právo na reklamáciu iných chýb, ktoré sa prejavujú do 12 mesiacov od kúpy.

# Aj nákupné centrá čaká zmena

Obchodné formáty sa menia. Súčasný shopping mall alebo retail park už nie sú to, čo ich definovalo pred tromi či piatimi rokmi. Navyše, investori aj zákazníci sú náročnejší. Okrem nákupných možností očakávajú aj širšie spektrum služieb, stravovania a zážitkov. Čo odhalujú aktuálne dáta?

Podľa prieskumu realitno-konzultačnej spoločnosti CBRE narástla prenájomná plocha retail parkov v roku 2024 na Slovensku o takmer 40 000 m<sup>2</sup>. V roku 2025 očakávajú analytici CBRE ďalší nárast a to o približne 60 000 m<sup>2</sup>, pričom najviac retail parkov pribudne na strednom Slovensku.

## Rastie obľúbenosť retail parkov

„Z hľadiska návštevnosti a obrátov nákupných centier na Slovensku sme zaznamenali medziročný nárast na úrovni 4 % a to v oboch ukazovateľoch. Pozitívom je, že návštevnosť sa doteraz najviac priblížila k úrovni, ktorá tu bola pred pandemiou,“ uviedol Tomáš Lörincz, riaditeľ oddelenia prenájmu maloobchodných nehnuteľností v CBRE Slovensko.

Retail parkom veria aj investori. Český investičný fond Patria, patriaci pod skupinu ČSOB, nadobudol dva novo-vybudované retail parky vo Zvolene a v Bytči od slovenského developera KLM Real Estate. Podobne bola skupina aktívna aj v Česku, kde kúpila dva retail parky od rovnakého developera.

Česko-slovenská investičná skupina WOOD & Company vidí potenciál v centrách 1. generácie. Sotva minulý rok dokončila akvizíciu bratislavského Auparku, začiatkom roku 2025 kúpila bývalé obchodné centrum Polus, v súčasnosti VIVO! Bratislava.

V podobnom segmente operuje aj investičná firma M-MARKET, ktorá skupuje a zveľaduje lokálne obchodné domy, ale aj firmy patriace do portfólia žilinského podnikateľa George Trabelssieho, ktorý na Slovensku odkúpil hneď niekoľko obchodných domov od Tesco. Obchodné centrá a galérie buduje a prevádzkuje GLOBAL RENT s.r.o. a tiež Primum (patriaca pod skupinu InterCora), ktorá však developuje aj retail parky. Vznikajú však budú aj menšie nákupné centrá, ako napríklad vybudovali IMMOBILIEN MANAGEMENT, s.r.o. / NSO Invest v Handlovej.

## Čo sa bude musieť zmeniť?

Napriek tomu, že objem moderných nákupných plôch rastie, konsolidácia, inflácia a celková neistota pri vývoji globálnej ekonomiky, núti ľudí šetriť. Celkový negatívny obraz trhu navyše dotvára neustála hrozba obchodnej vojny medzi Európou a USA a tiež globálna bezpečnostná nestabilita. Ako uviedli zástupcovia Slovenskej aliancie



moderného obchodu, obchodné reťazce pôsobiace na Slovensku vstúpili do roku 2025 s pesimizmom a nízkymi očakávaniami.

Ako teda osloviť zákazníkov a opakovane ich prilákať do obchodov? Podľa odborníkov oslovených odborným časopisom Across „The European Placemaking Magazine“, sa v roku 2025 očakáva nárast počtu rôznych formátov obchodov a retailových priestorov, pričom každý z nich bude reagovať na špecifické potreby spotrebiteľov.

## Retail parky

Rozmach výstavby a prístavby nákupných centier sa skončil a štafetu preberajú retail parky. Tešia sa obľube vďaka atraktívnym výnosom a relatívne nízkej obstarávacej cene. Dôraz sa bude v tejto súvislosti stále klásť na predajne zamerané na tovary každodennej potreby a cenovo výhodné nákupy, teda budú to prevažne diskonty. Ortac Özortac, partner Weconsult uviedol, že „dôležitým prvkom bude vždy tzv. kotevný nájomca, ktorým často býva napríklad reťazec Kaufland. Ten priťahuje zákazníkov, ktorí si chcú vybaviť všetko na jednom mieste (one-stop-shopping).“ Retail parky ponúkajú nájomníkom dostupné lokality, cenovo prijateľné nájomné a flexibilný dizajn. Vo všeobecnosti tak platí, že retail parky sú vnímané ako odolný (resilience) a atraktívny retailový formát s dôrazom na praktické nákupy, ktorý láka nájomcov aj investorov a má potenciál dominovať v menších mestách alebo menej zaľudnených spádových oblastiach.

## Shopping centrá

Neobídu sa bez transformácie na multifunkčné destinácie. Dôraz sa kladie a bude musieť klásť na vytváranie zážitkov, komunitných priestorov a integráciu rôznych funkcií, ako sú maloobchod, služby, zábava, bývanie a gastronómia. Úspešné centrá sa odlišujú a aj v budúcnosti odlišia jedinečnou polohou a silným prepojením s každodenným životom miestnych komunít. Investori a majitelia nákupných centier si však uvedomujú, že tradičné modely už nie sú životaschopné a že je potrebné investovať do modernizácie a transformácie týchto priestorov. Je to dôležité preto, aby prilákali zákazníkov a zvýšili hodnotu nehnuteľností. Zmena mnohých shopping mall-ov vytvára príležitosti pre nové koncepty a značky. Dobrým príkladom je spomínaný Polus/VIVO! Bratislava. Malo by sa stať hyperlokálnym obslužným centrom pre spádovú oblasť a dať priestor lokálnym obchodníkom, komunitám a službám. Na vysoko saturovanom bratislavskom trhu to však znamená aj pritiahnutie životaschopných značiek z okolia, ktoré plnili svoju úlohu v inom priestore, napríklad oživovali parter budov. Spomeňme predajne Muničák alebo iH-RYsko, ktoré sú už niekoľko rokov pod strechou obchodného centra VIVO! Bratislava a inde chýbajú. Väčšie nákupné centrá budú zároveň pokračovať v nastolenom trende rozširovania ponuky jedál a nápojov (F&B) a dodatočných služieb nesúvisiacich priamo s maloobchodom (napríklad coworking, detské kútiky...).

# Aj nákupné centrá čaká zmena

## Outletové centrá

Tieto prevádzky sa menia na fashion a lifestyle destinácie. Zameriavajú na zážitky, pričom sa zároveň snažia odlíšiť od (lacných) online predajcov. Dôležitá je spolupráca outletov s partnermi, investormi a opäť aj s miestnymi komunitami. Keďže na Slovensku oba projekty outletu zlyhali, tento formát aktuálne nie je v hľadáčkicu investorov. One Fashion Outlet pri obci Voderady je v súčasnosti opustená lokalita, D1 Outlet, neskôr Castello a dnes D1 Expo - Business Centre pri Senci zasa pôsobí ako kulisy pre zahraničnú filmovú produkciu. Svoju úlohu v tejto spádovej oblasti však plní neustále sa rozširujúci rakúsky Designer Outlet Parndorf.

## Polyfunkčné projekty

Kombinujú rezidenčné, komerčné, rekreačné, zdravotnícke a ďalšie priestory. Už Jane Jacobs vo svojich dielach o urbanizme zdôrazňovala dôležitosť živého parteru budov. Polyfunkčné projekty by mali vytvárať dynamické a sebestačné komunity, ktoré zabezpečia návštevnosť počas celého dňa až do neskorých hodín. Čiastočne už túto funkcionalitu preberajú lokálne nákupné centrá, ktoré ale obvykle poskytujú len stravovacie a nákupné možnosti pre ľudí pracujúcich v okolí, teda zvyčajne v kanceláriách alebo coworkingových priestoroch. V dopoludňajších, neskorých popoludňajších hodinách a nezriedka aj cez víkendy však takéto centrá zívajú prázdnotou. Investori preto hľadajú projekty, ktorých súčasťou sú napríklad polikliniky, hotely, plavárne, unikátne reštaurácie vyhľadávané aj turistami, promenády či zelené strechy. Ide však o investične a časovo mimoriadne náročné projekty, ktoré často zahŕňajú výstavbu celých štvrtí, vybudovanie dopravného napojenia a predovšetkým posun vo vnímaní zákazními. Vhodným príkladom je bratislavská Eurovea, ktorá vďaka viacerým funkciám a svojej veľkosti posunula centrum Bratislavy na ľavý breh Dunaja medzi Starý most a Most Apollo.

Dôležité je zdôrazniť, že úspech každého retailového formátu závisí od schopnosti prispôbiť sa meniacim sa potrebám spotrebiteľov. Teda je dôležité nielen posúvať hranice architektúry, dizajnu, integrovať technológie a klásť dôraz na udržateľnosť, ale najmä posúvať „mindset“. Kým nebude pre kritickú masu zákazníkov Eurovea cieľovou destináciou, tak si nezabezpečí stabilnú návštevnosť (popularitu miesta a jeho schopnosť pritiahnúť návštevníkov vyjadruje pojem destination footfall).



## Sociálna destinácia

V tejto súvislosti odborníci oslovení magazínom Across hovoria o konceptoch sociálnej destinácie a 15-minútového mesta. Oba koncepty viac menej popisujú stav, kedy má človek všetko potrebné v okruhu 15 minút chôdze alebo pomalej jazdy na bicykli od bydliska. Podporuje sa tak komunita, lokálny život, udržateľnosť a znižuje sa potreba dlhých ciest autom alebo MHD. Víťazom na retailovej mape budú teda miesta zamerané na zážitky, ktoré integrujú čo najviac funkcionalít a zároveň komunitné aktivity dostupné pešo. Maloobchodné priestory sa postupne transformujú na sociálne destinácie, v ktorých je nakupovanie akoby jedna z činností.

„Ľudia hľadajú priestory, kde sa môžu zhromažďovať a zdieľať zmysluplné zážitky. Zároveň by tieto priestory mali uspokojovať ich základné potreby, ako je nakupovanie alebo prístup k službám, a tiež ponúkať funkcionalitu, ktoré predtým vyžadovali návštevu iných miest, ako je napríklad centrum zubnej starostlivosti, estetickej medicíny, fyzioterapia, poradenstvo alebo vzdelávanie. Nákupné centrá na Slovensku majú všetky predpoklady na to, aby sa stali takýmito centrami. Nákupné centrá sa tak budú musieť transformovať z čisto transakčných priestorov na multifunkčné destinácie, ktoré ponúknu zážitky, praktické a vyhľadávané služby a tiež komunitné aktivity,“ uviedla pre špeciálne vydanie Across Katarína Paule, leasing manager bratislavského centra Eurovea.

Viacerí respondenti spomínajú smart cities. Tu sa však dostávame do širšej problematiky tzv. placemakingu, teda miestotvorby. Retailové projekty budú polyfunkčné a budú nadväzovať alebo rovno vytvárať podmienky pre inštitúcie zabezpečujúce zdravotnú starostlivosť, wellness, vzdelávanie alebo kultúrne vyžitie. Aby sme však premostili opäť na Slovensko, môžeme spomenúť projekt Nový Istropolis, ktorý by okrem bytov, kancelárií, retailových a HORECA prevádzok mal priniesť reprezentatívnu kultúrno-spoločenskú halu pre niekoľko tisíc ľudí.

## Mení sa aj spotrebiteľ

Postupnou saturáciou nákupných možností zaznamenávajú odborníci aj zmeny v správaní spotrebiteľov.

Zákazníci hľadajú viac než len nakupovanie; chcú zážitky, rekreáciu a zábavu spojenú s nákupmi. Retailové projekty sa transformujú na cieľové destinácie, kde sa spája maloobchod, stravovanie, kultúra a ďalšie aktivity. Retailové projekty by mali zohľadňovať potreby ľudí v danej lokalite a preferencie komunit. Odborníci zdôrazňujú potrebu prispôbiť ponuku a zážitky miestnym zákazníkom. Cieľom je vytvárať príjemné miesta, kde sa môžu ľudia stretávať, zdieľať zážitky a budovať vzťahy, teda vytvárať sociálne destinácie.

Spotrebiteľia a investori očakávajú, že retailové formáty budú demonštrovať svoju environmentálnu a sociálnu zodpovednosť. Teda nielen, že samotné budovy majú byť „zelené“, ale majú znižovať svoju uhlíkovú stopu počas celej životnosti a podporovať udržateľnosť v rôznych smeroch. S trendom ESG súvisí aj fokus na wellness, zdravie a nemateriálne potreby komunity. Retailové projekty preto musia mať priestory pre odдых, zeleň a podporovať zdravý životný štýl a samozrejme musia byť inkluzívne.

Zákazníci už bežne očakávajú plynulý prechod medzi online a offline maloobchodom. Za normu považujú služby ako napríklad Click & Collect, doručovacie služby alebo úložné boxy e-shopov v blízkosti miesta, kam chodia nakupovať potraviny.

Zlepšovanie zákazníckeho zážitku a personalizácia ponuky sa už v súčasnosti nezaobídu bez podpory digitálnych technológií, ako je aj strojové učenie, AI, smart technológie, internet vecí a ďalšie moderné „vychytávky“. Schopnosť rýchlo sa prispôbiť meniacim sa potrebám zákazníkov a trhovým podmienkam je v súčasnosti kľúčová. Pandémia ukázala, kto je pripravený flexibilne meniť dispozície, nájom, či prechádzať na hybridné modely práce a e-commerce. Všeobecne je dôležitá schopnosť retailu reagovať na nové trendy.

# Svetové ukazovatele duševného vlastníctva

Správa World Intellectual Property Indicators 2025 (WIPI 2025), ktorú v týchto dňoch vydala Svetová organizácia duševného vlastníctva (WIPO), predstavuje komplexný prehľad o globálnych trendoch v oblasti duševného vlastníctva za rok 2024 a potvrdzuje, že svetová inovačná činnosť je dynamická, odolná a čoraz inkluzívnejšia.

Rekordný počet prihlášok patentov a dizajnov dokazuje, že duševné vlastníctvo zostáva základným pilierom hospodárskeho rozvoja a technologického pokroku. Napriek tomu pretrvávajú regionálne a rodové rozdiely, ktoré si vyžadujú globálnu spoluprácu na dosiahnutie spravodlivejšieho a udržateľnejšieho inovačného ekosystému.

## Patenty

V roku 2024 bolo celosvetovo podaných 3,7 milióna patentových prihlášok, čo predstavuje nárast o 4,9 % oproti roku 2023 – najvyšší medziročný rast od roku 2018. Tento trend potvrdzuje piaty po sebe idúci rok rastu v oblasti patentovej činnosti.

Čína bola opäť svetovým lídrom s 1,8 milióna prihlášok, čo predstavuje takmer polovicu všetkých podaní (49,1 %). Nasledovali USA

(603 000 prihlášok), Japonsko (306 000), Južná Kórea (246 000) a Európsky patentový úrad (199 000). Týchto päť úradov spolu spracovalo 85,5 % všetkých svetových podaní.

Najvýraznejší rast zaznamenali Čína (+9 %) a India (+16,5 %), čo potvrdzuje posilňovanie ázijských inovačných ekosystémov.

Z regionálneho hľadiska sa Ázia stala dominantným centrom svetových inovácií, keďže jej úrady prijali 70,1 % všetkých patentových prihlášok, zatiaľ čo Európa a Severná Amerika zaznamenali pokles podielov (na 9,7 % a 17,1 %).

Počítačové technológie tvoria najväčší podiel (13,2 %) všetkých zverejnených patentových prihlášok. Nasledujú elektrické zariadenia, meracie systémy, digitálna komunikácia a medicínske technológie. Oblasť počítačovej techniky rástla v priemere o 10,3 % ročne počas uplynulého desaťročia, čo odzrkadľuje prudký rozvoj umelej inteligencie, cloud computingu a automatizácie.

## Ochranné známky

Celosvetovo bolo v roku 2024 podaných 11,7 milióna prihlášok ochranných známok, čo predstavuje takmer rovnaký objem ako v roku 2023 (+0,3 %). Po dvoch rokoch spo-

malenia sa trh ochranných známok stabilizoval a začal obnovovať rast.

Čína zostala najväčším prihlasovateľom (7,3 milióna), aj keď jej objem klesol o 1,5 %. USA, EÚ, India a Brazília sa umiestnili medzi top prihlasovateľmi. India, Turecko a Brazília zaznamenali dvojciferný rast, čo naznačuje expanziu domácich značiek v rozvojových ekonomikách.

Najrýchlejšie rastúcimi segmentmi boli digitálne služby, zdravotníctvo a udržateľné produkty.

## Dizajny

Počet prihlášok dizajnov dosiahol 1,22 milióna a obsahovali 1,56 milióna jednotlivých dizajnov – nárast o 2,2 % oproti 2023. Čína dominovala s 58 % podielom, nasledovali Nemecko, USA a Južná Kórea. India sa po prvýkrát dostala medzi 10 najväčších prihlasovateľov dizajnov. Týchto päť krajín spolu predstavovalo takmer tri štvrtiny (74,9 %) globálnej aktivity v roku 2024.

Najrýchlejšie rastúce oblasti dizajnu zahŕňali spotrebnú elektroniku, módu, mobilitu a ekologický dizajn, čo odráža globálny posun smerom k udržateľnému a esteticky inovatívnemu priemyslu. ts •

# Zemepisné označenia po novom

Európska komisia oznámila, že EÚ otvára registráciu názvov remeselných a priemyselných výrobkov v rámci svojho nového systému zemepisných označení.

Komisia pripomenula, že od 1. decembra 2025 si môžu európski sklári, hrnčiari, nožiarri, klenotníci a ďalší výrobcovia registrovať názvy svojich výrobkov v rámci nového systému zemepisných označení EÚ pre remeselný a priemyselný tovar.

Prvýkrát vôbec sa ochrana zemepisných označení, dlho používaná pre potraviny a nápoje, bude vzťahovať aj na nepoľnohospodárske výrobky, čím sa dokončí jednotný trh s produktami chránených zemepisných označení.

Podľa správy EK tento systém bude chrániť ikonické tovary, ako je české sklo, porcelán z Limoges, príbory Solingen či donegalský tvíd, ktorých reputácia a kvalita pramenia z miesta ich pôvodu.

Ochráni sa tým tradičné zručnosti, podpora lokálne pracovné miesta a spotrebiteľia dostanú možnosť rozpoznať pravé, vysoko kvalitné európske výrobky. „Premenou

dedičstva na príležitosť posilní regionálne ekonomiky, zachová kultúrnu identitu a obmedzí falzifikáty online aj offline,“ uvádza sa v správe eurokomisie.

Výrobcovia môžu podať žiadosť prostredníctvom uznaného združenia alebo individuálne. Každá žiadosť musí obsahovať „špecifikáciu výrobku“ s uvedením názvu, výrobného procesu a zemepisnej oblasti a mala by byť predložená príslušnému vnútroštátnemu orgánu v členských štátoch EÚ.

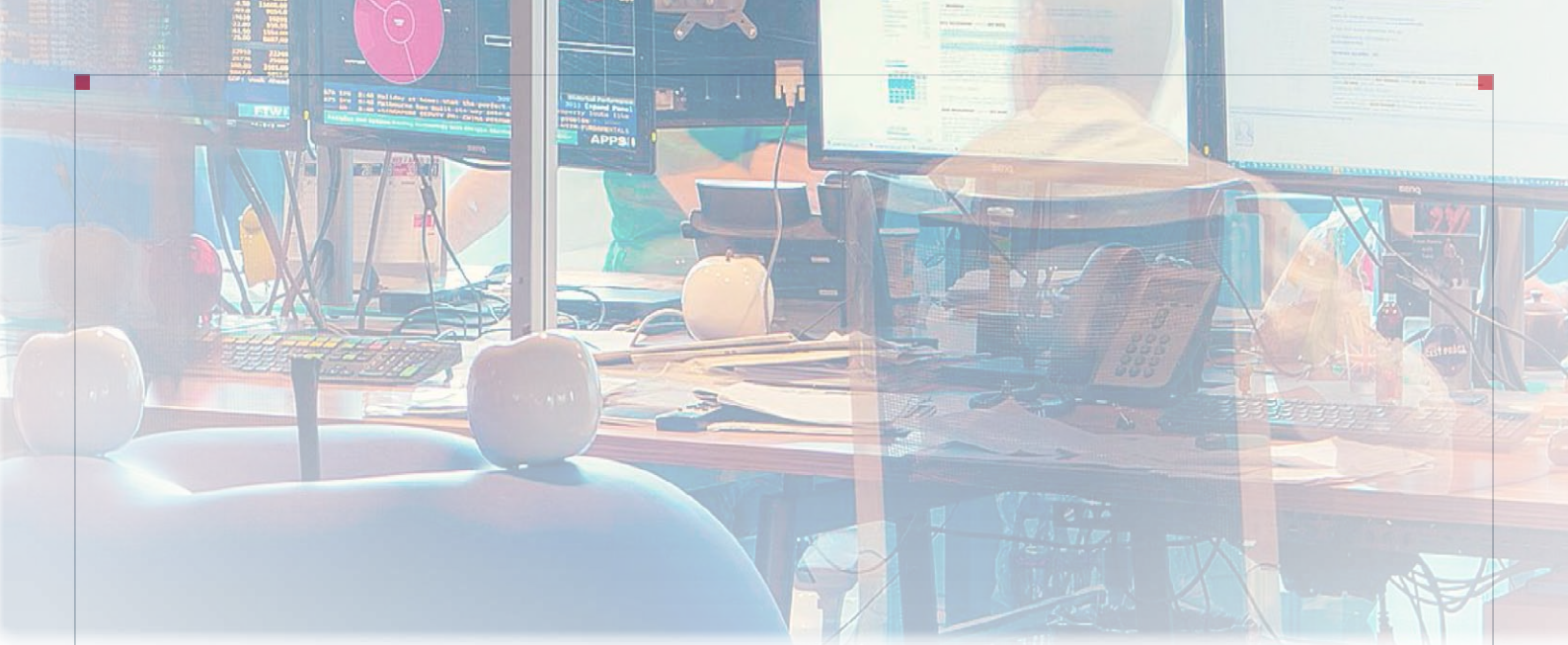
Postup registrácie zemepisného označenia má dva kroky. Na národnej úrovni sa preskúma žiadosť a spustí sa národné konanie o námietkach. Na úrovni Únie žiadosť posúdi Úrad EÚ pre duševné vlastníctvo (EUIPO), ktorý sa zaoberá konaním o námietkach v celej EÚ a rozhoduje o ochrane a registrácii. Dánsko, Fínsko, Holandsko, Litva, Luxembursko, Malta a Švédsko získali výnimku pre národnú fázu a výrobcovia budú môcť výnimovo podať žiadosť priamo EUIPO, ktorý riadi celý postup.

Komisia môže zasiahnuť v prípadoch, keď by registrácia mohla ovplyvniť verejný po-



riadok alebo obchod a vonkajšie vzťahy EÚ. Zemepisné označenia sú práva duševného vlastníctva, ktoré spájajú vlastnosti alebo povest' výrobku s jeho miestom pôvodu.

Nariadenie EÚ z októbra 2023 vytvára celoeurópsku ochranu remeselných a priemyselných zemepisných označení (CIGI). Nadväzuje na vyše 30 rokov fungujúci systém poľnohospodárskych zemepisných označení, ktorý chráni viac ako 3600 názvov a generuje približne 75 miliárd eur ročne - zhruba 15 % vývozu potravín a nápojov z EÚ. Toto nariadenie zavádza jednotný názov EÚ pre CIGI, čo umožňuje výrobcom zastaviť zneužívanie ich názvov a zabezpečiť si medzinárodnú ochranu. Existujúce národné remeselné a priemyselné zemepisné označenia zaniknú jeden rok po nadobudnutí účinnosti nariadenia, v decembri 2026. •



# Trhy v očakávaní zníženia sadzieb

**F**inančné trhy v posledných dňoch reagovali na kombináciu rastúcich očakávaní decembrového zníženia sadzieb Fedom, stabilizácie technologického sektora a postupujúcich rokovanií medzi USA a Ukrajinou o ukončení konfliktu. Dlhopisové výnosy v USA klesali, keď trh znova nacenil vyššiu pravdepodobnosť decembrového „cutu“ Fedu. Komoditné trhy kolísali najmä pod vplyvom geopolitiky a rokovanií o možnom ukončení konfliktu na Ukrajine. Dolár oslaboval, keď investori precenili svoju trajektóriu očakávaní voči americkej menovej politike.

## Akciové trhy

Americké akcie vstúpili do posledného novembrového týždňa odrazom po predchádzajúcej nervozite spôsobenej vysokými valuáciami veľkých technologických titulov okolo umelej inteligencie. Prvotný impulz priniesla zmena sentimentu smerom k spoločnostiam ako Alphabet či Nvidia, pričom trh podporila aj aktualizácia modelu Gemini zo strany Alphabetu. To viedlo k výraznému návratu rizikového apetitu a ustúpeniu volatility, čo technologickému sektoru umožnilo opäť sa postaviť na čelo rastu. Zisky sa prelievali aj do ostatných segmentov. Ustúpili obavy z prísnejšieho Fedu a trh začal aktívnejšie oceňovať vyššiu pravdepodobnosť decembrového zníženia úrokových sadzieb, čo sa prejavilo nielen v technologickom segmente, ale aj v cyklických sektoroch. Celkovo si široký index S&P 500 pripísal na týždennej báze 3,7 percenta a technologický index Nasdaq Composite až 4,9 percenta.

Európske trhy kopírovali sentiment zo zámoria. Frankfurt bol hlavným ťahúňom,

zatiaľ čo Londýn a Paríž zaostávali hlavne zo začiatku, keď investori čakali na nový britský rozpočet. K miernym výkyvom prispelo aj neplánované zverejnenie fiškálnych prognóz vo Veľkej Británii, no celkový risk-on náladu to výraznejšie nenarušilo. V závere mesiaca Európa pridávala len opatrne, keď chýbalo silnejšie smerovanie zo zámoria pre sviatočný režim amerických trhov. Na týždňovej báze si paneurópsky index STOXX 600 polepšil o 2,6 percenta pri raste nemeckého indexu DAX o 3,3 percenta, parížskeho indexu CAC 40 o 1,8 percenta a britského indexu FTSE 100 o 1,9 percenta.

## Dlhopisové trhy

Výnos 10-ročného amerického dlhopisu celkovo klesal, keď trh znova preceňoval vyššiu pravdepodobnosť decembrového znížovania sadzieb Fedom. Už v úvode bol dlhý koniec podporený dopytom po bezpečnejších aktívach po sérii komentárov členov Fedu, ktorí pripustili, že decembrový „cut“ je v hre.

Nemecký 10-ročný výnos sa počas posledného týždňa vyvíjal tlmene bez väčších výkyvov a držal sa v okolí 2,7 percenta. Dezinflačný proces v eurozóne je ukončený a ECB preto zrejme nebude meniť nastavenie menovej politiky. Aj zverejnenie rýchleho odhadu nemeckej inflácie za november, ktorá ukázala relatívne zvýšené cenové tlaky, malo iba minimálny dosah na výnosovú krivku.

## Komoditné trhy

Ropa sa v závere novembra konsolidovala v úzkom pásme v okolí jednomesačných miním, keď sa cena texaského benchmarku WTI pohybovala mierne nad 58 dolármi

a cena severomorskej zmesi Brent okolo 62,5 dolára. Ak odhliadneme od dennodenných fluktuácií, priemerná cena ropy Brent, referenčnej pre Európu, sa v novembri pohybovala pod 64 dolármi, čo je najnižšia úroveň za ostatné 4,5 roka. Na trhu dominujú očakávania značného pretrhu ponuky v budúcom roku rádomo nad 2,5 milióna barelov denne, keď jej rast už dnes predbieha zvyšovanie dopytu. Ďalším významným faktorom tlačiacim ceny nadol je, že trh začína započítavať možné ukončenie konfliktu na Ukrajine, po správach o prebiehajúcich konštruktívne hodnotených rozhovoroch medzi USA, Ukrajinou a Ruskom. To vytvára medzi obchodníkmi očakávania rušenia západných protiruských sankcií. Stratám ropy bránilo len zlepšenie sentimentu na finančných trhoch s rely amerických akcií a očakávania uvoľnenejšej menovej politiky v USA zo strany Fedu.

Zlato prešlo celkovo rastovým vývojom, ktorý bol ovplyvnený poklesom amerických dlhopisových výnosov a očakávaniami decembrového zníženia úrokových sadzieb Fedom spolu s oslabením dolára. Vďaka tomu si kov pripísal až 4,3-percentný týždenný zisk a posunul sa nad métu 4 200 dolárov.

## Devízové trhy

Dolár mierne rástol, pričom jeho pohyb odrážali kombinácia zlepšeného sentimentu k rizikovým aktívam a rastúce očakávania decembrového zníženia sadzieb zo strany Fedu, ktorého pravdepodobnosť narástla až nad 80 percent. Slabnutie sa prejavilo voči euru aj jenu, pričom pohyby voči jenu boli citlivejšie vzhľadom na signály Bank of Japan o možnom zvýšení sadzieb. ●

### V uplynulom období bol vydaný jeden ústavný zákon a dva nové zákony.

- **Zákon číslo 303/2025** Z. z. o štátnom rozpočte na rok 2026,
- **Zákon číslo 271/2025** Z. z. o podpore prioritných okresov,
- **Zákon číslo 300/2025** Z. z. o vysokých školách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (vysokoškolský zákon),
- **Zákon číslo 311/2025** Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku a o zmene a doplnení niektorých zákonov,
- **Zákon číslo 312/2025** Z. z. o spotrebiteľských úveroch a o iných úveroch a pôžičkách pre spotrebiteľov a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

Okrem toho bolo vydaných **17 noviel zákonov**.

- Spomedzi noviel zákonov je treba spomenúť zákon číslo 272/2025 Z. z. o dani z finančných transakcií a o zmene a dopl-

není niektorých zákonov, alebo zákon číslo 291/2025 Z. z. o dorovnávejacej dani na zabezpečenie minimálnej úrovne zdanenia nadnárodných spoločností ... a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

- Zákon číslo 293/2025 Z. z. je pomerne rozsiahlou novelou zákona číslo 580/2004 Z. z. o zdravotnom poistení.
- Zákon číslo 294/2025 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon číslo 357/2025 Z. z. o finančnej kontrole a audite ... je rozsiahla novela, týkajúca sa predovšetkým orgánov verejnej správy.

Medzi dôležité informácie patrí aj vydanie **Opatrenia MPSVaR SR číslo 280/2025 Z. z. o sumách stravného**. Podľa tohto opatrenia sa s účinnosťou od 1.12.2025 určujú tieto sadzby:

- 9,30 eura (predtým 8,80) pre časové pásmo 5 až 12 hodín,
- 13,80 eura (predtým 13,10) pre časové pásmo nad 12 hodín až 18 hodín,
- 20,60 eura (predtým 19,50) pre časové

pásmo nad 18 hodín.

Touto zmenou sa primerane zvyšujú príspevky na stravu, ktoré sa považujú za daňové výdavky podľa zákona o dani z príjmov. Podľa §152 ods. 3 Zákonníka práce sa výška príspevku určuje vo výške 55% zo sadzby stravného, platnej pre cesty do 12 hodín (9,30 eura), to znamená 5,12 eura na stravnú jednotku za každý odpracovaný deň.

Podľa §152 ods. 4 Zákonníka práce sa minimálna hodnota stravovacej poukážky zvýši na 6,68 eura, čo je 75% zo sadzby stravného, platnej pre cesty do 12 hodín (9,30 eura).

Uznesenie vlády číslo 289/2025 Z. z. schvaľuje návrh na zmenu osvedčenia o strategickú investíciu na investičný projekt „Šurany Industrial Park“.

V tomto období bol vydaný jeden nález Ústavného súdu, štyri nariadenia vlády, tri opatrenia MPSVaR SR (vrátane už spomínaného), dve vyhlášky MF SR a jedna vyhláška MIRRI SR.

# Vysoké sadzby znižujú motiváciu

Od budúceho roka sa výrazne mení zdaňovanie práce na Slovensku. Hraničná efektívna sadzba, teda podiel dodatočných daní a odvodov z každého ďalšieho prácou vytvoreného eura, sa zvýši pre všetkých a výrazne viac pre ľudí s vyššími príjmami. Takýto zamestnanec z 1 eura vyšších nákladov práce získa po novom len približne 41 centov. Poukázala na to Rada pre rozpočtovú zodpovednosť (RRZ).

Od januára 2026 sa bude rýchlejšie krátiť nezdaniteľná časť základu dane, znižuje sa hraničná pre druhú sadzbu dane z príjmu a pribúdajú dve nové sadzby 30 % a 35 % pre hrubé mesačné príjmy nad 5875 eur a 7302 eur.

Pre motiváciu pracovať je podľa RRZ kľúčová práve hraničná sadzba dane. Na Slovensku je už v súčasnosti tesne pod 50 % pri príjmoch od približne 580 eur a pri príjmoch nad 2540 eur dosahuje okolo 52 %. Od budúceho roka budú od hrubej mzdy 5875 eur dodatočné náklady práce zatažené asi 56 % a pri príjmoch nad 7302 takmer 59 %. „Takto vysoké sadzby môžu znižovať motiváciu vytvárať a obsadzovať vysokokvalifikované pracovné miesta či zvyšovať mzdy,“ upozornila rada.

### Zdanenie majetku je efektívnejšie

„Pri Slovensku je problém odlivu talentu ešte väčší, nakoľko krajina výrazne stráca



talenty už cez vysokoškolské štúdium v zahraničí. Z pohľadu budúceho rastu je efektívnejšie zdaňovať majetok ako pracovné príjmy. Nové vyššie sadzby nezasiahnu najbohatšie domácnosti s pasívnymi príjmami z kapitálu či majetku, ale skôr vysokokvalifikovaných zamestnancov,“ zhodnotila RRZ.

Pri tak vysokej hraničnej sadzbe podľa rady prirodzene rastie aj riziko znižovania budúcich verejných príjmov cez odliv kvalifikovaných zamestnancov do právnych foriem s nižším zdanením. Môže ísť o formálne podnikanie ako samostatne zárobkovo činná osoba, malá spoločnosť s ručením obmedzením, či vyplácanie dividend. **ta**

Bratislavská regionálna komora SOPK ponúka podnikateľom v rámci svojich aktivít služby:

### Vzdelávacie aktivity

8. december 2025

Digitalizácia malých a stredných podnikov

Vianočné stretnutie

### Iné aktuálne ponuky

**Vystavovanie ATA karnetov** – unifikovaný colný dokument pre tranzit a dočasný dovoz tovarov do tretích krajín bez cla

**Osvedčovanie o pôvode tovaru** – služby pre zjednodušenie Vášho zahraničného obchodu

**Klub podnikateľov** Bratislavskej regionálnej komory a **Klub mladých podnikateľov** – tematické klubové stretnutia členov BRK SOPK

### Sledujte nás aj na FACEBOOKU

Bratislavská regionálna komora SOPK:

<https://www.facebook.com/ba.sopk.sk/>

### Sledujte nás aj na LINKEDIN

Bratislavská regionálna komora SOPK:

<http://bit.ly/linkedinbrksopk>

## INCOTERMS

Pre každého, kto sa zaoberá medzinárodným obchodom, je k dispozícii odborná publikácia INCOTERMS 2020. Odborná publikácia je určená pre manažérov medzinárodného obchodu, odborníkov z colnej praxe, logistiky a zasielateľstva, bankovníctva, študentov a iných účastníkov, ktorí realizujú, alebo sa podieľajú na realizácii obchodných prípadov s tovarom na tuzemskom, ako aj medzinárodnom trhu. Používatelia iste ocenia dvojjazyčnosť tejto publikácie. Pôvodný oficiálny anglický text výkladových pravidiel MOK Incoterms® 2020 a jeho oficiálny slovenský preklad v zrkadlovom usporiadaní pomôže pri orientácii v spleti odborných výrazov. Veľmi pohodlný a praktický formát A5 obsahuje 310 strán a v publikácii nájdete odpovede na každý obchodný prípad. Veríme, že publikácia pomôže všetkým, ktorých problematika medzinárodného obchodu zaujíma. Bilingválnu publikáciu INCOTERMS 2020 môžete kúpiť priamo v našej regionálnej komore.

Bližšie informácie:

Telefón: 02/48291524 – Ing. Branislav Koukal

E-mail: [branislav.koukal@sopk.sk](mailto:branislav.koukal@sopk.sk)



## Bojujeme za vás

**SOPK posúdila v rámci legislatívneho procesu tieto návrhy:**

- návrh zákona, ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 203/2011 Z. z. o kolektívnom investovaní v znení neskorších predpisov;
- návrh vyhlášky Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka Slovenskej republiky, ktorou sa mení a dopĺňa vyhláška Ministerstva pôdohospodárstva Slovenskej republiky č. 293/2008 Z. z., ktorou sa ustanovujú podrobnosti o rozsahu odbornej prípravy, obsahu skúšky, zložení skúšobnej komisie a o osvedčení o získaní oprávnenia na projektovanie pozemkových úprav v znení vyhlášky č. 162/2022 Z. z.;
- návrh opatrenia Ministerstva financií Slovenskej republiky č. MF/013838/2025-74, ktorým sa mení a dopĺňa opatrenie Ministerstva financií Slovenskej republiky z 3. decembra 2014 č. MF/23377/2014-74, ktorým sa ustanovujú podrobnosti o individuálnej účtovnej závierke a rozsahu údajov určených z individuálnej účtovnej závierky na zverejnenie pre veľké účtovné jednotky a subjekty verejného záujmu v znení neskorších predpisov;
- návrh nariadenia vlády Slovenskej republiky, ktorým sa mení a dopĺňa nariadenie vlády Slovenskej republiky č. 3/2023 Z. z., ktorým sa ustanovujú pravidlá poskytovania podpory na neprojektové opatrenia Strategického plánu spoločnej poľnohospodárskej politiky v znení neskorších predpisov;
- návrh opatrenia Ministerstva financií Slovenskej republiky č. MF/013819/2025-74, ktorým sa mení a dopĺňa opatrenie Ministerstva financií Slovenskej republiky zo 16. decembra 2002 č. 23054/2002-92, ktorým sa ustanovujú podrobnosti o postupoch účtovania a rámcovej účtovnej osnove pre podnikateľov účtujúcich v sústave podvojného účtovníctva v znení neskorších predpisov;
- návrh nariadenia vlády Slovenskej republiky, ktorým sa dopĺňa nariadenie vlády Slovenskej republiky č. 436/2008 Z. z., ktorým sa ustanovujú podrobnosti o technických požiadavkách a postupoch posudzovania zhody na strojové zariadenia v znení nariadenia vlády Slovenskej republiky č. 140/2011 Z. z.;
- nariadenie vlády Slovenskej republiky, ktorým sa ustanovujú podrobnosti rozpisu finančných prostriedkov zo štátneho rozpočtu pre školy a školské zariadenia;
- návrh na uzavretie Dohody o výklade a uplatňovaní Zmluvy o energetickej charte.

## Viete, že...?

... od januára 2026 štartuje daňová amnestia, ktorá umožní daňovníkom zbaviť sa dlhov voči štátu bez pokút a úrokov z omeškania. Cieľom je pomôcť tým, ktorí majú daňové nedoplatky k 30. septembru 2025 alebo nepodalí daňové priznanie do tohto dátumu. Informovala o tom Finančná správa (FS) SR. Aby daňovník mohol využiť daňovú amnestiu, musí daňový nedoplatok zaplatiť v období od 1. januára do 30. júna 2026. V prípade, že má niekto daňový nedoplatok k 30. septembru 2025 alebo nepodal priznanie, môže počas obdobia od 1. januára 2026 do 30. júna 2026 zaplatiť daňový nedoplatok alebo dodatočné daňové priznanie a uhradiť v ňom vypočítanú daň. Len vtedy mu štát odpustí pokuty a úroky z omeškania, ktoré by inak musel zaplatiť.

Ak daňovník daňový nedoplatok zaplatí ešte pred 1. januárom 2026, daňová amnestia sa naňho nevzťahuje, zdôraznila FS. Znamená to, že pokuty a úroky z omeškania budú vyrubené a budú musieť byť zaplatené v plnej výške. Finančná správa zároveň dodala, že ak vznikne nový daňový nedoplatok po 30. septembri 2025, daňová amnestia sa na tento nedoplatok nevzťahuje.

**Do výplatného termínu**

- odvod preddavku na poistné na verejné zdravotné poistenie plateného zamestnancom a zamestnávateľom,
- odvod poistného na nemocenské poistenie, dôchodkové poistenie, poistenie v nezamestnanosti, úrazové poistenie, garančné poistenie, poistné do rezervného fondu solidarity a príspevkov na starobné dôchodkové sporenie, ktoré odvádza zamestnávateľ.

**Do 5 dní po výplatnom termíne**

- odvod preddavkov na daň z príjmov fyzických osôb zo závislej činnosti znížených o úhrn daňového bonusu,
- prevod finančných prostriedkov mesačného prídeldu do sociálneho fondu.

**01.12.2025, pondelok, namiesto 30.11.2025, nedeľa**

- splatnosť mesačného preddavku na daň z príjmov fyzických a právnických osôb pre daňovníka, ktorého posledná známa daňová povinnosť presiahla 16 600 eur, a to vo výške 1/12 poslednej známej daňovej povinnosti,
- predložiť miestne príslušnému správcovi dane prehľad o zrazených a odvedených preddavkoch na daň z príjmov zo závislej činnosti, ktoré zamestnancom vyplatil, o zamestnaneckej prémii a o daňovom bonuse za predchádzajúci mesiac,
- predložiť miestne príslušnému správcovi dane hlásenie o vyúčtovaní dane a o úhrne príjmov zo závislej činnosti poskytnutých jednotlivým zamestnancom bez ohľadu na to, či ide o peňažné plnenie alebo nepeňažné plnenie za uplynulé zdaňovacie obdobie o vybraných príjmoch oslobodených od dane ustanovených týmto zákonom, o zrazených preddavkoch na daň, o zamestnaneckej prémii, o daňovom bonuse a o daňovom bonuse na zaplatené úroky.

**08.12.2025, pondelok**

- odvod poistného na nemocenské poistenie, dôchodkové poistenie, poistenie v nezamestnanosti (dobrovoľné), poistného do rezervného fondu solidarity a príspevkov na starobné dôchodkové sporenie za samostatne zárobkovo činnú osobu a dobrovoľne poistenú osobu,
- odvod preddavku na poistné na verejné zdravotné poistenie za samostatne zárobkovo činnú osobu,
- preddavok na zdravotné poistné pla-

titela dividend za poistenca, ktorý mal minulý mesiac príjem z dividend.

**15.12.2025, pondelok**

- odvod sumy na zabezpečenie dane z príjmov fyzických osôb a právnických osôb za predchádzajúci mesiac a oznámenie správcovi dane v súlade s rozhodnutím správcu dane,
- odvod dane z príjmov vyberanej zrážkou za predchádzajúci mesiac, predložiť výkaz o zrazení a odvedení dane a zaplatiť daň.

**29.12.2025, pondelok, namiesto**

**25.12.2025, štvrtok, štátny sviatok**

- povinnosť podať daňové priznanie k dani z pridanej hodnoty platiteľom dane a v rovnakej lehote zaplatiť daň ak je zdaňovacím obdobím kalendárny mesiac,
- povinnosť podať súhrnný výkaz za predchádzajúci mesiac pre daňového zástupcu za zastúpených dovozcov Daňovému úradu Bratislava,
- povinnosť podať kontrolný výkaz elektronickými prostriedkami za každé zdaňovacie obdobie, za ktoré je povinný podať daňové priznanie. Platiteľ nie je povinný podať kontrolný výkaz za zdaňovacie obdobie, za ktoré podáva daňové priznanie, v ktorom nie je povinný uviesť žiadne údaje o plneniach, alebo je povinný uviesť len údaje o dodaní tovaru oslobodeného od dane alebo údaje o dodaní tovaru a súčasne v ktorom neuvádza údaje o odpočítaní dane alebo uvádza len odpočítanie dane,
- povinnosť podať elektronickými prostriedkami súhrnný výkaz za predchádzajúci mesiac podľa § 80 zákona o DPH,
- povinnosť podať daňové priznanie k DPH za predchádzajúci mesiac pre osoby, ktoré nie sú platiteľmi DPH, ak im vznikla povinnosť platiť daň podľa § 69 zákona o DPH a splatnosť vlastnej daňovej povinnosti,
- povinnosť pre platiteľa a prevádzkovateľa daňového skladu, oprávneného príjemcu, ktorý opakovane prijíma minerálny olej v pozastavení dane z iného členského štátu podať colnému úradu daňové priznanie a zaplatiť daň. Daňové priznanie je povinný podať aj za zdaňovacie obdobie, v ktorom daňová povinnosť nevznikla,
- povinnosť oznámiť colnému úradu množstvo cigariet uvedených do daňového voľného obehu na území SR

za predchádzajúci kalendárny mesiac v členení podľa obchodného názvu cigariet, ceny cigariet uvedenej na kontrolnej známke a podľa počtu kusov cigariet v spotrebiteľskom balení cigariet,

- povinnosť podať colnému úradu daňové priznanie k dani z tabakových výrobkov za predchádzajúci kalendárny mesiac platiteľom dane, ktorý v rámci podnikania opakovane prijíma tabakové výrobky v pozastavení dane z iného členského štátu, a v rovnakej lehote zaplatiť daň,
- povinnosť podať colnému úradu daňové priznanie k dani z alkoholických nápojov za predchádzajúci kalendárny mesiac platiteľom dane, ktorý v rámci podnikania opakovane prijíma alkoholický nápoj v pozastavení dane z iného členského štátu, a v rovnakej lehote zaplatiť daň,
- povinnosť podať daňové priznanie k spotrebnej dani z alkoholických nápojov za predchádzajúci kalendárny mesiac prevádzkovateľom liehovarnického závodu na pestovateľské pálenie ovocia a malým samostatným pivovarom a v rovnakej lehote zaplatiť daň.

**31.12.2025, streda**

- splatnosť preddavku na daň z príjmov daňovníka, ktorého posledná známa daňová povinnosť presiahla 5 000 eur a nepresiahla 16 600 eur, vo výške 1/4 poslednej známej daňovej povinnosti,
- splatnosť mesačného preddavku na daň z príjmov pre daňovníka, ktorého posledná známa daňová povinnosť presiahla 16 600 eur, a to vo výške 1/12 poslednej známej daňovej povinnosti,
- predložiť miestne príslušnému správcovi dane prehľad o zrazených a odvedených preddavkoch na daň z príjmov zo závislej činnosti, ktoré zamestnancom vyplatil, o zamestnaneckej prémii a o daňovom bonuse za predchádzajúci mesiac,
- predložiť miestne príslušnému správcovi dane hlásenie o vyúčtovaní dane a o úhrne príjmov zo závislej činnosti poskytnutých jednotlivým zamestnancom bez ohľadu na to, či ide o peňažné plnenie alebo nepeňažné plnenie za uplynulé zdaňovacie obdobie o vybraných príjmoch oslobodených od dane, o zrazených preddavkoch na daň, o zamestnaneckej prémii, o daňovom bonuse a o daňovom bonuse na zaplatené úroky.

vz •



Slovenská  
obchodná  
a priemyselná  
komora

Bratislavská regionálna komora

## Podpora a ochrana podnikania v tuzemsku a v zahraničí

- *Informačné služby*

- *Networking*

- *Zahranično – obchodné vzťahy*

- *Poradensko – konzultačné služby*

- *Vzdelávacie aktivity*

- *Rozhodcovský súd*

- *Legislatívna činnosť*

- *Spolupráca so samosprávou*

since 1850

<https://sopk.sk/ba>