

Hĺbkové ex post hodnotenie vybraných regulácií pôsobiacich v podnikateľskom prostredí - formulár

Spracovateľ: Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky, odbor zlepšovania podnikateľského prostredia

Gestor/gestori právneho predpisu: Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky (ďalej aj ako „MK SR“)

Názov právneho predpisu/právnych predpisov: Zákon č. 265/2022 Z. z. o vydavateľoch publikácií a o registri v oblasti médií a audiovizie a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o publikáciách)

Lokalizácia: § 13 ods. 2

Účinnosť: 01. 08. 2022

Regulácia, ktorá je predmetom ex post hodnotenia: Regulácia č. 138

Podmienky definujúce komunitné periodikum

Špecifikácia¹:

- Internetový odkaz na legislatívny proces hodnoteného právneho predpisu na portáli Slov-Lex:
<https://www.slov-lex.sk/elegislativa/legislativne-procesy/SK/LP/2021/682>
- Internetový odkaz na číslo parlamentnej tlače hodnoteného právneho predpisu:
<https://www.nrsr.sk/web/Default.aspx?sid=zakony/cpt&ZakZborID=13&CisObdobia=8&ID=898>

Hĺbkové ex post hodnotenie:

- ☒ regulácie/regulácií jedného právneho predpisu
- ☐ navzájom súvisiacich regulácií vo viacerých právnych predpisoch

Ex post hodnotenie vykonané k: 29. 05. 2025

¹ Informácie sa neuvádzajú, ak bola hodnotená úprava predložená do legislatívneho procesu pred 1. aprílom 2015. Pred týmto dátumom neexistovala povinnosť vypracovať Analýzu vplyvov na podnikateľské prostredie.

9.1 Základné informácie k hodnotenej regulácii

9.1.1 Opis regulácie a jej pôsobenia:
Hodnotená regulácia definuje komunitné periodikum na účely zákona o publikáciách, ktoré primárne predstavuje nástroj občianskej spoločnosti, ktorým sa má zvyšovať povedomie o základných právach a slobodách, informačnej pluralite menších a znevýhodnených skupín. Regulácia bola zadefinovaná z dôvodu zabezpečenia konzistentnosti a prehľadnosti novej právnej úpravy. Základným definičným znakom komunitného periodika je jeho nehospodárska povaha, verejné rozširovanie alebo sprístupňovanie verejnosti za iným účelom, ako účelom dosahovania zisku. Prostredníctvom ustanovenia odseku 2 to platí aj v prípade, ak sa dosahujú príjmy z inzercie nepresahujúce hodnotu 5 % nákladov za hospodársky rok, aj to však najviac do výšky 10 000 €. Predkladateľ zámerné zvolil nízku sumu príjmov, ktoré sú priam zanedbateľné pri verejnom rozširovaní alebo sprístupňovaní publikácie verejnosti.
9.1.2 Znenie podnetu z podnikateľského prostredia (ak je k dispozícii)
V súčasnosti platí, že za komunitné periodikum, ktorého verejné rozširovanie alebo sprístupňovanie verejnosti nemá primárne hospodársku povahu, sa považuje aj také komunitné periodikum, pri ktorom príjmy z inzercie, vrátane príjmov z iných foriem propagácie, za hospodársky rok preukázateľne nepresahujú 5 % nákladov vydavateľa periodickej publikácie alebo prevádzkovateľa spravodajského webového portálu na verejné rozširovanie alebo sprístupňovanie komunitného periodika verejnosti, najviac však 10 000 €. Predmetom ex post hodnotenia by malo byť prehodnotenie 5 % hranice z nákladov vydavateľa smerom nahor.
9.1.3 Identifikácia dotknutých subjektov:
Ex ante: V ex ante fáze bola vypracovaná analýza vplyvov na podnikateľské prostredie, avšak pre hodnotenú reguláciu neboli identifikované dotknuté subjekty. Ex post: MK SR eviduje počet komunitných spravodajských webových portálov (nie prevádzkovateľov komunitných spravodajských webových portálov) zápisom do zoznamu periodických publikácií (ďalej len „zoznam“), zmenou zápisu v zozname a výmazom zápisu zo zoznamu. Ku dňu 28. 2. 2025 je podľa zoznamu evidovaných 5 komunitných spravodajských webových portálov. Počet prevádzkovateľov komunitných spravodajských webových portálov nie je známy, pretože jeden prevádzkovateľ môže prevádzkovať rôzny počet komunitných spravodajských webových portálov.
9.1.4 Identifikovaný vplyv na podnikateľské prostredie z ex ante fázy (ak bola vykonaná):
V ex ante fáze bola vypracovaná analýza vplyvov na podnikateľské prostredie, avšak pre hodnotenú reguláciu nebol identifikovaný vplyv na podnikateľské prostredie.

9.2 Vyčíslenie dopadu na podnikateľské prostredie – porovnanie predpokladaných (ex ante) a skutočných (ex post) nákladov právneho predpisu²

Tabuľka č. 1: Výpočet skutočných vplyvov regulácie/regulácií (ex post) a ich porovnanie s predpokladanými vplyvmi (ex ante) (údaje sú uvedené po vyplnení Kalkulačky nákladov podnikateľského prostredia pre ex post hodnotenie uvedenú v prílohe č. 9b jednotnej metodiky):

EX POST								EX ANTE ³	EX POST – EX ANTE
Poradové číslo regulácie	Stručný a zrozumiteľný opis regulácie	Lokalizácia	Účinnosť právneho predpisu/regulácie	Kategória dotk. subjektov	Počet subjektov v dotk. kategórii	Náklady na 1 podnik. v €	Náklady na kategóriu dotk. subjektov v €	Náklady na kategóriu dotk. subjektov v €	Rozdiel v nákladoch na kategóriu dotk. subjektov v €
138	Podmienky definujúce komunitné periodikum	§ 13 ods. 2	01.08.2022	Prevádzkovatelia komunitného periodika	-	-	-	-	-

² Kalkulácia nákladov sa uvádza pre každé hodnotené ustanovenie právneho predpisu, v prípade kalkulácie pre celý právny predpis ako celok je táto skutočnosť uvedená v lokalizácii.

³ Ex ante časť sa nevypĺňa, ak je regulácia zaradená do Registra ex post podľa bodu 10.3. písm. d) jednotnej metodiky a jej hodnotená úprava bola predložená do legislatívneho procesu pred 1. aprílom 2015.

Doplňujúce informácie k spôsobu výpočtu vplyvov jednotlivých regulácií na náklady podnikateľského prostredia a vysvetlenie rozdielu kvantifikácií ex post a ex ante

9.2.1 Spôsob vypočítania vplyvov na podnikateľské prostredie:
Ex ante náklady: V ex ante fáze bola vypracovaná analýza vplyvov na podnikateľské prostredie, avšak pre hodnotenú reguláciu nebol identifikovaný vplyv na podnikateľské prostredie, a teda neboli ani vypočítané vplyvy na podnikateľské prostredie. Z uvedeného dôvodu nie je možné uviesť spôsob vypočítania predpokladaných vplyvov na podnikateľské prostredie. Ex post náklady: Nedokážeme vypočítať vplyvy predmetnej regulácie na podnikateľské prostredie, pretože MK SR neeviduje počet prevádzkovateľov komunitných spravodajských webových portálov. Taktiež nie je možné kvantitatívne identifikovať vplyv, pretože v tomto prípade ide o zadefinovanie právnej istoty.
9.2.2 Zdroj početnosti (vrátane internetového odkazu na konkrétne štatistiky, ak sú dostupné na internete):
Zdrojom početnosti sú interné štatistiky Ministerstva kultúry SR, ktoré nie sú verejne dostupné.
9.2.3 Dôvod rozdielu medzi predpokladanými nákladmi regulácie (ex ante) a zistenými skutočnými nákladmi (ex post) (ak vznikol):
V ex ante fáze bola vypracovaná analýza vplyvov na podnikateľské prostredie, avšak pre hodnotenú reguláciu nebol identifikovaný vplyv na podnikateľské prostredie. Zároveň ide o reguláciu, pre ktorú nie je možné samostatne kvantitatívne posúdiť skutočné náklady. Z uvedených dôvodov nie je možné uviesť dôvod rozdielu medzi predpokladanými a skutočnými nákladmi.
9.2.4 Dôvod vzniku nepredpokladaných nákladov v ex ante fáze:
V ex ante fáze bola vypracovaná analýza vplyvov na podnikateľské prostredie, avšak pre hodnotenú reguláciu nebol identifikovaný vplyv na podnikateľské prostredie. Z uvedeného dôvodu nie je možné uviesť náklady nepredpokladané v ex ante fáze.

9.3 Ex post konzultácie s podnikateľskými subjektami a gestorom právneho predpisu

9.3.1 Účastníci, forma, termíny a časový rozsah ex post konzultácií:

GESTOR PRÁVNEHO PREDPISU – Zúčastnení zástupcovia:

Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky, sekcia umenia, kreativity, médií a autorského práva,
odbor mediálneho práva a audiovizie (ďalej len ako „gestor“)
Rada pre mediálne služby

PODNIKATELSKÉ SUBJEKTY:

Cielené konzultácie:

Oslovené subjekty (obchodné meno, IČO):

Slovenský ochranný zväz autorský
pre práva k hudobným dielam (ďalej ako
„SOZA“), 00178454
Slovenský syndikát novinárov (ďalej ako
„SSN“), 00178501
MAC TV s. r. o., 00618322
MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s. r. o. (ďalej
ako „MARKÍZA“) 31444873
LITA, autorská spoločnosť, 00420166

Zúčastnené subjekty:

Áno ☒ Nie ☐

Áno ☒ Nie ☐

Áno ☒ Nie ☐

Áno ☒ Nie ☐

Áno ☒ Nie ☐

Forma a termín vykonania konzultácií:

Oslovené subjekty:

Forma:

Dátum vykonania:

SOZA	osobne/online ☒ dotazník/e-mail ☐	13. 02. 2025
SSN	osobne/online ☒ dotazník/e-mail ☐	13. 02. 2025
MAC TV s. r. o.	osobne/online ☒ dotazník/e-mail ☐	13. 02. 2025
MARKÍZA	osobne/online ☒ dotazník/e-mail ☐	13. 02. 2025
LITA, autorská spoločnosť	osobne/online ☒ dotazník/e-mail ☐	13. 02. 2025

Verejné konzultácie:

Trvanie verejných konzultácií: od 03. 01. 2025 do 20. 01. 2025

Forma a termín vykonania konzultácií:

Do verejných konzultácií sa nezapojili žiadne ďalšie podnikateľské subjekty.

9.3.2 Vyjadrenie podnikateľských subjektov k regulácií:

- vznesené pripomienky voči zneniu regulácie,
- konkrétne problémy regulácie alebo prekážky, ktoré regulácia spôsobuje v praxi.

Zástupca SSN sa vyjadril, že v súčasnosti platí, že za komunitné periodikum, ktorého verejné rozširovanie alebo sprístupňovanie verejnosti nemá primárne hospodársku povahu, sa považuje aj také komunitné periodikum, pri ktorom príjmy z inzercie, vrátane príjmov z iných foriem propagácie, za hospodársky rok preukázateľne nepresahujú 5 % nákladov vydavateľa periodickej publikácie alebo prevádzkovateľa spravodajského webového portálu.

SSN vyjadril nespokojnosť s touto hranicou a označil ju za príliš nízku. Podľa jeho názoru nie je 5 % dostatočná suma na pokrytie nevyhnutných nákladov, najmä pre malé a neziskové organizácie, ktoré vydávajú komunitné periodiká. V regiónoch, kde tieto médiá často zohrávajú kľúčovú úlohu v informovaní obyvateľstva, narážajú vydavatelia na finančné limity, ktoré im znemožňujú udržať sa v prevádzke bez toho, aby boli klasifikovaní ako hospodárska činnosť.

Ak totiž príjmy z reklamy presiahnu stanovenú hranicu, automaticky sa mení štatút týchto médií, čo pre nich znamená nové administratívne povinnosti a finančnú záťaž. Podnikatelia upozorňujú, že dôsledkom je nielen zvýšená byrokracia, ale aj potenciálne ohrozenie existencie niektorých komunitných médií, ktoré nemajú stabilné zdroje financovania. Tento problém sa dotýka najmä menších vydavateľov a neziskových organizácií, ktoré sa snažia pôsobiť vo verejnom záujme a poskytovať relevantné informácie pre miestne komunity.

9.3.3 Vyjadrenie gestora k:

- dôvodu vzniku právneho predpisu/regulácie, opis problému, ktorý má riešiť,
- výsledku pôsobenia regulácie vo vzťahu k riešenému problému,
- plnenie cieľov regulácie vo vzťahu k riešenému problému,
- vzniku nepredvídateľných vplyvov (ak sa vyskytli),
- podnetu z podnikateľského prostredia,
- vzneseným pripomienkam podnikateľských subjektov k zneniu regulácie a pôsobeniu v praxi.

Gestor uviedol, že z dôvodu zabezpečenia konzistentnosti a prehľadnosti novej právnej úpravy sa v rámci samostatného ustanovenia v § 13 zadefinovalo komunitné periodikum na účely zákona o publikáciách. Komunitné periodiká sú dôležitým prvkom demokratickej spoločnosti, pretože poskytujú priestor pre verejnú diskusiu, občiansku participáciu a reflektujú témy, ktoré sú pre lokálne komunity kľúčové, avšak často prehliadané komerčnými médiami. Ich základným definičným znakom je nehospodárska povaha – verejné rozširovanie alebo sprístupňovanie verejnosti sa realizuje s primárnym cieľom spoločenskej prospešnosti, nie za účelom dosahovania zisku.

Na zabezpečenie tejto nehospodárskej povahy a ochrany pred komercializáciou komunitných periodík sa v ustanovení odseku 2 precizovalo, že ich financovanie môže zahŕňať aj príjmy z inzercie, avšak iba v obmedzenej miere. Konkrétne, príjmy z reklamy nesmú presiahnuť 5 % nákladov vydavateľa za hospodársky rok, pričom absolútna horná hranica je stanovená na 10 000 €. Táto regulácia má za cieľ zabrániť tomu, aby sa komunitné periodiká stali nástrojom podnikateľských subjektov, a zároveň zachovať ich pôvodný charakter ako médií zameraných na verejný záujem a občianske aktivity.

Gestor informoval, že konzervatívne nastavenie limitu pre príjmy z inzercie bolo zvolené zámerne, keďže ide o sumu, ktorá je v kontexte mediálneho trhu zanedbateľná a nepredstavuje riziko komerčného zneužitia. Prísne definovanie tejto hranice zároveň umožnilo odlíšiť komunitné periodiká od bežných komerčných médií, čím sa predchádza prípadným obchádzaním zákona a využívaniu výhod určených pre neziskové publikácie podnikateľskými subjektmi.

9.3.4 Alternatívne riešenia z pohľadu podnikateľských subjektov:

- návrhy na zmeny v právnom predpise (úprava znenia/zrušenie regulácie),
- návrhy na úpravu aplikačnej praxe,
- príklady alternatívnych riešení alebo osvedčených postupov z iných krajín (dobrovoľné),
- očakávaná úspora nákladov v dôsledku úpravy/zrušenia regulácie (dobrovoľné).

Podnikatelia a zainteresované subjekty vyjadrili na konzultácii rôzne názory na otázku limitu príjmov z inzercie pre komunitné periodiká. SSN navrhol zvýšiť limit príjmov z inzercie pre komunitné periodiká z pôvodných 5 % na 10 % nákladov vydavateľa za hospodársky rok. Hlavným dôvodom tohto návrhu je skutočnosť, že súčasné obmedzenie príjmov je podľa SSN príliš nízke a neumožňuje komunitným médiám efektívne pokrývať svoje náklady, čím ohrozuje ich dlhodobú udržateľnosť.

SSN argumentoval, že komunitné periodiká, hoci majú primárne nehospodársku povahu, potrebujú určitú finančnú flexibilitu na zabezpečenie svojej činnosti. Súčasný 5 % limit považuje za príliš prísny, najmä pre médiá, ktoré fungujú na regionálnej úrovni a nemá prístup k stabilným zdrojom financovania. Zvýšenie hranice na 10 % by podľa neho poskytlo väčší priestor na získanie prostriedkov potrebných na tlač, distribúciu a základné redakčné náklady bez toho, aby sa tým zásadne narušil ich nehospodársky charakter.

Zvýšenie limitu by podľa SSN mohlo tiež prispieť k rozvoju komunitných médií, čo by v konečnom dôsledku podporilo pluralitu informácií na lokálnej úrovni. Syndikát zdôrazňuje, že nejde o snahu o komercializáciu komunitných médií, ale o vytvorenie podmienok, ktoré im umožnia udržať si stabilitu a pokračovať vo svojej činnosti v prospech verejnosti.

Spoločnosť MARKÍZA však tento návrh spochybnila a namietala, že ak komunitné periodiká deklarujú nehospodársku činnosť, nemali by sa spoliehať na vyššie príjmy z inzercie. Zmenu percentuálneho (či absolútneho) pokrytia nákladov komunitného média z výnosov (príjmov) z inzercie a inej reklamy či propagácie možno tolerovať len smerom nadol. Ak sa komunitné médiá chcú zúčastňovať na reklamnom trhu vo vyššej miere, môžu tak urobiť, avšak za podmienok platných pre ostatné regulované subjekty. Iný prístup by znamenal ďalšie zvýhodnenie v hospodárskej súťaži, keďže komunitné médiá sa už aj súčasnou úpravou zúčastňujú na hospodárskej súťaži, pokiaľ vykonávajú hospodársku činnosť. Takéto zvýhodnenie by považovali za diskriminačné.

Rada pre mediálne služby k tejto téme doplnila, že ak komunitné médiá požadujú vyšší limit na reklamu, logicky ich to posúva bližšie k statusu bežných komerčných médií. V takom prípade by stratili výhody a špecifické postavenie komunitných periodík, ktoré sú určené primárne na podporu občianskej spoločnosti a informačnej plurality a nie na generovanie zisku.

9.3.5 Vyjadrenie gestora k alternatívnym riešeniam:

Gestor reagoval na vyjadrenia podnikateľov s dôrazom na to, že súčasná regulácia by nemala byť vnímaná ako obmedzenie, ale naopak ako zvýhodnenie komunitných médií a ústretový krok voči malým a nekomerčným subjektom. Pripomenul, že komunitné periodiká sú špecifickou kategóriou médií, ktorých hlavným cieľom nie je dosahovanie zisku, ale podpora občianskej spoločnosti, informačnej plurality a lokálnych iniciatív.

Gestor taktiež zdôraznil, že základnou myšlienkou tejto regulácie je udržať komunitné médiá mimo hospodárskej činnosti, čím sa odlišujú od komerčných vydavateľov. Zvýšenie limitu príjmov z reklamy by podľa nich mohlo viesť k tomu, že by sa komunitné médiá začali správať ako hospodárske subjekty, čo nie je v súlade s ich primárnym poslaním.

Z tohto dôvodu gestor nevidí dôvod na zvyšovanie percentuálneho limitu, pretože by to v konečnom dôsledku znamenalo vyššiu mieru komerčnej činnosti, ktorá by mohla oslabiť pôvodný zámer

regulácie. Podľa gestora súčasné nastavenie predstavuje kompromis medzi umožnením minimálneho financovania cez reklamu a zachovaním nehospodárskeho charakteru komunitných médií.

9.4 Stanovisko spracovateľa k právnemu predpisu a jeho vplyvu na podnikateľské prostredie

9.4.1 Stanovisko k pôsobeniu právneho predpisu/regulácie na podnikateľské prostredie, k optimálnosti jej nastavenia a k optimálnosti nastavenia jej aplikačnej praxe:

Pre zabezpečenie prehľadnosti sa v § 13 zadefinovalo komunitné periodikum ako nástroj občianskej spoločnosti na podporu povedomia o právach, slobodách, informačnej pluralite menších a lokálnej identity. Základným znakom komunitného periodika je nehuspodárska povaha, tým pádom neslúži na dosahovanie zisku. Platí to aj pri príjmoch z inzercie, ak nepresiahnu 5% nákladov ročne, maximálne však 10 000 €. Tento limit bol zámerne stanovený ako minimálna suma, ktorá neovplyvní nehuspodársky charakter periodika.

Spracovateľ vníma upozornenie SSN, že komunitné periodiká môžu mať príjmy z inzercie do 5 % nákladov ročne, no tento limit považuje za príliš nízky. Podľa neho nestačí na pokrytie základných nákladov, najmä pre malé a neziskové organizácie v regiónoch, kde tieto médiá zohrávajú dôležitú informačnú úlohu. Ak príjmy presiahnu stanovenú hranicu, médiá sú automaticky považované za huspodárske subjekty, čo im prináša nové administratívne a finančné povinnosti.

Gestor vysvetlil, že komunitné periodiká boli v § 13 zákona o publikáciách definované s cieľom zachovať ich úlohu v demokratickej spoločnosti. Aby sa zabránilo komercializácii komunitných médií, stanovil sa limit príjmov z reklamy na 5 % nákladov ročne, maximálne do 10 000 €. Táto regulácia má chrániť komunitné periodiká pred využívaním podnikateľskými subjektmi a zároveň zabezpečiť ich financovanie v primeranej miere. Gestor zdôraznil, že konzervatívne nastavenie tohto limitu je zámerné, keďže ide o sumu, ktorá nepredstavuje riziko komerčného zneužitia. Jasné vymedzenie hraníc odlišuje komunitné médiá od komerčných a bráni obchádzaniu zákona v prospech podnikateľských subjektov.

9.4.2 Stanovisko k alternatívnym riešeniam, ktoré môžu zlepšiť podnikateľské prostredie:

Spracovateľ vníma diskusiu zúčastnených strán o limite príjmov z inzercie pre komunitné periodiká. SSN navrhol zvýšiť hranicu z 5 % na 10 %, pretože súčasný limit považuje za príliš nízky a ohrozujúci finančnú stabilitu regionálnych médií. Tvrdí, že vyšší strop by podporil ich udržateľnosť bez narušenia neziskového charakteru. Spoločnosť MARKÍZA návrhom nesúhlasila a Rada pre mediálne služby dodala, že vyšší limit by komunitné médiá priblížil ku komerčným, čím by stratili svoje špecifické výhody.

Gestor zdôraznil, že regulácia je zvýhodnením komunitných médií, nie obmedzením. Ich cieľom nie je zisk, ale podpora občianskej spoločnosti a informačnej plurality. Podľa gestora je kľúčové, aby komunitné médiá zostali mimo huspodárskej činnosti. Zvýšenie limitu príjmov by ich priblížilo ku komerčným subjektom, čo by narušilo ich pôvodné poslanie. Preto nevidí dôvod na zmenu pravidiel, keďže aktuálne nastavenie predstavuje kompromis medzi minimálnym financovaním z reklamy a zachovaním neziskového charakteru. Spracovateľ sa k názoru gestora prikláňa.

9.4.3 Odporúčenie spracovateľa:

☒ ponechať reguláciu ☐ upraviť reguláciu ☐ zrušiť reguláciu bez náhrady

☐ upraviť aplikačnú prax

9.4.4 Ak spracovateľ navrhuje reguláciu alebo aplikačnú prax upraviť, tak uvedie ako a akých právnych predpisov/ustanovení právnych predpisov (aj súvisiacich právnych predpisov) sa má úprava dotknúť:

Spracovateľ nenavrhuje reguláciu alebo aplikačnú prax upraviť.

9.5 Vyjadrenie gestora právneho predpisu k vykonanému hĺbkovému ex post hodnoteniu⁴

9.5.1 Pripomienky gestora právneho predpisu k procesu ex post hodnotenia:
Gestor sa v stanovenej lehote nevyjadril.
9.5.2 Vyjadrenie gestora k obsahu stanoviska spracovateľa:
Gestor sa v stanovenej lehote nevyjadril.

⁴ Časť 9.5 je v zmysle bodu 10.2. JM vyplnená v prípade, ak gestor právneho predpisu zaslal spracovateľovi vyjadrenie k vykonanému ex post hodnoteniu do 30 kalendárnych dní od ukončenia hĺbkového ex post hodnotenia