

6. TEÓRIA A PRAX SPOTREBITEĽSKÝCH PRÁV

InStore; 02/2016; 30/03/2016; s.: 22,23; doc. Ing. Zdenka Musová, PhD. ; Zaradenie: PEOPLE

Harmónia medzi záujmami spotrebiteľov a ponúkajúcich, či už ide o výrobcov, predajcov, poskytovateľov služieb, nie je žiadna samozrejmosť. Zatiaľ čo sa podniky usilujú o maximalizáciu zisku, spotrebiteľia sú zainteresovaní na optimálnom uspokojení svojich potrieb. Spotrebiteľ je v reťazci výrobca obchod - konečný spotrebiteľ tým najslabším článkom. Jeho dostatočná individuálna ochrana je preto dôležitá pre posilnenie jeho postavenia na trhu.

SPOTREBITEĽ SPOLUROZHODUJE SVOJOU VOĽBOU

Realizácia záujmov spotrebiteľov predpokladá, že spotrebiteľia o ponúkaných tovaroch a službách v rámci svojich technických a ekonomických možností spolurozhodujú predovšetkým slobodnou voľbou medzi ponúkanými statkami. Táto sloboda rozhodovania je však často obmedzovaná, napríklad tým, že strana ponuky ovláda informačný systém, takže spotrebiteľia sa nemôžu informovať z nezávislých zdrojov o alternatívnych možnostiach konania. Ponúkajúci tiež môžu vysielateľ zmanipulované, chybné či zavádzajúce informácie, ktorými je spotrebiteľ znevýhodňovaný. To je každodenná prax tzv. informačnej asymetrie. Producenti privátnych, ale aj verejných statkov sa pokúšajú, často s veľkým úspechom, zúžiť slobodu rozhodovania spotrebiteľov, že títo nakoniec akceptujú predloženú ponuku bez akýchkoľvek námietok (pozn. red. C.R. Sustain a R. H. Thaler hovoria o architektúre výberu).

ŠTYRI PRÁVA KONZUMNEJ SLOBODY

Ako teda možno vyrovnať vznikajúci nesúlad medzi záujmami týchto trhových subjektov? Významným predpokladom je existencia konkurenčnej a spotrebiteľskej politiky. Zároveň sa musí klást veľký dôraz na informovanosť a vzdelanosť úroveň spotrebiteľov v tom zmysle, aby zvládli požiadavky, ktoré na nich kladie konzumná sloboda. Aby poznali techniku racionálneho rozhodovania v domácnosti a na trhu, pochopili spôsob fungovania trhovej ekonomiky a boli schopní porovnávať produkty, posúdiť ich kvalitu, rozpoznať praktiky zneužívania trhovej sily ponúkajúcich, vedieť na tieto praktiky pružne a kriticky reagovať a pod. Konkrétnejšie, spotrebiteľia musia predovšetkým poznať svoje práva a ponúkajúci musia byť ochotní ich akceptovať, či už v dôsledku legislatívy alebo dobrovoľne. Prvýkrát o spotrebiteľských právach oficiálne hovoril prezident J.F. Kennedy vo svojej deklarácii Kongresu USA v roku 1962. Sformuloval vtedy 4 základné práva (právo na výber, právo na bezpečnosť, právo byť informovaný a právo byť vypočutý). O pár rokov neskôr, v roku 1967 zdôraznil prezident L.B. Johnson právo na spotrebiteľskú výchovu. Následne až Smernica na ochranu spotrebiteľa, ktorú prijalo Valné zhromaždenie OSN 15. marca 1985 na základe iniciatívy Medzinárodnej organizácie spotrebiteľských zväzov (IOCU; v súčasnosti CI - Consumers International) päť uvedených spotrebiteľských práv doplnila o ďalšie 3 - právo na uspokojovanie základných potrieb, právo na náhradu a právo na zdravé životné prostredie.

VZDELANÝ SPOTREBITEĽ SA ĽAHŠIE ORIENTUJE

Z nášho pohľadu snáď najdôležitejšími spotrebiteľskými právami sú právo na výber (prístup k rozmanitému spektru výrobkov a služieb pri existencii konkurenčných cien a možnosť vybrať si z neho bez nátlaku vhodný produkt so zárukou uspokojivej kvality a slušnej ceny) a právo byť informovaný (prístup k pravdivým a dôležitým informáciám, ktoré sú nevyhnutné pre racionálne rozhodovanie; zahŕňa tiež právo na ochranu pred zavádzajúcou a klamlivou reklamou či právo na komplexné označovanie produktov). Ponuka produktov v súčasnosti je veľmi široká (a hlboká) a len úplne a pravdivo informovaný a „vzdelaný“ spotrebiteľ sa v nej dokáže orientovať a rozhodovať o nákupe vhodného a skutočne potrebného produktu. V prípade ťažkostí si vie úspešne presadzovať svoje záujmy. V tomto smere legislatíva zaručuje slovenskému spotrebiteľovi minimálne taký informačný štandard, ako sa uplatňuje v ostatných členských krajinách Európskej únie.

Osobitne treba zdôrazniť právo na bezpečnosť produktov, ktoré predstavuje ochranu človeka pred výrobkami, výrobnými procesmi a službami, ktoré predstavujú riziko ohrozenia zdravia alebo života. Pri kúpe produktu, ktorý spotrebiteľovi nevyhovuje, má nejakú chybu, ktorá znemožňuje jeho riadne používanie, má každý spotrebiteľ právo na adekvátnu náhradu škody (v zmysle platnej legislatívy). Zahŕňa právo dostať jasnú odpoveď na sťažnosť, právo na kompenzácie (náhradu) za nedostatky pri nákupe (chybné tovary, neuspokojivé služby) a právo na dostupnú pomoc pri vymáhaní náhrady. V tejto súvislosti upozorňujeme na novinku v „spotrebiteľskej“ legislatíve - Zákon o alternatívnom riešení spotrebiteľských sporov (č. 391/2015 Z.z.), podľa ktorého musí byť

spotrebiteľ informovaný o možnosti využiť jednoduchší, rýchlejší a menej nákladný (mimosúdny) spôsob riešenia svojho problému v spolupráci s niektorým z tzv. subjektov alternatívneho riešenia sporov (napríklad Slovenská obchodná inšpekcia, Úrad pre reguláciu sieťových odvetví a iné).

Právo každého spotrebiteľa na zdravé životné prostredie predstavuje právo na ochranu a zlepšovanie životného prostredia, právo žiť a pracovať v prostredí, ktoré neohrozuje súčasne ani budúce generácie. Jeho súčasťou môže byť aj zabezpečenie kvality výrobkov a služieb, aby neohrozovali životné prostredie počas ich používania ani pri ich likvidácii po skončení životnosti.

Spotrebiteľ má aj právo na spotrebiteľskú výchovu, ktoré mu zaručuje možnosti nadobudnutia potrebných vedomostí na to, aby sa stal racionálne sa rozhodujúcim spotrebiteľom, aby mohol získať poznatky a schopnosti na správny výber tovarov a služieb na základe kvalitných informácií. Len „vzdelaní“ a dobre informovaní spotrebiteľia môžu samostatne, kriticky a racionálne uvažovať, vedieť si vybrať z bohatej ponuky produktov na trhu a sú schopní vystupovať na trhu v rôznych situáciách ako rovnocenní partneri ponúkajúcich a aktívni ochrancovia svojich spotrebiteľských práv. (pozn. red. úroveň finančnej a ekonomickej gramotnosti slovenskej populácie je námetom na samostatný článok).

Právo na uspokojenie základných potrieb znamená, že spotrebiteľ má právo na základné, pre život nevyhnutné tovary a službu - stravu, obliekanie, strechu na hlavu, základnú zdravotnú starostlivosť, vzdelanie, duševné zdravie. Nakoniec právo byť vypočutý predurčuje predovšetkým účasť zástupcov spotrebiteľov na hospodársko-politických rozhodnutiach, ako aj neobmedzené nárokovanie existujúcich spotrebiteľských práv. Popri tom majú spotrebiteľia vytvorené možnosti, aby mohli svoje požiadavky, sťažnosti a nespokojnosť účinne sprostredkovať ponúkajúcim (buď sami, alebo v zastúpení).

SVETOVÝ DEŇ SPOTREBITEĽSKÝCH PRÁV

Deň spomínaného Kennedyho prejavu 15. marec - si spotrebiteľská verejnosť už od roku 1983 pripomína ako Svetový deň spotrebiteľských práv. Pre spotrebiteľské hnutie na celom svete je príležitosťou, aby demonštrovalo svoju súdržnosť, solidaritu a akcieschopnosť. Spotrebiteľské organizácie sa v tento deň výraznejšie obracajú na predstaviteľov štátu i na verejnosť, upozorňujú ich na závažné domáce i medzinárodné spotrebiteľské problémy a vyzývajú na ich riešenie. Organizuje sa široká paleta podujatí mediálne aktivity, stretnutia so zástupcami vlády, so spotrebiteľmi, konajú sa workshopy, spoločenské podujatia, výstavy. Postupne sa vytvorila určitá tradícia posolstiev a výziev svetových spotrebiteľských dní. Svetová organizácia spotrebiteľských zväzov (CI) každoročne vyhlasuje hlavnú myšlienku dňa, ktorá potom dominuje v aktivitách organizácií po celý rok. V ostatných rokoch rezonovali témy korektného poskytovania finančných či telekomunikačných služieb, zdravého životného štýlu a zdravých potravín. Tak ako spotrebiteľ disponuje uvedenými právami a tým, že ich pozná, prejavuje určitú mieru zodpovednosti za svoje správanie. Z výmenných vzťahov (transakcií) mu však vyplývajú aj viaceré povinnosti, ktoré by si mal plniť. Mnohé z nich ani nepozná, resp. nie je o nich primerane informovaný. Striktné vymedzenie týchto povinností by sme však zbytočne hľadali v nejakých právnych predpisoch, spotrebiteľ ich musí poznať, ak sa chce efektívne domáhať svojich práv. Ako príklad môžeme uviesť povinnosť spotrebiteľa zaujímať sa o svoje zdravie, nákupom produktov dbať na vlastnú bezpečnosť, zodpovedne sa rozhodovať, byť „spotrebiteľsky aktívny“, vzdelávať sa v rôznorodých spotrebiteľských otázkach a pod.

Ochranu spotrebiteľa rieši spotrebiteľská politika každého štátu. Štát sa musí snažiť plniť primeraným spôsobom ciele spotrebiteľskej politiky a tým prispievať k vytváraniu podmienok na lepšiu pozíciu spotrebiteľov vo výmenných vzťahoch. Spotrebiteľov treba podporiť, aby neodkladne vyžadovali od ponúkajúcich rešpektovanie svojich spotrebiteľských práv, aby neboli ľahostajní k ich často neetickému správaniu, všímali si ho, dôrazne naň upozorňovali a dostatočným tlakom na podniky eliminovali ich niekedy nezodpovedné správanie.

Spotrebiteľov treba podporiť, aby vyžadovali od ponúkajúcich rešpektovanie svojich spotrebiteľských práv.

„Prvýkrát o spotrebiteľských právach oficiálne hovoril prezident J.F. Kennedy vo svojej deklarácii Kongresu USA v roku 1962.“

Autor - doc. Ing. Zdenka Musová, PhD., Katedra ekonomiky a manažmentu podniku **Ekonomická fakulta Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici**