

Bratislava



2014

ZDRUŽENIE SLOVENSÝCH SPOTREBITEĽOV

ASSOCIATION OF SLOVAK CONSUMERS

Palisády 22, 811 06 Bratislava, ☎/fax+ odkazovač : 02 / 544 11 148, zss@zss.sk; www.zss.sk
Hotline : 0905 719 874

Vyhodnotenie projektu a čerpania finančných prostriedkov
poskytnutých MH SR
na rok 2013
za obdobie 1.1.-31.12.2013

Názov projektu: „**Poradenstvo a mediácia**“ – **VÚC Bratislava**

V hodnotenom období boli preškolení kontaktní pracovníci na poskytovanie poradenstva, realizáciu mimosúdnych riešení a spoluprácu s mediátormi spotrebiteľských sporov.

Kontaktné osoby v rámci kontaktného miesta

Bratislava - Palisády
Bratislava – MU Dúbravka

miesta poskytovali spotrebiteľské poradenstvo a sprostredkovali mimosúdne riešenia sporov okrem stanovených kontaktných hodín prakticky denne prostredníctvom 2 poradenských hotline (aj v mimopracovné dni počas cca 12 hodín denne), pevnej telefónnej linky, e - mailovej komunikácie aj osobne – denne cca 8.00 – 19.30, resp. 8 – 17, podľa režimu prevádzky budovy EUBA, kde je KM dislokované.

Spotrebiteľské podnety boli zachytávané a riešené aj v rámci spolupráce s Asociáciou spotrebiteľov Slovenska - www-pravaspotrebitela.sk a samozrejme so zapojením ďalších poradenských centier ZSS, priamo nezapojených v projekte – posunom spotrebiteľských sťažností zo svojho regiónu na riešenie.

Za hodnotený rok bolo zachytených cca 4400 spotrebiteľských kontaktov zo všetkých oblastí spotrebiteľských problémov.

Zameranie poradenskej činnosti a získané poznatky:

Nevyrovnaná kvalita obuvi, dokonca aj zdravotná závadnosť, nielen tej predávanej na trhoviskách, ale aj značkovej obuvi v obchodnej sieti pretrváva. Táto často nedosahuje prezentovanej kvality a funkčnosti. Veľmi často musí spotrebiteľ reklamovať aj drahú značkovú obuv už po krátkom nosení. V tejto súvislosti je zarážajúci vysoký podiel zamietnutých reklamácií.

V tomto smere negatívne na pozíciu spotrebiteľa vplyva novela Zákona o ochrane spotrebiteľa – 397/2008, ktorá umožňuje na odborné posudzovanie vady využívať aj značkové záručné servisy, čo podľa našich skúseností znižuje objektivnosť posudkov a znevýhodňuje spotrebiteľa - platí to nielen pre sortiment obuvi, ale tu sa zdajú problémy najvypuklejšie.

Liberalizácia trhu prispela nielen k značnému rozšíreniu **sortimentu textilu a konfekcie**, ale priniesla aj veľké problémy v kvalitatívnych parametroch, zdravotnej závadnosti i v označovaní symbolmi ošetrovania, a čo prekvapuje, že takéto skúsenosti sú i s výrobkami členských krajín EÚ.

Na vysokej úrovni je stále počet spotrebiteľských sťažností na služby **čistiarní odevov a bytových textílií**.

S rastúcou saturáciou trhu **mobilných telefónov** stále stúpajú sťažnosti ich užívateľov na kvalitu prístrojov, postup predajcov pri reklamáciách i na služby mobilných operátorov. Závažným a ťažko riešiteľným problémom je zamietnutie reklamácií mobilných telefónov z titulu oxidácie elektronických častí, ktorá je však diagnostikovaná nie pri prebratí výrobku do reklamačného konania, ale až pri servisnom zásahu na špecializovanom pracovisku zmluvného servisu, čo stavia spotrebiteľa do nerovnoprávneho postavenia. Osobitným problémom sú reklamácie súvisiace s akciovou viazanosťou mobilných operátorov a s prenosom čísiel.

Rast vybavenosti domácností **bielou technikou a spotrebnou elektronikou** spôsobuje aj zvyšovanie počtu reklamácií a spotrebiteľských sťažností v tomto sortimente. Problémové sú predovšetkým personálne počítače, notebooky,

digitálne fotoaparáty, MP3 prehrávače, ako aj drahšie LCD a plazmové TV prijímače a domáce kiná ale aj umývačky riadu a pračky.

S rozvojom pasívneho cestovného ruchu značne vzrastá nielen počet klientov využívajúcich **služby cestovných kancelárií**, ale aj ich sťažností na služby zabezpečované ich prostredníctvom – napr. na kvalitu ubytovania, stravovania, ale predovšetkým na kvalitu služieb leteckých prepravcov – meškanie letov, neprímerané čakacie doby, dokonca aj posuny odletov oznamované klientom len niekoľko dní pred nástupom na dovolenku.

Úspešnosť spotrebiteľov v reklamačnom konaní voči CK je veľmi nízka a nedarí sa ju zlepšovať, z veľkej časti aj preto, že zmluvné podmienky pre poskytovanie služieb CK sú v mnohých ustanoveniach pre klientov značne nevýhodné a súdne riešenie prípadných sporov je vzhľadom ku skutočnosti, že ide väčšinou o zahraničné destinácie veľmi problematické.

Liberalizácia **trhu s novými i použitými autami** nielen značne zvýšila úroveň motorizácie, ale neustále rastú aj problémy spotrebiteľov, predovšetkým klientov autobazárov. Autá tu predávané sú napriek certifikátom právnej čistoty a deklarovanému kvalite často veľmi problémové – havarované, poskladané z dielov odcudzených áut, v zlom technickom stave a autobazáre používajú spotrebiteľské zmluvy, v ktorých sa snažia zbaviť všetkej zodpovednosti za vady, napriek zákonnej minimálnej 12-mesačnej záruke. Spotrebiteľia sú často motivovaní/nútení k financovaniu nákupu auta formou lízingu alebo pôžičky, čo často vedie k podstatnému predraženiu, okrem toho sú im vnucované poisťovacie produkty voči poruchám, poisťné plnenie je však v tomto prípade skôr iluzórne.

Trvalým zdrojom spotrebiteľských problémov sú **služby spojené s užívaním bytu – dodávky energií: elektriny, tepla, vody, teplej úžitkovej vody a ostatných bytových služieb**. Ročné vyúčtovania týchto služieb sú často z hľadiska plnenia zákonných predpisov nedostatočné, neprehľadné a zavádzajúce, absentuje spotreba vyjadrená záväznými mernými jednotkami. Tieto nedostatky neumožňujú následne ich kontrolu spotrebiteľmi.

Faktúry o úhrade dodávok elektriny a plynu sú formulované pre potreby veľkoodberateľov (podnikateľské subjekty) a nezohľadňujú podmienky maloodberu spotrebiteľských domácností. Taktiež stanovenie výšky mesačných zálohových platieb správcovskými organizáciami tieto považujú za jednoznačne akceptovateľnú povinnosť ich úhrady. Závažnosť týchto problémov a ich dopad na spotrebiteľov vzrastá so zvyšovaním regulovaných cien energií. Na nekorektnú legislatívu, jej nesprávnu interpretáciu a nedôslednú kontrolu zase doplácajú predovšetkým kategórie seniorov a nízkopříjmových skupín populácie. Množia sa prípady „zistenia“ poškodenia meradiel pri odpočtoch spotreby, kde v zmysle platného zákona a vyhlášky MH nasleduje kvalifikácia „neoprávnený odber“ energie, ktorá výsledne znamená až niekoľkotisícové vyúčtovacie faktúry, vôbec nevychádzajúce zo skutočnej spotreby.

Nie síce počtom, ale určite závažnosťou, sú relevantnou kategóriou spotrebiteľských problémov a sťažností **výstavba/kúpa bytov a ich rekonštrukcia**. Hlavnými problémami sú kvalita diela a zmluvné/platobné podmienky. Spotrebiteľia často podpisujú zmluvy s jednostranne nevýhodnými podmienkami, na základe ktorých uhrádzajú dopredu celú dohodnutú sumu za dodanie diela a pri častom výskyte kvalitatívnych a termínových nedostatkov plnenia sa dostávajú do veľmi nevýhodnej situácie. Časté sú prípady nedokončených prác, dlhodobého prerušenia (pričom možnosti uplatnenia penalizácie sú veľmi ťažko vymáhateľné), výrazného prekročenia dohodnutých nákladov a taktiež sú vyžadované po spotrebiteľoch nákupy stavebných materiálov, aby sa na nich preniesla zodpovednosť za celkovú nižšiu kvalitu vykonaných činností (výhovorkou na nekvalitný materiál). Nie je výnimkou aj odstúpenie od nedokončenej zákazky, zrušenie firmy v priebehu plnenia – bez postúpenia zmluvných záväzkov.

Osobitným problémom je zadávanie rekonštrukčných prác remeselníkom (často bez živnostenského oprávnenia) s ktorými uzatvárajú spotrebiteľia iba ústnu dohodu – v podstate bez možnosti formálnej reklamácie.

S rekonštrukciou bytov súvisí problém **montáže plastových okien a eurookien**. Počet ich reklamácií sa sústavne zvyšuje – súvisí to s rozšírením investičných zámerov bytových družstiev a spoločenstiev pri zateplovaní bytových objektov. Dodávky sú často veľmi oneskorené, nedostatky v kvalite okien i montážnych prác závažné. Sporné sumy často dosahujú hodnotu tisícov Eur, ale keďže spotrebiteľia väčšinou uzatvoria nevýhodnú zmluvu bez toho, aby si ju dobre preštudovali, je často problém s reklamáciou uspieť.

Trvale závažným problémom je vedľa **podomového a zásielkového predaja** (vrátane internetového), **cielený agresívny predaj na predajných akciách**. Spotrebiteľia, predovšetkým z kategórie seniorov a nízkopříjmových sociálnych skupín sa veľmi často nechávajú zlákať vidinou výhodnej kúpy alebo dobrého príjmu z predaja produktov, čo sa však čoskoro ukáže ako púha ilúzia. Žiaľ spoločnosti pôsobiace v tomto segmente spotrebiteľského trhu sa svojimi zmluvami dokážu sofistikovane vyhýbať pôsobnosti Zákona o podomovom predaji a zásielkovom predaji, takže často nie je možné uplatniť a využiť zákonnú lehotu 7 pracovných dní na odstúpenie od zmluvy bez sankcií.

Fenoménom posledných rokov je podomový predaj spojený s uzatváraním nových zmlúv na dodávku elektrickej energie a plynu. Táto aktivita je zameraná predovšetkým na seniorov, ktorí masovo podliehajú agresívnym, často aj klamlivým predajným praktikám a bez uváženia podpisujú zmluvy pre prechod k novému dodávateľovi energií – len na základe sľubovo nižšej cene a úsporách

Finančné služby bánk, poisťovní, splátkových a leasingových spoločností sa s rozvojom trhu finančných produktov a rastom zadlženosti domácností stávajú stále viac každodenným spotrebiteľským problémom.

Bratislava, 15.1.2014

Pečiatka a podpis

