



# ZDRUŽENIE SLOVENSKÝCH SPOTREBITEĽOV

ASSOCIATION OF SLOVAK CONSUMERS

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

Vyhodnotenie projektu a čerpania finančných prostriedkov  
poskytnutých MH SR  
na rok 2011  
za obdobie 1.9.-31.12.2011

Názov projektu: „Poradenstvo a mediácia“ – VÚC Trnava

Mená oprávnených osôb (podpisové právo):	Lýdia Ondrejková, Josef Lounek, Miroslav Tulák
---	--

Kontaktná osoba v rámci kontaktného miesta poskytovala spotrebiteľské poradenstvo a sprostredkovávala mimosúdne riešenia sporov okrem stanovených kontaktných hodín prakticky denne prostredníctvom poradenskej hotline ( aj v mimopracovné dni počas cca 12-14 hodín denne), pevnej telefónnej linky, e - mailovej komunikácie aj osobne.

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

Za hodnotené obdobie bolo zabezpečených cca 1400 spotrebiteľských kontaktov zo všetkých oblastí spotrebiteľských problémov, podstatná časť je zachytená v priložených tabuľkách vrátane mimosúdnych riešení.

V rámci uvedených kontaktov bolo navrhnutých/otvorených 85 mimosúdnych riešení, z ktorých väčšina ( z tých, ktoré mohli po dodaní príslušných informácií a podkladov spotrebiteľmi začať ) ešte pre krátke trvanie projektu, ( prakticky 3,5 mesiaca, nebola ukončená. Často sa stáva, že spotrebiteľ, ktorému je vysvetlená a ponúknutá možnosť bezplatného sprostredkovania mimosúdneho riešenia, napriek tomu, že súhlasí a prisľúbi aj zaslanie podkladných dokladov a informácií sa odmlčí a prípad sa nemôže dokončiť.

Mediátori, s ktorými bola dohodnutá spolupráca na mediačnom riešení prípadov, ktoré sa nedarí vybrať v rámci poradenstva a pokusu o mimosúdne riešenie kontaktnou osobou, vzhľadom ku skomplikovaniu mediácií novelizáciou legislatívy, prejavili záujem skôr spolupracovať ako kontaktné osoby.

Tu však vzniká problém etablovania kontaktného miesta i samotnej osoby, keďže pre vytvorenie „ spotrebiteľského poradenského trhu „ v novej lokalite je potrebný dlhší čas – jednoducho spotrebiteľia si so svojimi problémami hľadajú cestu na nové miesto len pomaly a postupne.

Okrem toho sa prejavuje jednoznačné komerčné zameranie mediácií aj mediátorov – mediátor často chce aby sa vyššie uvedený problém preklenul pričinením niekoho iného – spotrebiteľskej organizácie alebo ministerstva – „treba vytlačiť a distribuovať letáky, zverejniť oznamy, inzeráty.....a spotrebiteľia prídu.....“ ....samozrejmom požiadavkou je okamžité zaplatenie ( najvyššou sadzbou ) každej činnosti vrátane prípravy na riešenie prípadu.... Takýto prístup je ťažko možno zladit' so súčasťou činnosťou našich spotrebiteľských organizácií, kde dobrovoľnícka zložka stále zaujíma ( lebo musí...) neprimerane veľký podiel, hoci treba zdôrazniť, že len preto občianska ochrana spotrebiteľa môže prežiť a snáď sa aj trochu rozvíjať.....

Preto aj do budúcnosti vidíme využívanie komerčných mediátorov v mimosúdnych riešeniach spotrebiteľských sporov len ako doplnkovú a skôr okrajovú súčasť.

Využívanie mediátorov ako kontaktné osoby však v jednotlivých prípadoch považujeme za veľmi pozitívny rys vývoja.

V tejto situácii aj s ohľadom na veľmi krátke trvanie projektu sa nepodarilo aktívne zapojenie mediátorov do riešenia spotrebiteľských sporov zrealizovať.

Taktiež pre neukončenosť mimosúdnych riešení neboli žiadne prípady postúpené partnerskej právnej kancelárii.

### Zameranie poradenskej činnosti: činnosti a získané poznatky:

**Nedostatočná 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 a zdravotnej závadnosti, 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.

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.

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 deklarovaníu kvality 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 minimálne 12-mesačnej záruke.

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 nízkopríjmových skupín populácie.

Nie sice 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 zatepľovaní 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 nízkopríjmových 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

Novým fenoménom 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 ceny 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.

#### E. Vyhlásenie

Štatutárny orgán vyhlasuje, že všetky údaje uvedené v tomto vyhodnotení a v jeho prílohách sú pravdivé, boli overené a prerokované príslušnými orgánmi ZSS.

Piešťany, 15.1.2012

Pečiatka a podpis



A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke.