

Cíl? Spotřebitelská politika

Český zákazník nedokáže reklamovat zboží či služby a často na svá práva rezignuje



FRANTIŠEK KLUFA
Finanční arbitř České republiky

Evropská komise (EK) nedávno publikovala nová data o spotřebitelských trzích v členských zemích Evropské unie. Třetí vydání zprávy o spotřebitelských trzích sleduje a hodnotí výsledky na jednotném trhu EU. Jejím hlavním cílem je odhalit části vnitřního trhu, které z hlediska spotřebitele nefungují. Údaje byly získány telefonickým průzkumem Eurobarometru během roku 2009 u více než 25 tisíc obyvatel EU starších patnácti let. Pro Českou republiku ze zprávy vyplývají zajímavá zjištění.

ALTERNATIVNÍ ŘEŠENÍ SPORŮ

Ekonomiky členských zemí EU ovlivňuje především spotřeba více než pěti set milionů jejich občanů – tvoří víc než polovinu HDP unie. Spotře-

bitelská politika Evropské unie se snaží posílit postavení spotřebitele, zvýšit jeho blahobyt a účinně ho chránit před riziky a hrozbami. Má se toho dosáhnout lepší kontrolou spotřebitelských trhů a vnitrostátních spotřebitelských politik, dokonalejšími právními předpisy v oblasti ochrany spotřebitele i jeho lepší informovaností a vzděláním. Důležitou roli hraje i účinnější vymahatelnost předpisů a domáhání se spotřebitelských práv. Proto Evropská Komise posiluje i snahu o mimosoudní zajištění efektivního alternativního řešení sporů.

Mezi instituce, které to mají zajistit, patří i Finanční arbitř České republiky. Řeší soukromoprávní spory poskytovatelů služeb a uživatelů platebních služeb, respektive vydavatelů a držitelů elektronických peněz při jejich vydávání a zpětné výměně – tedy spory institucí a jejich klientů v platebním styku (viz *Ochrana spotřebitele*).

NÍZKÉ ODHODLÁNÍ

Z průzkumu Eurobarometru vyplývá, že podíl českých spotřebitelů, kteří si stěžují na výrobky či služby nebo je reklamují, odpovídá průměru členských zemí EU – zhruba jedenácti procentům. Podíl českých spotřebitelů, kteří se domnívají, že mají důvod si stěžovat, ale nestěžovali si – rezignují na svá práva a strpí újmu – je však víc než dvojnásobný než průměr unijních. Pozitivní je, že český spotřebitel je spokojenější s vyřízením své stížnosti než unijní. Z údajů rovněž vyplývá, že čeští ob-

ZÁKONODÁRSTVÍ

Samostatná politika ochrany spotřebitele vznikla v EU nedávno. Zakladatelské smlouvy Evropského společenství uhlí a oceli (1951), Evropského hospodářského společenství (EHS) a Evropského společenství pro atomovou energii (1957) se o ochraně spotřebitele nezmiňovaly. Až předběžný program EHS o ochraně spotřebitele a informační politice z roku 1975 vytvořil základ pro legislativu. Shrnul pět základních práv spotřebitele – na ochranu zdraví a bezpečnosti, ekonomických zájmů, náhradu škody, informace a vzdělávání a na zastoupení. Maastrichtská smlouva z roku 1992 pak zavedla ochranu spotřebitele jako samostatnou politiku. Vytvořila pro ni právní základ a učinila z ní plnohodnotnou komunitární politiku. Spotřebitelská politika se poté stala pro EU jednou z hlavních strategií v období 2007 až 2013.

chodníci a dodavatelé dobře znají spotřebitelskou legislativu. Jsou v EU na druhém místě ve znalosti reklamačních lhůt a zákonů.

Odhodlání spotřebitelů reklamovat zboží či službu je však v České Republice poměrně nízké. Výzkum odhalil, že český spotřebitel se po první neúspěšné reklamaci zboží nebo služby u obchodníka či dodavatele neumí dostatečně bránit. V tom je zásadní rozdíl mezi českým a unijním spotřebitelem. V 68,5 procenta případů český spotřebitel dále nic neudělá. To ho řadí v Evropské Unii na předposlední místo. Průměrný unijní spotřebitel dále nic neučiní, aby se domohl svých práv, ve 46,4 procenta případů. Hůř než čeští se chovají jen řečtí spotřebitelé. Ti po první neúspěšné reklamaci zboží či služby dále nic neučiní v 72 procentech případů. Nejlépe se naopak dokážou bránit belgičtí a nizozemští spotřebitelé. Po první neúspěšné reklamaci zboží či služby nepokračuje ve stížnosti jen 31 procent z nich.

Příčina, proč se český spotřebitel dostatečně nebrání a nevyužívá všech možností, jak se domoci svých práv, může spočívat ve složitém systému ochrany spotřebitele na našem trhu nebo ve vysokém počtu institucí zabývajících se touto problematikou. Jednotlivé instituce řeší stížnosti a podněty spotřebitelů rozdílně. Instituce ze zákona oprávněná vykonávat veřejnoprávní dohled – dohlížet na plnění zákonem stanovených povinností dohlázenými subjekty a ve správním řízení je případně sankcionovat – může z hlediska nápravy postupovat jinak než například ta, jež je ze zákona určena řešit soukromoprávní spory spotřebitele a institucí. Může jí být Finanční arbitř České republiky, který je oprávněn rozhodnout spor spotřebitele a instituce včetně náhrady škody, jež mu vznikla.

Je třeba prosazovat strategii i obecné cíle spotřebitelské politiky ve všech členských státech EU.

NÍZKÉ ODHODLÁNÍ

Podíl stížností spotřebitelů v ČR a průměr členských zemí EU v roce 2009 (v %)

	ČESKÁ REPUBLIKA	EU 27
Spotřebitelé, kteří si stěžují u obchodníka či dodavatele	10,9	10,3
Spotřebitelé, kteří se domnívali, že mají důvod si stěžovat, ale nestěžovali si	9,5	4
Spotřebitelé spokojeni s vyřízením stížnosti	56,1	49,7
Spotřebitelé, kteří po neúspěšném vyřešení první stížnosti nic dalšího neučinili	68,5	46,4

Pramen: Evropská komise, zpráva The Consumer Markets Scoreboard

POZITIVNÍ ZJIŠTĚNÍ

Podíl žádostí spotřebitelů a obchodníků v ČR o odškodnění a zjednání nápravy a průměr členských zemí EU v roce 2009 (v %)

	ČESKÁ REPUBLIKA	EU 27
Obchodníci, kteří znali lhůtu pro vrácení poškozeného produktu	64,9	25,7
Spotřebitelé, pro něž bylo jednoduché řešit spor prostřednictvím mimosoudní instituce	32,5	37,3
Spotřebitelé, pro něž bylo jednoduché řešit spor prostřednictvím soudu	25,4	22,8
Obchodníci či dodavatelé, kteří věděli o institucích mimosoudního řešení sporů	51,8	56,6
Obchodníci či dodavatelé, kteří využili služeb institucí mimosoudního řešení sporů	10,5	9,3

Pramen: Evropská komise, zpráva The Consumer Markets Scoreboard

OCHRANA SPOTŘEBITELE

Gestorem ochrany spotřebitele v ČR je ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO).

Pro finanční trh od dubna 2006 ministerstvo financí (MF). Subjektů, které se na systému ochrany spotřebitele v ČR podílejí, je však mnohem víc. Patří mezi ně:

- Mezinárodní organizace a instituce Evropského společenství a Evropské unie
- Vnitrostátní orgány veřejné moci – regulující instituce, instituce dohledu, instituce vládní a další, instituce pro řešení stížností a sporů, například Finanční arbitř ČR
- Finanční instituce a jejich profesní asociace či komory
- Spotřebitelské organizace
- Média a jejich asociace, vzdělávací instituce
- Spotřebitelé

Z nekompletního seznamu je patrné, že systém ochrany spotřebitele je diverzifikovaný a účastní se jej mnoho institucí. Všechny jsou nezastupitelné, ale pro spotřebitele může být systém nepřehledný a komplikovaný. Chce-li využít svých práv a domáhat se jich, například reklamováním výrobku či služby, nebo řešit spor s institucí, často neví, kde a jak je uplatnit. Dokazují to i výsledky průzkumu Eurobarometru.

Pro finanční trh je Ministerstvo financí ČR (MF) definuje tak, že by spotřebitel měl činit odpovědná a adekvátní rozhodnutí vzhledem k aktuální situaci a mít možnost efektivně prosazovat a chránit své zájmy a práva – ve správný okamžik disponovat dostatečným počtem úplných, srozumitelných, transparentních a vyvážených informací. Měl by být schopen s nimi zacházet, čemuž by měla odpovídat i úroveň finanční gramotnosti včetně kvalitního vzdělávacího systému i finančního poradenství.

Aby spotřebitel mohl prosazovat a chránit své zájmy a práva, musí vzniknout přehledný, jednotný a srozumitelný legislativní rámec s efektivními a transparentními mechanismy k řešení stížností v institucích nebo mimosoudně. O to vše se odpovědné orgány více či méně úspěšně snaží. Problémem však zůstává nepřehlednost systému, ve kterém se může spotřebitel ztratit.

ZDÁNĹIVĚ NEVÝZNAMNÉ VĚTY

Pro finanční trh by byla přínosem intenzivnější spolupráce institucí. Proto MF založilo pro finanční odvětví expertní skupinu, která vytvořila a řídí pracovní skupinu pro legislativu v oblasti ochrany spotřebitele a řešení sporů klientů a finančních institucí. A také pracovní skupinu pro vytvoření kodexu jednání finančních institucí a jejich zákazníků. Členy těchto pracovních skupin by měly být všechny instituce, které se kvůli ochraně spotřebitele na finančním trhu snaží systém zpřehlednit a zjednodušit, a tím mu jej zpřístupnit.

Přislíbem lepší informovanosti spotřebitele jsou zdánlivě nevýznamné věty v platných zákonech, které stanovují institucím povinnost informovat o nápravných opatřeních. Například ustanovení v zákoně č. 284/2009 Sb. o platebním styku § 84 odst. e): „Uživatelé platebních služeb musí být v rámci smlouvy poskytnuta informace o způsobu mimosoudního řešení sporů mezi uživatelem a poskytovatelem a o možnosti uživatele podat stížnost orgánu dohledu.“ Obdobnou povinnost informovat spotřebitele o mechanismu mimosoudního urovnání sporů, prostředků nápravy a přístupu k němu obsahují i povinné přílohy zákona č. 145/2010 Sb. o spotřebitelském úvěru a o změně některých zákonů. ■

Čeští obchodníci i dodavatelé dobře znají spotřebitelskou legislativu. Jsou v EU na druhém místě ve znalosti reklamačních lhůt a zákonů.