



OCHRANA SPOTREBITEĽA NA TELEKOMUNIKAČNOM TRHU

Margita Majerčáková*, Anna Pad'ourová**

Úvod

Slovensko ako člen Európskej únie (EÚ) prijíma stratégie a vízie EÚ aj v oblasti ochrany spotrebiteľa. Už pred vstupom do EÚ prebrala SR viaceré smernice EÚ týkajúce sa ochrany spotrebiteľa do svojej legislatívy.

Zámer podporovať záujmy, zdravie a bezpečnosť spotrebiteľov v EÚ je obsiahnutý v článkoch 153 a 95 Zmluvy o založení Európskych spoločenstiev. Dňa 7. mája 2002 prijala Európska komisia (ďalej len Komisia) novú stratégiu spotrebiteľskej politiky, ktorá stanovuje celkovú politickú koncepciu Komisie na päťročné obdobie 2002-2006 [1].

Európske spotrebiteľské centrum (ECC) v Slovenskej republike

Európske spotrebiteľské centrum (ECC) je špecializovaná organizačná jednotka Ministerstva hospodárstva SR v riadiacej pôsobnosti ministra. Plní úlohu medzičlánku medzi európskymi spotrebiteľmi a Európskou komisiou. Spolupracuje s Európskou komisiou a európskymi spotrebiteľmi pri podpore čo najefektívnejšieho využívania vnútorného trhu a pomáha pri medzištátnych sťažnostiach. Je súčasťou siete Európskych spotrebiteľských centier.

Európske spotrebiteľské centrum plní najmä tieto úlohy:

- spolupracuje s EK a európskymi spotrebiteľmi pri podpore čo najefektívnejšieho využívania vnútorného trhu,
- poskytuje informácie o legislatíve a o prípadových štúdiách na európskej úrovni, ako aj na úrovni členského štátu,
- poskytuje poradenstvo a asistenciu pri mediáciách, poradenstvo pre spotrebiteľov, ktorí čelia problémom a podporuje ich pri riešení spotrebiteľských sťažností,
- rieši spory mimosúdnou cestou, odporúča spotrebiteľov na konkrétne orgány pri riešení sťažností,
- pomáha spotrebiteľom pri riešení medzištátnych sťažností,
- informuje spotrebiteľov o možnostiach ponúkaných vnútorným trhom,
- upevňuje dôveru v spoločný trh a cezhraničné nákupy,
- pripravuje kampane pre spotrebiteľov,
- vypracúva ročný plán svojich aktivít,
- vypracúva výročné správy v zmysle požiadaviek EK, ktoré zverejňuje,
- pripomienkuje prijímanú legislatívu SR a EÚ v oblasti ochrany spotrebiteľa,

* Dr. Ing. Margita Majerčáková, Katedra spojov, Fakulta prevádzky a ekonomiky dopravy a spojov, Žilinská univerzita v Žiline, Univerzitná 1, 010 26 Žilina, Slovenská republika, tel.: +421415133126, fax: +421415655615 e-mail: Margita.Majercakova@fpedas.utc.sk

** Ing. Anna Pad'ourová, Katedra spojov, Fakulta prevádzky a ekonomiky dopravy a spojov, Žilinská univerzita v Žiline, Univerzitná 1, 010 26 Žilina, Slovenská republika, tel.: +421415133129, fax: +421415655615 e-mail: Anna.Padourova@fpedas.utc.sk

- spolupracuje s centrami siete Európskych spotrebiteľských centier a s ďalšími centrami v rámci obdobných sietí ako napr. Fin-net (sieť centier pre mimosúdne riešenie sporov v oblasti finančných služieb),
- spolupracuje s mimovládnyimi spotrebiteľskými organizáciami,
- zúčastňuje sa pravidelných stretnutí siete Európskych spotrebiteľských centier.

Stratégia spotrebiteľskej politiky na roky 2002-2006

Tento dokument určuje stratégiu Komisie pre oblasť spotrebiteľskej politiky na európskej úrovni pre obdobie 2002 – 2006. Určuje tri strednodobé ciele, vyjadrené pomocou akcií, zahrnutých do krátkodobého programu, ktorý sa bude pravidelne revidovať v pracovných dokumentoch služieb komisie. Týmto tromi cieľmi sú [1]:

1. Vysoká jednotná úroveň ochrany spotrebiteľa

Výsledkom má byť harmonizácia najvhodnejšími prostriedkami ustanovenými v rámcových smerniciach, štandardoch a s využitím najlepších postupov. Obsiahne sa tým bezpečnosť tovarov a služieb, ako aj hospodárskych a právnych záujmov, čím sa spotrebiteľom umožní s dôverou nakupovať kdekoľvek v EÚ a akýmkoľvek spôsobom. Hlavné plánované iniciatívy boli stanovené v Zelenej knihe o ochrane spotrebiteľa a bezpečnosti služieb v EÚ.

2. Účinné presadzovanie pravidiel ochrany spotrebiteľa

Spotrebiteľom sa má v celej EÚ poskytnúť rovnaká miera ochrany. Prioritným krokom je vytvorenie rámca administratívnej spolupráce medzi členskými štátmi a mechanizmov nápravy pre spotrebiteľov.

3. Náležité zapojenie spotrebiteľských organizácií do politik EÚ

Spotrebiteľia a ich zástupcovia majú mať možnosti a zdroje na presadenie svojich záujmov na podobných základoch, ako majú ostatné zainteresované strany. Najdôležitejšie kroky spočívajú v zavedení prepracovaných mechanizmov pre spotrebiteľské organizácie, aby sa aktívne zapájali do tvorby politiky EÚ a do prípravy projektov vzdelávania a vytvárania možností.

Jedným zo strategických cieľov Komisie je prispieť k zlepšovaniu kvality života pre všetkých [2]. To je aj cieľom európskej spotrebiteľskej politiky. Vytvorenie **Generálneho riaditeľstva pre zdravie a ochranu spotrebiteľov** v roku 1999 a reorganizácia vedeckej a regulačnej práce za účelom zaručenia nezávislosti, transparentnosti a lepšej ochrany záujmov spotrebiteľov, dokazuje zvýšený význam, ktorý sa prikladá spotrebiteľskej politike.

Rozsah spotrebiteľskej politiky EÚ

Spotrebiteľská politika EÚ definuje **základné požiadavky** na zdravie a bezpečnosť, ochranu ekonomických záujmov spotrebiteľa, prístup k potrebným informáciám, vzdelávanie spotrebiteľov, podporu spotrebiteľských organizácií a zabezpečuje tiež ochranu pred podozrivými praktikami [2]. V tejto oblasti sú potrebné legislatívne a iné akcie, ktoré budú mať priamy dosah na trhové správanie, ako sú štandardizácia, kódexy správania sa a pod..

Spotrebiteľia majú mať možnosť pochopiť spotrebiteľskú politiku EÚ a aj ju aktívne ovplyvňovať. Svoje záujmy by mali presadzovať prostredníctvom určitej zložky na úrovni EÚ, podobne ako už existujú iné občianske zložky na tejto úrovni.

Vnútorný trh EÚ ponúka spotrebiteľom rozsiahle možnosti porovnávania sortimentnej skladby, cenovej úrovne produktov a tiež cenovej a priestorovej dostupnosti základných služieb. Preto sa spotrebiteľská politika EÚ zameriava na vytváranie spoločného prostredia, ktoré zaručí, že spotrebiteľia budú mať dôveru pri zahraničných nákupoch po celej EÚ.

Spotrebiteľskú politiku nemožno vypracovať izolovane. Treba ju prepojiť aj s inými oblasťami, ktoré sa týkajú spotrebiteľa, t.j. s politikou vnútorného trhu, životného prostredia,

dopravy, finančných služieb, hospodárskej súťaže, zahraničného obchodu a pod. Je to dôležité z dôvodu zachovania jednotného prístupu v celkovej politike EÚ.

Integrácia záujmov spotrebiteľov do všetkých oblastí politiky bude účinná len vtedy, ak sa k problému pristupuje podobným spôsobom aj na národnej úrovni. Znamená to, že spotrebiteľská politika je výsledkom kolektívneho úsilia všetkých politických sektorov Európskej únie, a to na všetkých úrovniach – regionálnej, národnej a európskej.

Uskutočňovanie spotrebiteľskej politiky

Úspešnosť spotrebiteľskej politiky sa dá vyhodnotiť len na základe jej **efektu** na európskych spotrebiteľov [2]. Preto je veľmi dôležité, aby sa zdôvodnenie stratégie urobilo jasne a v predstihu, aby sa vývoj stratégie pravidelne monitoroval, a aby sa úspešnosť jednotlivých akcií jednoznačne vyhodnotil a vyvodilo sa z neho poučenie pre budúcnosť. Takto sa je možné poučiť a navrhovať potrebné úpravy politiky.

Spotrebiteľská politika sa musí opierať o relevantné informácie a údaje, aby sa mohla čo najlepšie modifikovať a tiež bolo možné stanoviť priority. Preto chce Komisia pokračovať v rozvíjaní jej informačnej a dátovej vedomostnej základne o spotrebiteľoch a trhu. Plánuje pokračovať v publikovaní „Spotrebiteľ v Európe – fakty a čísla“, v prieskume spotrebných cien, prieskumoch agentúry Eurobarometer a špecializovaných skupín, zameraných na služby vo verejnom záujme. Komisia uskutoční aj prieskum Eurobarometer o cezhraničných spotrebiteľských problémoch, spotrebiteľských informáciách a zastúpení. Má v pláne aj vypracovanie indikátorov spokojnosti spotrebiteľov a využije iniciatívu interaktívnej tvorby politiky pomocou mechanizmu na základe internetu na obstarávanie spätnej väzby a na konzultácie. Komisia v prípade potreby využije aj vedecký výskum, konkrétne prostredníctvom Rámcových programov pre rozvoj výskumu a technológie.

Kľúčové faktory spotrebiteľskej stratégie

Pri vytvorení stratégie sa prihliadalo na päť kľúčových faktorov ovplyvňujúcich spotrebiteľa a spotrebiteľskú politiku [2]:

1) Euro

Uvedenie eura odstránilo závažnú psychologickú prekážku spotrebiteľských nákupov v inom členskom štáte a uľahčilo porovnávanie cien. Preto sa cezhraničné možnosti spotrebiteľov stávajú evidentnejšími.

2) Sociálne, ekonomické a technologické zmeny

Rastie tempo využívania internetu a jeho prenikania do domácností. Elektronické obchodovanie (e-commerce) a informačná spoločnosť zmenšia význam vzdialeností v oblasti reklamy, marketingu a predaja pre početné druhy tovaru, ale najmä v oblasti služieb. Mení sa aj spôsob spotreby. Rastie sektor služieb. V EÚ jeho podiel z hľadiska tvorby HDP dosiahol prinajmenšom dvojnásobok podielu výrobného sektora.

3) Využívanie všetkých výhod vnútorného trhu

Z prieskumov vypláva, že ceny mnohých druhov spotrebného tovaru a služieb v rámci EÚ sa ešte veľmi líšia, čo by spotrebiteľia mohli využiť, keby viac dôverovali nákupom za hranicami. Navyše ceny by sa mohli výrazne znížiť, keby firmy mohli predávať cez hranice bez toho, aby sa od nich vyžadovali pre každú krajinu osobitné postupy. V jednotlivých členských štátoch platia rôzne pravidlá na ochranu spotrebiteľa. Neistota v tom, aké formy ochrany spotrebiteľ v zahraničí má alebo nemá obmedzuje jeho výber výrobkov a služieb v porovnaní so stavom v jeho vlastnej krajine.

4) Implementácia reformy riadenia

Päť zásad dobrého riadenia – otvorenosť, zúčastnenosť, zodpovednosť, efektívnosť a súvislosť (koherentnosť) – sa priamo týkajú spotrebiteľskej politiky a musia tvoriť integrálnu súčasť budúcej stratégie.

5) Rozširovanie EÚ

Stratégia spotrebiteľskej politiky (keďže bola vyhotovená v roku 2002) sa venuje aj otázke pristúpenia kandidátskych krajín do EÚ a stým spojené dopady na fungovanie vnútorného trhu. Pred EÚ tak stojí otázka vytvorenia nových regulačných štruktúr a mechanizmov ich uplatňovania a všeobecnejšie aj nových prístupov k ochrane spotrebiteľa.

Služby vo verejnom záujme

V spotrebiteľskej stratégii sú spomenuté popri iných oblastiach záujmu spotrebiteľskej politiky aj služby vo verejnom záujme [2]. V Oznámení komisie o službách vo verejnom záujme v Európe sú definované ako služby, ktoré verejné správne orgány klasifikujú ako služby vo verejnom záujme a podliehajúce osobitným povinnostiam služieb vo verejnom záujme. Ide o oblasti, ako sú doprava, energetika (zásobovanie elektrinou, plynom), telekomunikácie a poštové služby. Základnými potrebami spotrebiteľov v rámci týchto služieb je zaručenie:

- všeobecnej prístupnosti,
- vysokej kvality,
- (ekonomickej) dostupnosti.

Spotrebiteľská stratégia však stanovuje aj iné záväzky, najmä spojené s liberalizačným procesom. Správa Komisie o službách vo verejnom záujme naznačila zámer komisie vydávať pravidelné správy o monitorovaní aktivít trhu v tejto sfére. Prvá takáto správa, ktorá bola vydaná, identifikovala kvalitu služieb ako závažný problém budúcnosti. V súčasnosti existuje nedostatok prepracovaných kvalitatívnych ukazovateľov, ktorými by sa tieto služby dali ohodnotiť.

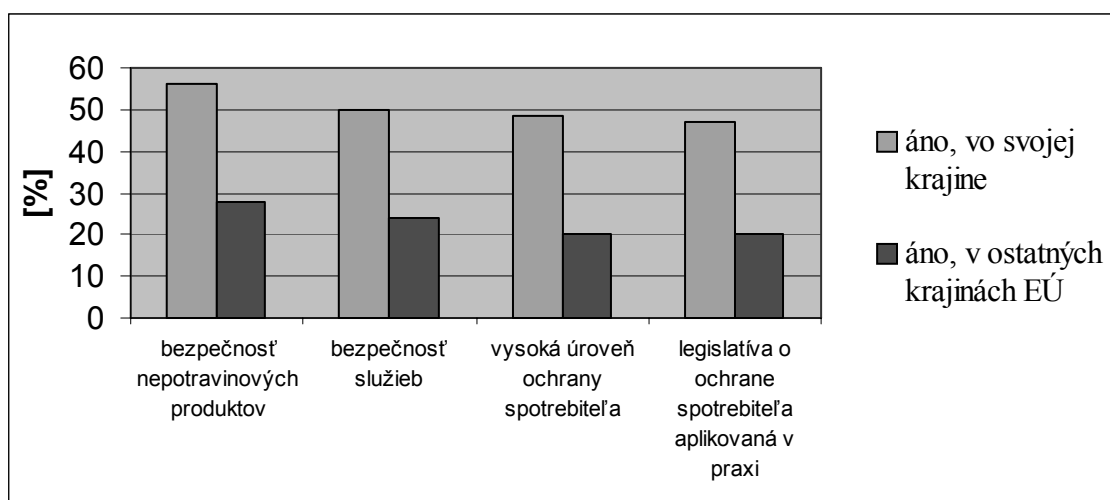
Prieskum spokojnosti s úrovňou ochrany spotrebiteľa v EÚ

Ako už bolo spomenuté, EÚ má záujem získať informácie o spotrebiteľoch, o ich názoroch týkajúcich sa jednotlivých trhov výrobkov a služieb. V novembri 2003 sa uskutočnil v rámci vtedajších 15 členov EÚ prieskum pod názvom Ochrana spotrebiteľa v EÚ.

Výsledkom prieskumu je špeciálna správa podávajúca informácie o troch oblastiach:

1. názor spotrebiteľov na ochranu spotrebiteľa,
2. znalosti spotrebiteľov,
3. spotrebiteľia EÚ a jednotný európsky trh.

Spotrebiteľia v tomto prieskume vyjadrili väčšiu spokojnosť s ochranou spotrebiteľov vo svojej vlastnej krajine (48,5%) ale iba 20,3 % verí, že táto ochrana im bude poskytnutá aj v ostatných krajinách EÚ [3]. Čo sa týka vedomostí spotrebiteľov, väčšina si nie je istá, že vie dosť o svojich spotrebiteľských právach. Iba 29,1 % Európanov si myslí, že vedia dosť o svojich právach vo vlastnej krajine. Čo sa týka vedomostí o európskych právnych normách, iba 7,1 % opýtaných si myslí, že poznajú svoje práva. Väčšina opýtaných si myslí, že jednotný európsky trh má pozitívny dopad na možnosti výberu produktov, avšak menej pozitívny na ceny produktov a služieb. V závislosti od konkrétnych otázok sa počet tých, čo sa nevedeli vyjadriť alebo mali negatívny názor, pohybuje od 25 % do 38 %. Spokojnosť s úrovňou ochrany spotrebiteľa je znázornená na *Obr.1*.



Obr.1. Názory Európanov na bezpečnosť a ochranu spotrebiteľa

Prieskumy týkajúce sa telekomunikačných služieb

Komisia prostredníctvom agentúry Eurobarometer vykonala v poslednom čase dva významné prieskumy, ktorými sa pokúsila poskytnúť kvantitatívne aj kvalitatívne údaje o službách vo verejnom záujme (vrátane telekomunikačných služieb):

1. Eurobarometer kandidátskych krajín 2003 – Názory spotrebiteľov na služby vo verejnom záujme (Candidate countries Eurobarometer 2003 - Consumers' opinions on services of general interest)

Je to špeciálna správa Eurobarometra kandidátskych krajín ohľadom služieb verejného záujmu, vyžiadaná DG SANCo v 10 kandidátskych krajinách, uskutočnená v júni a júli 2003, zverejnená v decembri 2003 [4].

2. Európski spotrebiteľia a služby vo verejnom záujme – December 2003 (European consumers and services of general interest)

Európska komisia (Generálne riaditeľstvo pre zdravie a ochranu spotrebiteľa) požiadala OPTEM a jeho spoločníkov zoskupených v sústave spolupráce Eurobarometer "Qualitative Studies", aby vykonali kvalitatívnu štúdiu ohľadom európskych spotrebiteľov a služieb verejného záujmu, a to v 15 vtedajších a 10 nových členov EÚ, ktorí vstúpili do EÚ v roku 2004 [5]. Táto kvalitatívna štúdia sa uskutočnila medzi 29. augustom a 17. októbrom 2003. Zverejnená bola v decembri 2003.

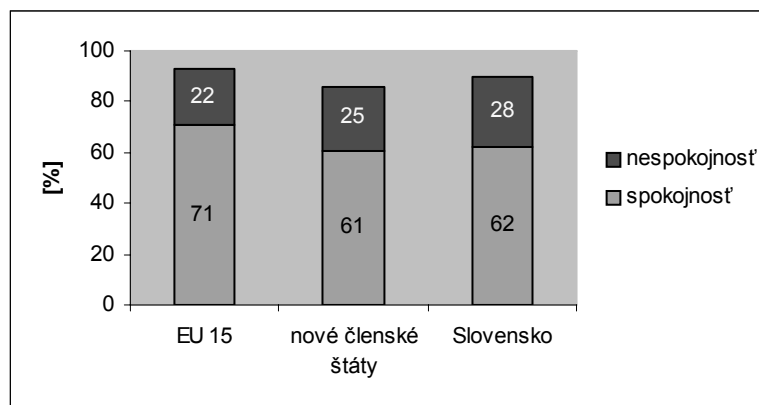
Cieľom prvého prieskumu poskytnúť štatistický prehľad mienky, postojov a stupňa spokojnosti spotrebiteľov, cieľom druhého je skôr porozumieť ich príčinám a základným faktorom.

Oblasť telekomunikačných služieb v prieskumoch reprezentujú 2 podskupiny:

- a) pevné telefónne služby,
- b) mobilné telefónne služby.

Ohodnotenie pevných telefónnych služieb

Celkové hodnotenie pevných telefónnych služieb vyznieva veľmi priaznivo ako možno vidieť na Obr. 2. Keďže prieskum bol uskutočnený v roku 2003, spotrebiteľia sú členení na spotrebiteľov vtedajších členských štátov EÚ (označujeme EÚ 15), prístupujúcich členských štátov, ktoré do EÚ vstúpili v roku 2004 a zvlášť sú vyčlenení ešte spotrebiteľia SR.

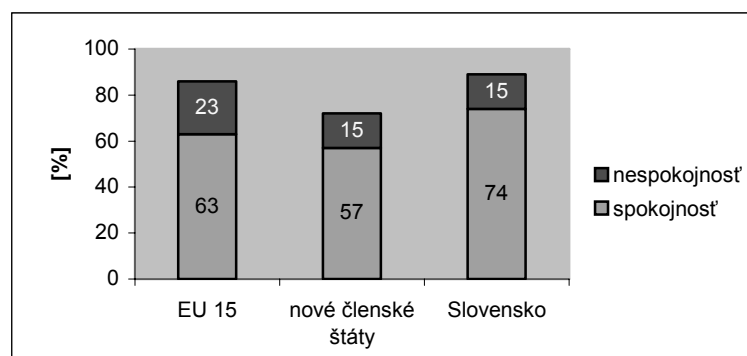


Obr. 2. Celková spokojnosť s pevnou telefónnou službou

Spotrebitelia sú spokojní s umožnením jednoduchého prístupu k službe, s dobrou kvalitou, zákazníckym servisom, priaznivo hodnotia aj jasnosť informácií o službe (hlavnými zdrojmi informácií sú faktúry a reklama) [5]. Negatívne názory prevládajú v hodnotení ceny, ktorá sa javí, najmä väčšine respondentov v prístupujúcich štátoch, ako nespravodlivá. Väčšia miera nespokojnosti sa tiež prejavila v hodnotení podmienok zmlúv. Respondenti sa sťažujú, že nemôžu ovplyvňovať znenie zmluvy. Avšak aj tí, čo hodnotili podmienky zmlúv ako spravodlivé, sa priznali, že nie sú dostatočne s týmito podmienkami oboznámení a svoj názor stavajú len na predpoklade. Čo sa týka sťažností, za posledných dvanásť mesiacov podalo sťažnosť okolo 6 % respondentov. Spokojnosť s vybavením sťažnosti vyjadrilo okolo 50% sťažujúcich sa.

Ohodnotenie mobilných telefónnych služieb

Celkové hodnotenie služby je znázornené na Obr. 3. Z prieskumu teda vyplynula celková spokojnosť s úrovňou poskytovania služby.



Obr. 3 Celková spokojnosť s mobilnou telefónnou službou

Konkrétne boli spotrebitelia spokojní najmä s jednoduchosťou prístupu, kvalitou služby, zákazníckym servisom ale aj s jasnosťou informácií o službe (hoci vyskytli sa aj negatívne ohlasy na neprehľadnosť a ťažkú porovnateľnosť ponúk v reklamách) [5]. Väčšie výhrady mali k cene služby. Zdali sa im netransparentné a dojem ekonomickej náročnosti služby zvyšuje aj fakt, že platby za mobilné telefónne služby predstavujú veľkú časť výdavkov domácností najmä, ak vlastní mobilný telefón všetci členovia domácnosti. Avšak, najmä v nových členských krajinách (vrátane SR), je nespokojnosť s cenou menšia ako u pevnej telefónnej služby. Väčší počet negatívnych odpovedí zaznamenala aj otázka týkajúca sa podmienok zmlúv. Spotrebitelia však pripúšťali, podobne ako u pevnej telefónnej služby, že nie sú detailne oboznámení s podmienkami zmlúv. Sťažnosti na službu podalo za posledný rok 5 % z opýtaných a s vybavením sťažnosti bola spokojná viac ako polovica z nich.

V krajinách vtedajšej EÚ 15 sa približne 11 % respondentov sťažovalo aj na slabý zákaznícky servis. Ako dôvod uvádzali napr. taktiku oddiaľovania pri požiadavke o zrušenie služby, komunikácia s automatom a nie s človekom a pod.

Prieskum Generálneho riaditeľstva pre zdravie a ochranu spotrebiteľa

V roku 2004 Generálne riaditeľstvo pre zdravie a ochranu spotrebiteľa, ktoré sa zaujíma o poznávanie a monitorovanie vývoja spokojnosti spotrebiteľa vzťahujúceho sa na poskytovanie a prístup k službám všeobecného záujmu a najmä na ich kritiku a myšlienky na ich vylepšovanie [6]. Prieskum sa uskutočnil v 24 867 mestách z 25 Členských štátov EÚ v období medzi 27 októbrom a 27 novembrom 2004.

Prieskum sa zaoberal 8 službami všeobecného záujmu:

- Mobilné telefónne služby
- Pevné telefónne služby
- Služby spojené s dodávaním elektrickej energie
- Služby spojené s dodávaním plynu
- Služby spojené s dodávaním vody
- Poštové služby
- Doprava medzi mestami a veľkomestami
- Železničná doprava medzi mestami a veľkomestami

Na konci roku 2004, 9 respondentov z 10 v EÚ potvrdilo, že majú ľahký prístup k pevnými telefónnymi službami (88%). Navyše percento miest v EÚ, ktoré nemajú prístup k týmto službám je veľmi malé. Prístup k mobilným telefónnym službám sa javí ako ľahký pre 79% respondentov ale ako zložitý sa javí pre 9% a nedosiahnuteľný pre 7% respondentov.

Pre mobilné telefónne služby, percento miest, ktoré majú ťažký alebo žiaden prístup k týmto službám pozvoľne klesá za posledné štyri roky. V roku 2000, 21 % respondentov potvrdilo, že majú ťažký alebo žiaden prístup k spomenutým komunikačným prostriedkom. V roku 2002 to bol prípad 17 % respondentov a v roku 2004 16 % miest EÚ malo sťažený prístup k využívaniu mobilných telefónnych služieb. V roku 2004, 10 % osôb vyjadrilo názor, že využívanie a prístup k pevným telefónnym službám je ťažký alebo nemožný.

Prístup k službám všeobecného záujmu je rozdielny medzi jednotlivými členskými štátmi tak ako aj rozdielny na základe sociálno-demografického profilu opýtaných jednotlivcov.

Prístup k mobilným telefónnym službám: 17 % respondentov s vekom 55 a viac potvrdilo, že nemajú prístup k využívaniu týchto služieb v porovnaní s iba 1 % respondentov s vekom medzi 15 a 24. Prístup k mobilným telefónnym službám sa javí ako obtiažny alebo nemožný pre mestá s nižšou úrovňou vzdelania na rozdiel od študentov, pre ktorých je prístup veľmi jednoduchý.

Mestá v EÚ využívajú pevné telefónne služby (86%) nepatrne viac ako mobilné telefónne služby (83%).

Analýza otázok použitím sociálno-demografických charakteristík miest EÚ, poskytla nasledujúce informácie:

Užívateľmi mobilných telefónov sú viac muži, mladí ľudia medzi vekom 15 a 24, študenti, ľudia bývajúci v domácnostiach s viac ako 3 obyvateľmi, obchodníci, manažéri alebo pracujúci. Ľudia žijúci v mestách a veľkomestách využívajú mobilné telefónne služby viac.

K využívaniu pevných telefónnych služieb sú náchylnejší starší ľudia

Využívanie mobilných telefónnych služieb je veľmi rozšírené v celej EÚ. Viac ako 9 respondentov z 10, ktorí majú prístup k takémuto typu služby ju využíva vo Švédsku (96 %), v Írsku (94 %), v Luxembursku (93%), Fínsku (92%), v Českej republike (90%) a v Slovenskej republike (83%).

Viac respondentov EÚ-15 využívalo pevné telefónne služby (87%) v porovnaní k (79%) nových miest Únie. Vo Švédsku takýto typ služby využívalo 99% respondentov ale v Lotyšsku len 52%. V Slovenskej republike takýto typ komunikácie využívalo 71%.

Zameraním sa na celkovú úroveň nespokojnosti boli spotrebitelia v Taliansku oveľa nespokojnejší ako ich susedia s uvedenými ôsmimi službami všeobecného záujmu. Úroveň nespokojnosti medzi užívateľmi mobilných telefónnych služieb je vyššia prevažne vo Francúzku (35% v porovnaní s EÚ-25 s priemerom 22%), ale tiež v Španielsku a v Taliansku (29%). V Slovenskej republike 15%. Najvyššia nespokojnosť s využívaním pevných telefónnych služieb bola v Taliansku (37% oproti EÚ-25, 22%), v Poľsku (34%) v Grécku (33%). V Slovenskej republike 20%.

V roku 2002, 49% miest EÚ sa vyjadrilo, že ceny, ktoré platia za používanie mobilných telefónnych služieb nie sú regulárne a 42% respondentov v členských krajinách v roku 2003 a 2004 vyjadrilo rovnaké pripomienky. V týchto krajinách, ľudia nie sú spokojný s cenami, ktoré platia za využívanie pevných telefónnych služieb, 62% opýtaných vyjadrilo názor, že ceny sú neprimerané. Dve tretiny respondentov sa vyjadrilo, že ceny za mobilné telefónne služby a pevné telefónne služby sú finančne dostupné, ale 31% si myslí že sú príliš vysoké (22% - finančne nedostupné a 9% neprimerané). V rámci EÚ je vysoká úroveň spokojnosti s kvalitou služieb. Viac ako 9 užívateľov z 10 považuje kvalitu dodávania služieb ako dobrú pri pevných telefónnych službách (92%) a mobilných telefónnych službách (91%).

V roku 2000 a 2002 mnoho respondentov v EÚ-15 sa domnievalo, že obdržané informácie od ich poskytovateľov mobilných telefónnych služieb boli nejasné pre: 23% v roku 2002 a 22% v roku 2000. Pre pevné telefónne služby, viac ako 9 užívateľov z 10 tvrdilo, že informácie, ktoré obdržali sú dostatočné (81%) a 14% respondentov má opačný názor. Podobné výsledky sa dosiahli aj u mobilných telefónnych služieb 80% spotrebiteľov je spokojných oproti 15% nespokojných.

Z pohľadu nespokojných spotrebiteľov s termínmi/náležitostami zmluvy je pozorované, že poskytovatelia telefónnych služieb sú čiastočne znepokojení. V rámci EÚ, štvrtina užívateľov mobilných telefónnych služieb alebo pevných telefónnych služieb vníma, že zmluvné podmienky nie sú regulárne (resp. 25% a 24%).

Mestá v rámci celej EÚ vyjadrili názor, že služby všeobecného záujmu považujú za bezpečné. 69% miest EÚ potvrdilo, že mobilné telefónne služby sú bezpečné (18% - veľmi bezpečné a 51% - celkom bezpečné), avšak 17 % tvrdí (14 % nie celkom bezpečné a 3 % nebezpečné).

Mnoho užívateľov má tendenciu sťažovať sa ohľadne poskytovania mobilných telefónnych služieb ich operátorom, v roku 2004 (13 %). 8 % užívateľov telefónnych služieb (mobilné alebo pevné) podáva sťažnosti.

Úloha štátu v oblasti telefónnych služieb

U pevných telefónnych služieb si spotrebitelia predstavovali úlohu štátu nasledovne:

- zaručený prístup k núdzovým službám,
- celonárodné pokrytie,
- určovanie štandardov ohľadne kvality služby,
- zabezpečenie ochrany dôvernosti volaní, osobných údajov,
- dohľad nad cenami (cenová regulácia),
- rýchlosť opráv v prípade poruchy.

Očakávanie štátnych záruk v oblasti mobilných telefónnych služieb bolo menšie ako pri pevných telefónnych službách. Dôvodom bola skutočnosť, že na tomto trhu neexistoval v minulosti štátny monopol a táto služba bola vnímaná ako menej podstatná v porovnaní s pevnou telefónnou službou. Napriek tomu boli určité záruky vyžadované:

- geografické pokrytie,

- prenositeľnosť čísla,
- cenový dohľad,
- určovanie kvalitatívnych štandardov,
- ochrana zdravia a osobných údajov.

Systém ochrany spotrebiteľa v SR v nadväznosti na spotrebiteľskú politiku EÚ

Spotrebiteľská politika v SR patrí do kompetencie Ministerstva hospodárstva, ktoré vypracováva ciele a zásady spotrebiteľskej politiky na určité obdobie. Tieto ciele zohľadňujú zámery a usmernenia EÚ.

Na nasledujúcom obrázku sú znázornené základné ciele spotrebiteľskej politiky v SR, ktoré vyplývajú zo základných práv spotrebiteľov.



Obr. 4 Ciele spotrebiteľskej politiky v SR

Systém ochrany spotrebiteľa na telekomunikačnom trhu

Ako vyplýva z uvedených údajov, základným právnym predpisom v oblasti ochrany spotrebiteľa je zákon o ochrane spotrebiteľa. Každá oblasť národného hospodárstva má však ešte svoje vlastné právne predpisy upravujúce ochranu spotrebiteľa na konkrétnom trhu. Oblasť telekomunikácií je upravená príslušnými právnymi predpismi, za prípravu a uplatňovanie ktorých je zodpovedné Ministerstvo dopravy, pôšt a telekomunikácií.

Významnú úlohu pri riešení otázok ochrany spotrebiteľa v súvislosti s poskytovaním telekomunikačných služieb zaznamenalo prijatie zákona o elektronických komunikáciách, ktorý upravuje podmienky na poskytovanie telekomunikačných služieb, vrátane štátnej regulácie telekomunikačných činností a cien. Z vyššie uvedených oblastí sa vzťahuje hlavne na oblasť ochrany a podpory ekonomických záujmov spotrebiteľov (koncových užívateľov) a riešenie reklamácií.

Okrem Ministerstva dopravy, pôšt a telekomunikácií pôsobia na telekomunikačnom trhu v oblasti ochrany spotrebiteľa aj iné orgány:

- TÚ SR,
- SOI,
- Protimonopolný úrad,
- Rada pre vysielanie a retransmisiu,
- Rada pre reklamu,
- Združenia na ochranu spotrebiteľa.

Európskym právnym predpisom sa prispôbil aj zákon o elektronických komunikáciách. Najdôležitejšie smernice pre problematiku ochrany spotrebiteľa prebraté týmto zákonom sú:

- Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/19/ES o prístupe a prepojení,
- Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/20/ES o oprávnení,
- Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/21/ES – rámcová smernica,
- Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/22/ES o univerzálnej službe,
- Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/58/ES o súkromí a elektronických komunikáciách.

Literatúra

- [1] Ochrana spotrebiteľa. [online]. [s.a.]. [Cit. 2005-03-23]. Dostupné na: http://www.epp-ed.org/Policies/pkeynotes/45consumer-protection_sk.asp
- [2] Stratégia spotrebiteľskej politiky na roky 2002 – 2006. [online]. [s.a.]. Dostupné na: <http://www.economy.gov.sk/files/spotrebitel/strategia1.doc>
- [3] Consumer protection in the EU. [online]. [november 2003]. [Cit. 2005-03-17]. Dostupné na: http://europa.eu.int/comm/public_opinion/archives/ebs/ebs_193_en.pdf
- [4] Candidate countries Eurobarometer 2003 - Consumers' opinions on services of general interest. [online]. [December 2003]. [Cit. 2005-03-17]. Dostupné na: < http://europa.eu.int/comm/consumers/cons_int/serv_gen/cons_satisf/index_en.htm >
- [5] European consumers and services of general interest. [online]. [december 2003]. [Cit. 2005-02-25]. Dostupné na: < http://europa.eu.int/comm/public_opinion/quali_en.htm >
- [6] Názory spotrebiteľov na služby všeobecného záujmu. [online]. [Cit. 2006-03-02]. Dostupné na: <http://www.economy.gov.sk/files/spotrebitel/spotrebitelnazoryvseobecnyzaujem.doc>
- [7] Telematické služby / Juraj Vaculík. - Žilina : Žilinská univerzita v EDIS, 1998. - 127 s. : obr., tab. - Lit. 9. - ISBN 80-7100-530-4.

Grantová podpora

1/2548/05 Kvalita služieb vnímaná zákazníkom