

Kto je spotrebiteľ a kto priemerný spotrebiteľ?

Spotrebiteľ aj priemerný spotrebiteľ je nielen v bežnej praxi, ale aj v legislatíve často používaným výrazom. Kým legálna definícia spotrebiteľa sa nachádza rovno v dvoch právnych predpisoch, zákonná definícia priemerného spotrebiteľa absentuje.



V zmysle zákona č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov (ďalej len ako „zákon o ochrane spotrebiteľa“) je spotrebiteľom tá fyzická osoba - nepodnikateľ, ktorá pri uzatváraní a plnení spotrebiteľskej zmluvy nekoná v rámci predmetu svojej podnikateľskej činnosti, zamestnania alebo povolania. Z tejto definície teda vyplýva, že spotrebiteľom môže byť výlučne len fyzická osoba, ktorá koná z vlastnej iniciatívy na základe svojich potrieb.

Zákon č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník v znení neskorších predpisov charakterizuje spotrebiteľa obdobne, teda ako fyzickú osobu, ktorá pri uzatváraní a plnení spotrebiteľskej zmluvy nekoná v rámci predmetu svojej obchodnej činnosti alebo inej podnikateľskej činnosti.

K zjednoteniu týchto dvoch zákonných definícií spotrebiteľa sa pristúpilo predovšetkým pod vplyvom smernice 93/13/EHS.

Zákon o ochrane spotrebiteľa používa aj ďalší pojem, ktorým je priemerný spotrebiteľ. Nakoľko v zákone nie je bližšie špecifikované, kto je priemerný spotrebiteľ, akými znalosťami, vedomosťami, resp. vlastnosťami disponuje. Pri výklade je potrebné vychádzať z judikatúry súdov, konkrétne z judikatúry Súdneho dvora EÚ.



Súdny dvor EÚ v rámci prejudiciálnej otázky v rozhodnutí C-210/96 zo dňa 16. júla 1998 rozobral pojem priemerný spotrebiteľ a dospel k záveru, že je ním taký spotrebiteľ, ktorý je obozretný, všímavý a primerane správne informovaný.

Obozretný spotrebiteľ sa správa dostatočne ostražito a pozorne, aby neuveril každému marketingovému tipu či už výrobcu alebo obchodníka. Jeho obozretnosť sa má prejavovať napríklad priemerným kritickým myslením. Súdny dvor EÚ judikoval, že obozretný spotrebiteľ neuverí tomu, že veľkosť propagovaného označenia na balení tovaru je totožná s jeho skutočnou veľkosťou.

Všímvý spotrebiteľ skúma vlastnosti tovaru, ktorý kupuje, oboznamuje sa s informáciami uvedenými na obale produktu, medzi ktoré patrí napríklad hmotnosť výrobku alebo dátum minimálnej trvanlivosti, prípadne dátum spotreby.

V prípade primerane správne informovaného spotrebiteľa sa prezumuje, že disponuje dostatočnými znalosťami a vedomosťami na to, aby sa vedel správať obozretne a všimavo.

V teoretickej rovine sa priemerný spotrebiteľ považuje za otvorený pojem, ktorý je adaptabilný pre konkrétnu vnútroštátnu legislatívu ovplyvnenú sociálnym, jazykovým i kultúrnym faktorom.

V zmysle vyššie uvedeného je teda jasné, že nároky na priemerného spotrebiteľa sú rozhodne vyššie, prísnejšie než pre spotrebiteľa. Z toho vyplýva, že pri výklade ustanovení, ktoré obsahujú pojem „priemerný spotrebiteľ“, treba uplatňovať charakteristiku Súdneho dvora EÚ, a teda vnímať spotrebiteľa nielen ako fyzickú osobu, ktorá nekoná v rámci svojej podnikateľskej činnosti alebo profesie, ale aj ako informovanú, vnímavú a obozretnú osobu.