

ΗΜΕΡΙΔΑ Ε.Ε.Τ.Τ.
«ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ &
ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ»

ΑΘΗΝΑ, 11 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2007

Γιώργος Διέλλας
Αναπληρωτής Συνήγορος του Καταναλωτή

***Ποιότητα τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών & προστασία καταναλωτών:
Ο ρόλος της Ανεξάρτητης Αρχής «Συνήγορος του Καταναλωτή»***

Ύστερα από μια μακροχρόνια κατάσταση κυριαρχίας των μονοπωλίων, η τηλεπικοινωνιακή αγορά τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς διατρέχει μια έντονη φάση τεχνολογικής εξέλιξης και εμπορικού ανταγωνισμού. Οι εντατικές και πολυδάπανες διαφημιστικές εκστρατείες των εταιρειών, που υπογραμμίζουν τις ανταγωνιστικές τιμές και την υψηλή χρηστικότητα αυτών των υπηρεσιών, αποτελούν το μέσο για την προσέλκυση πελατών και τη μεγέθυνση, συνακόλουθα, του οικονομικού μεριδίου τους στην απελευθερωμένη πλέον αγορά.

Η άμεση και μαζική πρόσβαση όλων σε μια σειρά νέων τηλεπικοινωνιακών εφαρμογών, δεν είναι μια διαδικασία χωρίς πρακτικά προβλήματα. Και αυτό ως ένα βαθμό μπορεί να θεωρηθεί φυσιολογικό, από τη στιγμή που μια εδραιωμένη κατάσταση με την οποία είχαμε εξοικειωθεί δίνει τη θέση της στις πρωτόγνωρες συνθήκες μιας τεχνολογικής επανάστασης που εξελίσσεται ταχύτατα και εμφανίζει ισχυρές προεκτάσεις και παρενέργειες για τους καταναλωτές.

Το κυριότερο φαινόμενο που παρουσιάζεται στην απελευθερωμένη αγορά τηλεπικοινωνιών είναι η ύπαρξη ενός κατεστημένου φορέα, ο οποίος συνήθως είναι ο πρώην κρατικός φορέας επικοινωνιών και στον οποίο η συμμετοχή του κράτους εξακολουθεί στην πλειονότητα των περιπτώσεων να παραμένει σημαντική. Συχνά, το βασικό δίκτυο επικοινωνίας μέσω του οποίου δρομολογείται η προσφορά των νέων υπηρεσιών τελεί υπό την ιδιοκτησία και εποπτεία του φορέα αυτού, γεγονός που, στην περίπτωση τουλάχιστον της χώρας μας, οδηγεί στην εμφάνιση προβλημάτων και διενέξεων με τις νέες επιχειρήσεις που επιθυμούν να εισέλθουν στην τηλεπικοινωνιακή αγορά, με αρνητικές επιπτώσεις για τους καταναλωτές.

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή έχει γίνει αποδέκτης μεγάλου αριθμού αναφορών από πολίτες-καταναλωτές που διαμαρτύρονται για τη

σημαντική καθυστέρηση στην ενεργοποίηση ευρυζωνικών συνδέσεων και άλλων τηλεπικοινωνιακών πακέτων πολλαπλών υπηρεσιών που στηρίζονται στη δυνατότητα που δίνει η νομοθεσία για τη δημιουργία ιδιωτικών δικτύων μέσω μισθωμένων γραμμών. Οι εταιρείες με τη σειρά τους, απαντώντας – όταν απαντούν - σε τέτοιου είδους διαμαρτυρίες καταναλωτών, ισχυρίζονται ότι αυτές οι καθυστερήσεις οφείλονται στην έλλειψη πρόνοιας για έγκαιρη εξέλιξη των κατάλληλων προηγμένων υποδομών στη χώρα μας, καθώς και σε κάποια προβλήματα που προκύπτουν από τη συνεργασία τους με τον Ο.Τ.Ε.

Η πραγματικότητα, όμως, είναι πιο περίπλοκη και αφορά την τάση των παρόχων-εταιρειών στην υιοθέτηση στρατηγικών μάρκετινγκ που προβάλλουν υπέρμετρες υποσχέσεις σε σχέση με την πραγματική διαθεσιμότητα των υπηρεσιών τους και την τεχνική δυνατότητά τους να τις προωθήσουν εμπορικά στο κοινό. Τα σχετικά διαφημιστικά μηνύματα που κατακλύζουν τον Τύπο, την τηλεόραση και το ραδιόφωνο κάνουν συστηματικά λόγο για το μικρό χρονικό διάστημα που απαιτείται για την ενεργοποίηση των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών από τη στιγμή που ο πελάτης θα υποβάλει την αίτησή του, για να αποδειχτεί ωστόσο στην πράξη ότι τελικά αυτό το απαιτούμενο χρονικό διάστημα είναι πολύ μεγαλύτερο.

Οι εγειρόμενες επιφυλάξεις αφορούν, επιπροσθέτως, τη χαμηλή ποιότητα σημαντικού όγκου των υπηρεσιών που προσφέρονται στην αγορά, με ταχύτητες συνδέσεων στο ίντερνετ κατά πολύ χαμηλότερες από τις διαφημιζόμενες, οι συχνές διακοπές της τηλεφωνικής σύνδεσης, η πλημμελής παροχή υπηρεσιών που στηρίζονται στις τεχνολογίες ευρείας ζώνης, όπως είναι η διαδραστική τηλεόραση, κ.α..

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφερθούν τα προβλήματα που ανακύπτουν σε επαγγελματίες, ηλικιωμένους, ΑμεΑ, κ.λπ. από τη στέρηση του βασικού αγαθού της επικοινωνίας.

Τα παραπάνω, σε συνδυασμό με τη δυσχερή και συχνά με οικονομική επιβάρυνση πρόσβαση των καταναλωτών στα κέντρα τηλεφωνικής εξυπηρέτησης των παρόχων τους για την επίλυση αποριών και τη λήψη βοήθειας για την αποκατάσταση τεχνικών προβλημάτων, καθιστά την κατάσταση ακόμα πιο προβληματική.

Οι συνθήκες έντονου εμπορικού ανταγωνισμού ανάμεσα στους παρόχους συνιστούν τον κυριότερο παράγοντα για τη διατύπωση υπερβολικά δελεαστικών εμπορικών προσφορών και την αθέτηση εν τέλει των δεσμεύσεων που αναλαμβάνουν ενώπιον των καταναλωτών σχετικά με

την πραγματική δυνατότητά τους να ανταποκριθούν στην ποιοτική, γρήγορη και αξιόπιστη παροχή των υπηρεσιών που διαφημίζουν.

Τα τμήματα πωλήσεων των παρόχων διαθέτουν πλήρως στελεχωμένες τηλεφωνικές υπηρεσίες, μέσω των οποίων οι υπάλληλοί τους καλούν αδιακρίτως καταναλωτές και τους ωθούν στη σύναψη εξ αποστάσεως συμβάσεων. Ωστόσο, δεν είναι λίγες οι διαμαρτυρίες πολιτών των οποίων έχει γίνει αποδέκτης ο Συνήγορος του Καταναλωτή και περιγράφουν τις μη ενδεδειγμένες συνθήκες υπό τις οποίες πραγματοποιούνται τηλεφωνικά οι συναλλαγές. Παρατηρείται είτε το φαινόμενο της ελλιπέστατης προσυμβατικής ενημέρωσης του πελάτη είτε το πολύ πιο ανησυχητικό γεγονός της χρέωσης ανυποψίαστων πολιτών για τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες για τις οποίες απλώς ενημερώθηκαν, αλλά που ποτέ δεν έδωσαν ρητή συγκατάθεση για την ενεργοποίησή τους.

Τέλος, δεσπόζουσα θέση μεταξύ των καταγγελιών που υποβάλλουν προς τον Συνήγορο του Καταναλωτή οι πολίτες, κατέχουν οι πρακτικές περιορισμού του δικαιώματός τους να υπαναχωρούν από συμβάσεις, όπως προβλέπει ο νόμος. Η επιβολή τελών απενεργοποίησης των υπηρεσιών αδιακρίτως περιστάσεων, η σχεδόν αδύνατη επικοινωνία με τον πάροχο για τη γνωστοποίηση της καταγγελίας της σύμβασης, αλλά και η τακτική της επιβολής πάγιων χρεώσεων για μεγάλο χρονικό διάστημα ακόμα και μετά τη δήλωση βούλησης για την καταγγελία, αποτελούν ενδεικτική απαρίθμηση των πρακτικών εμποδίων που συναντούν οι καταναλωτές και που προφανή στόχο έχουν την αποθάρρυνσή τους από την άσκηση των νομίμων δικαιωμάτων τους.

Η Ανεξάρτητη Αρχή «Συνήγορος του Καταναλωτή», συγκαταλέγεται ανάμεσα στους θεσμούς που έχουν συσταθεί από την Πολιτεία, ως έκφραση της ηθικής της αποστολής, με κατεξοχήν αντικείμενο την προστασία των πολιτών-καταναλωτών στο περίπλοκο και δαιδαλώδες οικονομικό περιβάλλον που διαμορφώνεται. Όσον αφορά συγκεκριμένα τις τηλεπικοινωνίες, είναι αξιοσημείωτο ότι ο εν λόγω εμπορικός κλάδος συγκεντρώνει τον μεγαλύτερο αριθμό παραπόνων και αναφορών που μας υποβάλλουν οι καταναλωτές (περίπου το 25% επί του συνόλου των αναφορών). Το γεγονός αυτό, ενισχύει τη διαπίστωση πως η ραγδαία ανάπτυξη του τηλεπικοινωνιακού κλάδου τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα, πέρα από τα προφανή και αδιαμφισβήτητα οφέλη σε μικρο και μακρο-οικονομικό επίπεδο για τους αναπτυξιακούς στόχους της χώρας, έχει ακόμα αρκετά ανοικτά θέματα που χρήζουν μεθοδικής αντιμετώπισης.

Πέραν του πρακτικού και άμεσου σκοπού της επίλυσης μιας καταναλωτικής διαφοράς, η λειτουργία του Συνηγόρου του Καταναλωτή, αλλά και των λοιπών αρμοδίων οργάνων που λειτουργούν με γνώμονα την προστασία του καταναλωτή, επιτελεί έναν σημαντικό κοινωνικό ρόλο: την ενημέρωση των πολιτών για τα δικαιώματά τους ως καταναλωτών και την εμπέδωση καταναλωτικής συνείδησης και κουλτούρας ορθολογικής συναλλακτικής διαπραγμάτευσης με τους προμηθευτές. Από αυτή την άποψη, το ιδανικό αποτέλεσμα που αναμένει κανείς να προκύψει από τη συστηματική και υπεύθυνη ενημέρωση της κοινής γνώμης είναι η προοδευτική μείωση του αριθμού των καταναλωτικών διαφορών και των προβλημάτων που ανακύπτουν κατά τις εμπορικές συναλλαγές, ακριβώς λόγω της ενθάρρυνσης συμβατικών σχέσεων που αναπτύσσονται ανάμεσα σε καλά πληροφορημένα για τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις τους μέρη.

Παράλληλα, η δημοσιοποίηση των προβλημάτων των καταναλωτών, μέσα από τη σύνταξη Ετήσιων Εκθέσεων, κλαδικών μελετών, ενημερωτικών φυλλαδίων και άλλων εντύπων, φιλοδοξεί να συμβάλει στον εντοπισμό και την αποκατάσταση επιμέρους τομέων της αγοράς, καθώς και στην επισήμανση της κοινωνικής ευθύνης που οφείλουν να επιδεικνύουν οι προμηθευτές προς όφελος του πολίτη – καταναλωτή.

(Για παράδειγμα πρέπει να αναφερθεί ότι η εκδηλούμενη εκ μέρους πολλών εταιρειών κοινωνική υπευθυνότητα, μέσω κοινωνικών απολογισμών, υποτροφιών, χορηγιών, κ.λπ. θα πρέπει να συμβαδίζει με την καθημερινή πρακτική τους προς τους καταναλωτές και σε καμία περίπτωση δεν συνάδει με σημαντική καθυστέρηση απάντησης στις αναφορές τους, σε αόριστες ή και παραπλανητικές απαντήσεις ή στην ανάθεση είσπραξης ληξιπρόθεσμων οφειλών σε εισπρακτικές εταιρείες).

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή, παρά την επωνυμία του, δεν αποτελεί έναν μονομερή και προκατειλημμένο σύμμαχο των συμφερόντων του καταναλωτή. Η λειτουργία του αποτελεί συγκεκριμένη θεσμική παρέμβαση της Πολιτείας και οι προτάσεις και υποδείξεις του (π.χ. Κώδικας Καταναλωτικής Δεοντολογίας), συμβάλουν στην εμπέδωση κλίματος εμπιστοσύνης μεταξύ προμηθευτών και καταναλωτών. Αποτέλεσμα, φιλοδοξούμε να είναι, η δημιουργία ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων για όλους τους μετόχους της αγοράς.