

ŽIVOTNOST VÝROBKŮ – PLUS PRO NAŠI SPOTŘEBU I ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ

Viktor Vodička



Vydání této publikace podpořila ze svého rozpočtu MČ Praha 10 (www.praha10.cz) z Dotačního programu pro oblast ochrany životního prostředí a environmentální výchovy, za což děkujeme. Přednostně je proto tato publikace prezentována právě v Praze 10.



Městská část Praha 10

OBSAH

Co je to životnost výrobků?

Jaká je praxe v průmyslu?

Je Česká republika výjimkou?

Co nám říká cena o zboží?

Jsou naše ekonomické zájmy dostatečně chráněny?

Jak jsme jako spotřebitelé o životnosti výrobků informováni?

Jak dál?

Zahraniční příklady

Jak reagujeme?

ISBN 978-80-87719-68-8 (Sdružení českých spotřebitelů, z. ú.)

CO JE TO ŽIVOTNOST VÝROBKŮ?

Životností se u výrobků tradičně rozumí doba, po kterou si výrobek udrží své původní nebo téměř původní vlastnosti, což znamená, že si udrží nejen svoji provozuschopnost, ale např. také své výkonnostní charakteristiky a spolehlivost, v některých případech i užtkové vlastnosti esteticko-vzhledové či hygienické (jako je hlučnost apod.).

Životnost výrobků se pak tradičně měří většinou na čas, nebo na opakování. Časově se měří například domácí spotřebiče, kde např. rychlovarná konvice může mít životnost 5 let. Z takové informace víme, že pokud si takovou konvici koupíme, měla by vydržet přibližně 5 let se stejnými vlastnostmi (rychlost vaření, funkčnost mechanických součástí, spotřeba energie atd.). Příkladem měření na opakování pak může být třeba nabíjecí baterie, u které nám výrobce říká, kolikrát můžeme baterii nabít, aby si uchovala své vlastnosti (délku provozu a kapacitu).

JAKÁ JE PRAXE V PRŮMYSLU?

Abychom lépe porozuměli, jak je tomu v praxi a zda se takovými kritérii můžeme při výběru výrobků řídit, je potřeba se podívat, jak to funguje v průmyslu a jaké informace jako zákazníci máme, pokud jde o životnost výrobků, když si je pořizujeme pro svoji potřebu anebo do domácnosti. V průmyslu se zdá, že problém se životností výrobků není zas až tak podstatný, anebo jen zdánlivě?

Délka životnosti určitého výrobku je ovlivněna nejen při výrobě (výrobní technologií a dalšími atributy výrobce jako je např. systém kontroly a jakosti, úroveň výrobních prostředků a pracovníků), ale významně ji ovlivňuje i způsob používání daného produktu (pracovní zátěž, okolní prostředí produktu, jeho údržba apod.).

Proto se u sledovaných zařízení velice pečlivě monitoruje jejich zatěžování a průběžně se sleduje i čerpání jejich předpokládané životnosti, aby mohla být včas naplánována jejich výměna nebo aby se zabránilo škodám, které mohou být i velmi podstatné pro životní prostředí, lidské zdraví a v neposlední řadě i pro majetek daného podniku. Inovace jsou zde motorem pro řadu úspor, aniž by se snížila bezpečnost provozu, a aniž by se hlavně jakkoli snížilo vědomí výrobního podniku, co přesně si za zařízení či produkt objednáva, jaký servis a jakou obsluhu si vyžadují a jak kvalifikovaně je zapotřebí, aby s nimi pracovníci podniku po jejich pořízení a během jejich životnosti následně zacházeli.

A i v rovině smluv a kontraktů hrají tyto faktory velmi podstatnou roli, neboť při rozšiřování masové a výpočetní technikou řízené (robotické) výroby nejen v Americe a v Evropě, ale i v Asii a postupně i v Africe dnes již prakticky není problém něco vyrobit, ale zajistit pro daný výrobek servis a přesvědčit partnera, že mu daný výrobek při dlouhé životnosti přinese jisté a dostatečné úspory, aby si jej mohl vybraný obchodní partner koupit a dodavatelé či výrobci zaplatit i tuto přidanou hodnotu, která tento výrobek doprovází a která jej právě odlišuje od ostatních a běžně vyráběných produktů.

A není zde řeč jen o energetice (např. jaderné) či o velkých průmyslových podnicích, je zde řeč o celé řadě menších a i malých firem, kterých je přinejmenším v Evropě většina. Pokud někdo průmyslově obrábí materiály či vrtá, těžko se může spokojit s nápisem „jen pro hobby použití“ v průvodní dokumentaci k danému produktu nebo u jeho doplňků, a problém s plánovaným zastaráváním výrobků, designem, úsporami materiálu a s cenovou dostupností kvalitních výrobků se tak dnes bohužel netýká jen spotřebitelů.



JE ČESKÁ REPUBLIKA VÝJIMKOU?

Určitě není. Určitou odlišnost od vyspělých zemí ale vykazujeme v mnohem větší citlivosti na cenu výrobků. Často tak i iracionálně nakupujeme ve slevě a i příslušníci nových povolání (např. hodinoví manželé) dbají mnohdy více na svůj vzhled, než na spolehlivost a kvalitu svých pracovních nástrojů, ke kterým hoblík nebo vrtačka třeba určitě patří, zatímco půjčovny nářadí a nástrojů zejí prázdnotou a nejrůznější opravy (zůstaly-li vůbec) jsou na úbytě.

Není to však degradace tohoto nového povolání, ani služeb, které jsou jako sektor (a zejména v oblasti ICT) oprávněně na vzestupu, je to především otázka toho, jakou informaci nám cena o výrobku či službě poskytuje a zda opravdu uspokojujeme naše očekávání jen podle ceny.

Hodinový manžel, zůstaneme-li u tohoto příkladu, chce-li a má-li dostatek zakázek, pak si může dovolit na každou novou zakázku zakoupit za svůj opotřebovaný např. zcela zbrusu nový vrták do panelu apod., ačkoli to není racionální a ani udržitelné (velké podniky si takový postup určitě nemohou dovolit), ale pokud se v situaci, že tento vrták je u nás prakticky jen na jedno použití, ocitne spotřebitel (panel je panel), bude přinejmenším asi trochu překvapený, protože nemá, jak si to spočítat, a ani nemá jak takovou zkušenost racionálně učinit předem.

CO NÁM ŘÍKÁ CENA O ZBOŽÍ?

Cena pro spotřebitele a profesionála (např. hodinového manžela) tak neplní stejnou funkci, a ani informace, že daný vrták je třeba „made in EU“ a že jeho hodnocení na obale tohoto výrobku je uvedeno jako „gut“ na tom nic nemění. Kdyby byl spotřebitel informo-

ván, že své původní vlastnosti a výkonnost výrobek ztrácí po 20 minutách intenzivnějšího vrtání, velmi pravděpodobně by si zakoupil jiný, a třeba takový, který lze s menšími přestávkami spolehlivě používat mnohem delší dobu, neboť jeho životnost je delší. A i cena za jednu minutu práce s ním (byť může být v absolutním vyjádření dražší) pak pro nás a pro naše využití vychází mnohem lépe.

JSOU NAŠE EKONOMICKÉ ZÁJMY DOSTATEČNĚ CHRÁNĚNY?

Ušetřit je pro spotřebitele jistě příjemné, ale jen podle ceny se nikdo racionálně rozhodovat nemůže, a to i když je spotřebitel při výběru výrobků chráněn řadou předpisů.

Předně spotřebitel může v EU a i u nás zboží reklamovat a uplatňovat i 24 měsíční zákonnou záruku za vady, které se v této době u výrobku projeví (což podnikatelé nemohou), ale i my ve Sdružení českých spotřebitelů trochu pochybujeme, jak by dopadla záruka u výše uvedeného hypotetického případu (s vrtákem do panelu), neboť z praxe víme, že i boty se často neprodávají jako vycházková nebo společenská obuv, ale mnohdy jen jako módní doplňky (nehlédě ke zdravotním anebo hygienickým aspektům jejich užívání), protože za záruku vyplývající ze zákona odpovídá prodejce, a to bez ohledu na jiné skutečnosti a i bez ohledu na to, jakou záruku mu poskytuje výrobce (či dovozce) toho kterého zboží.

Řada výrobců se proto snaží (od domácích spotřebičů počínaje až po předměty pro sport nebo pro běžnou domácí spotřebu jako je např. nábytek apod.) situaci obchodníkům ulehčit a už ve výrobě zajistit, aby dané výrobky zákonnou záruku přechyly relativně v pořádku a z pohledu spotřebitelského práva a požadavků kladených právními předpi-

sy „na jejich sortiment“ bez úhony (často ale z pohledu kontroly jakosti s dodatečnými úsporami a naopak s většími výdaji na reklamu a často právě ne déle, než je doba stanovená evropskými či našimi předpisy).

Z pohledu životnosti výrobků, a to nikoli jen z pohledu jejich výkonnosti nebo esteticko-vzhledových vlastností, ale bohužel i z pohledu jejich provozuschopnosti (což můžeme považovat pro velkou skupinu spotřebitelů za klíčovou vlastnost výrobku), nám tak postupem času ruku v ruce s posilováním ochrany spotřebitelů vznikla situace, že jsme u nás v Evropě na rozdíl od ostatních kontinentů světa „všemožně“ chráněni, ale o životnosti výrobků, které si vybíráme a kupujeme, nevíme v podstatě nic, zatímco výroba i dovoz zejména rychloobrátkového zboží z jihovýchodní Asie rostou.

V řadě případů se přitom nejedná u spotřebního zboží (tzn. u zboží určeného především pro nás spotřebitele) o vady, které se po čase u daného výrobku projeví nebo které se u něj mohou hypoteticky projevit, ale o výsledek výrobního procesu a o rozhodnutí výrobního podniku (přijímané někde v prstenci vedení – technologické oddělení – marketingové oddělení – vlastníci podniku), že jejich výrobek má mít (a bude mít) životnost maximálně 2 až řekněme 2,5 roku.

JAK JSME JAKO SPOTŘEBITELÉ O ŽIVOTNOSTI VÝROBKŮ INFORMOVÁNI?

Na tento problém spojený s plánovaným zastaráváním výrobků zejména u elektrospotřebičů, na problém spojený s nízkou efektivitou výdajů pro spotřebitele a i na téměř neuvěřitelné plýtvání zdroji při takovém postupu dnes upozorňuje řada hlasů, ale o životnosti zboží v sortimentu, ze kterého si jako spotře-

bítelé (tzn. jako osoby pořizující si dané zboží pro svoji vlastní potřebu) vybíráme, podle platných pravidel informování nejsme a ani podle platné legislativy být nijak nemusíme.

A můžeme si tak velmi jednoduše (nebo už pravidelně a právě velmi jednoduše?) zakoupit výrobek, který sice není jen na jedno nebo dvě použití, ale který rozhodně naše očekávání životnosti, pokud jde o jeho vlastnosti, provozuschopnost, výkonnostní charakteristiky či spolehlivost, nesplňuje, a kde už se i v rámci daného sortimentu (také proto, že o rozdílech výrobků v tomto sortimentu nejsme nijak informováni) začínáme ztrácet, a kde nám ani naše volba či zkušenost není mnohdy nijak platná.

Rádi bychom si třeba na základě naší zkušenosti zakoupili rychlovarnou konvici, která by přivedla vodu do varu nejpozději do 60 vteřin, které by se nezlomilo madlo ani při přenášení plného objemu 1,5 litru vody a která by si měla právě tyto pro ni charakteristické a i jiné (estetické) vlastnosti uchovat po celou dobu 5 let její uváděné životnosti, ale takovouto (pohledem běžného spotřebitele kvalitní) rychlovarnou konvici můžeme mít postupně i problém na trhu vůbec objevit.



A to ne, protože bychom se bránili ji čistit a užívat ji např. podle návodu k obsluze, ale protože třeba 5 leté životnosti (tzn. zachování si původních nebo téměř původních vlastností po celou takto relativně dlouhou dobu jejich provozu) se rychlovarné konvice postupem času nemusí dožít, a také hlavně proto, protože právě o takové konvice a o tom, u koho si ji můžeme koupit, nemáme informace, abychom průmyslu primárně jako zákazníci, ale i na daný (tzn. prodejní) trh vyslali onen důležitý signál, že bychom byli ochot-

ni si za takovouto konvici i třeba, a často ne málo, připlatit.

Dnes už můžeme standardně získat např. i informaci, jakou účinnost ta která konvice má, a podobně jako např. u kotlů, digestoře, ledniček či u myčky nádobí se pak rozhodnout pro tu, která má nejvyšší energetickou účinnost, a jejímž používáním tak budeme spotřebováváný elektrický proud nejvíce šetřit. Základní informaci (tzn. jak dlouho vlastně budeme moci tímto proudem šetřit) ale nemáme.

Ať už si vybereme jakoukoliv konvici či výrobek, jako základní informaci naopak máme, že si na něj u prodejce můžeme jako spotřebitelé ještě 2 roky po jeho zakoupení stěžovat, a poté že se jedná (bez ohledu na náš užitek a bez ohledu mnohdy i na efektivitu našich peněžních výdajů) o naše riziko a že nás nikdo k provedenímu nákupu (což je pravda pouze teoreticky) nenutil.

JAK DÁL?

V dané kategorii spotřebního zboží, ať už se jedná o zmíněné elektrospotřebiče včetně tiskáren apod., nebo o jakékoliv jiné zboží (dnes už i včetně automobilů nebo dokonce i zahradních bazénů), u kterého klademe jeho provozuschopnost výše nebo alespoň naroveň jeho esteticko-vzhledovým vlastnostem, se problém s krátkou resp. zkracovanou životností výrobků ještě násobí, když si uvědomíme, že s určitými výjimkami (je poskytnuta např. smluvní záruka 5 let na motor vysavače, ale ne na vysavač samotný, nebo 5 let záruka za karoserii vozidla, ale ne na vozidlo samotné apod.) se spotřebitel po vypršení zákonné záruky 2 let setkává s dalšími těžkostmi, potížemi a doprovodnými jevy výše uvedených „opatření“ jako je nedostatek či cena náhradních dílů, nedostupnost servisů a opravářů schopných daný výrobek vůbec opravit, a zajistit tak možnost jeho dalšího používání a užitku.

A vůbec se přitom v dané kategorii zboží nemusí jednat o levné výrobky, abychom zůstali u zavedeného a v naší společnosti rozšířeného vnímání, že mezi cenou a kvalitou existuje jakási přímá úměra a přímý vztah či zákonitost. A pokud je někdo citlivý k přírodě a nehledí např. jen na své výdaje a svůj vlastní užitek, tzn. že mu nejsou lhostejné ani otázky spojené s ochranou našeho životního prostředí, pak tuto situaci nemůže zhojit ani skutečnost, že mu během 2 leté zákonné záruční doby prodejce vymění jím zakoupené a pochopitelně zejména to drobnější zboží, které např. přestalo být zcela provozuschopné nebo které se nedaří opravit, kus za kus, a že k jednomu užitku místo jednoho výrobku cirkulují na trhu se všemi negativními dopady na životní prostředí, pokud jde o jejich výrobu, už výrobky dva.

Z pohledu společnosti se totiž skutečně nejedná o ten nejefektivnější způsob řešení nastalé situace.

ZAHRAŇIČNÍ PŘÍKLADY

V různých zemích na to vlády reagují různým způsobem. V Nizozemí např. může u zboží, které je trvanlivé jako u automobilů nebo praček, vznikat nárok na delší než dvouletou (zákonnou) záruku. V Rakousku se spotřebitelé mohou při svých nákupech rozhodovat podle značky, kterou je opatřen jen elektrospotřebič navržený opravitelným způsobem. Ve Švédsku zavedli daňové slevy na některé opravárenské práce a možnost, aby si spotřebitel polovinu nákladů na opravu elektrospotřebiče resp. na odměnu za práci s tím spojenou odečetl ze svých daní i sám. Ve Francii (což už je i u nás obecně známo) šli dokonce i tak daleko, že dostupnost náhradních dílů je tu uložena zákonem a plánované zastarávání výrobků je ve Francii dokonce označeno přímo i jako trestný čin.

JAK REAGUJEME?

My jsme se ve Sdružení českých spotřebitelů už v roce 2016 rozhodli pro zavedení značky **ŽIVOTNOST PLUS**, která oceňuje především výrobce za to, že pro daný výrobek či sortiment jeho životnost deklaruje, a to pro spotřebitele jasným a srozumitelným způsobem.

Více k této značce, která byla přijata podle usnesení vlády č. 685 ze dne 26. června 2002 i do Programu Česká kvalita, včetně podmínek pro její udělení a informace o dosud oceněných podnikatelských subjektech, je možné najít na našich stránkách www.zivotnost-plus.cz.

A uveřejňujeme zde i vybrané příběhy lidí, kteří se životností zakoupených výrobků učinili mnohdy i velmi smutnou zkušenost.

Jak z prvních průzkumů (Francie, Benelux, Španělsko a Česká republika), tak i z těch posledních, na základě kterých Evropský parlament vyzval i Evropskou komisi k vytvoření standardů, které by prodloužily výrobkům životnost a které by umožnily i jejich běžnou opravu namísto nakupování nového zboží, totiž jasně vyplývá, že téměř všichni občané se již někdy v Evropě s plánovým zastaráváním výrobků a se souvisejícími problémy jako je nedostatek a cena náhradních dílů apod. setkali.

S naším partnerem **Opravárnou s.r.o.** proto chceme také v rámci kampaně „**Opravme Česko**“ upozornit na to, že není nutné výrobky vyhazovat a pořizovat si nové – pokud je možné je ještě opravit a mít tak z nich užitek – více na www.opravmecesko.cz.

Stejně jako my pak prosazuje související ochranu životního prostředí a prevenci vzniku odpadu i EU. Pokud už vůbec odpady vznikají, musí být zajištěna jejich recyklace. Nejhorší způsob nakládání s odpadem je u spotřebního zboží totiž jeho skládkování. Nehledě k tomu, že EU nemá ani dostatek vlastních nerostných surovin a tím, že výrobky v ekonomice nedostatečně cirkulují, dochází každoročně k velkému a neefektivnímu plýtvání, které musíme jako spotřebitelé zaplatit.

**Uvědomujete si, že nejste se životností výrobků spokojeni?
Máte už léta pocit, že Váš hlas není slyšet?**

Vyžadujte při každodenních nákupech a při výběru zboží i Vy značku ŽIVOTNOST PLUS.

BUĎTE SPOTŘEBITELI..



Vydání publikace podpořila ze svého rozpočtu MČ Praha 10, za což děkujeme.



**Městská
část
Praha 10**



Poděkování za pravidelnou podporu našich vydavatelských
počinů Českému institutu pro akreditaci, o.p.s.



Garamon, s.r.o. , Wonkova 432, 500 02 Hradec Králové
tel./fax: 495 217 101, e-mail: garamon@garamon.cz
příjem inzerce: 495 499 086, e-mail: radnice@garamon.cz



SDRUŽENÍ ČESKÝCH
SPOTŘEBITELŮ, z. ú.
CZECH CONSUMER
ASSOCIATION
www.konzument.cz

Sdružení českých spotřebitelů, z. ú.
Pod Altánem 99/103, 100 00 Praha 10 – Strašnice
tel.: +420 261 263 574, e-mail: spotrebite@regio.cz, www.konzument.cz

PUBLIKACE SDRUŽENÍ ČESKÝCH SPOTŘEBITELŮ

Životnost výrobků – Plus pro naši spotřebu i životní prostředí, edice Průvodce spotřebitele, svazek č. 36, 1. vydání, autor © Mgr. Viktor Vodička, vydalo © Sdružení českých spotřebitelů, z. ú., září 2018. Obálka a grafická úprava Kateřina Tomášková. Vytiskla tiskárna Garamon, s. r. o.

ISBN 978-80-87719-68-8 (Sdružení českých spotřebitelů, z. ú.)