

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

PROVOZNĚ EKONOMICKÁ FAKULTA

Provoz a ekonomika

Katedra práva



Bakalářské práce

Ochrana spotřebitele ve smlouvách uzavíraných mimo provozovnu

Autor práce: Adéla Trhlíková

Vedoucí práce: JUDr. Jitka Mráková, CSc.



PDF Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

estné prohlá-ení

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci Ochrana spotřebitele ve smlouvách uzavíraných mimo provozovnu vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 30. 4. 2009

.....

Adéla Trhlíková



*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

Pod kování

Na tomto místě bych velmi ráda podkovala vedoucí mé bakalářské práce JUDr. Jitce Mrákové, CSc. za odbornou pomoc, rady a připomínky, které mi byly cenným vodítkem při vypracování této bakalářské práce.

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

PROVOZNĚ EKONOMICKÁ FAKULTA

Provoz a ekonomika

Katedra práva



**Ochrana spotřebitele ve smlouvách uzavíraných mimo
provozovnu**

**Consumer protection in relation to contracts negotiated
outside a commercial site**

Ochrana spot ebitele ve smlouvách uzavíraných mimo provozovnu

Consumer protection in relation to contracts negotiated outside a commercial site

Souhrn

Bakaláská práce se zabývá analýzou platné právní úpravy spot ebiteleských smluv se zaměřením na smlouvy uzavírané mimo obchodní prostory podle občanského zákoníku č. 40/1964 Sb., v platném znění. V těchto souvislostech je v práci provedena také analýza implementace komunitárního práva do platné právní úpravy zmíněných smluv. Práce se soustřeďuje na směrnici Rady č. 85/577/EHS, o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory.

Obsahem zpracování je i nástin historického vývoje ochrany spotřebitele, a to jak v českých zemích tak globálně v Evropské unii, a dále vysvětlení některých základních pojmů (spotřebitel, dodavatel, spotřebitelské smlouvy apod.). Práce se okrajově zabývá i zabezpečením ochrany spotřebitele. V této souvislosti je vypracována studie ilustrativního případu, který se týká problematiky uzavírání smluv mimo obchodní prostory a podpory organizace s názvem Asociace občanských poraden.

V závěru práce se autorka pokouší zjistit formou dotazníku, co si lidé pod pojmem spotřebitel představují, jaké formy obchodu preferují, zda mají problémy s reklamacemi a ví, jak v takových případech postupovat, popřímo na koho se obrátit, jak hodnotí jejich ochranu jako spotřebitelů v současné společnosti apod.

Klíčová slova

Ochrana spotřebitele, spotřebitel, dodavatel, spotřebitelské smlouvy, smlouvy uzavírané mimo provozovnu, směrnice, implementace.



Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

Summary

This bachelor work analyses legal regulations of consumer protection aimed at contracts negotiated outside a commercial site by course of Act No. 40/1964 Coll., Civil Code in current wording. In connection with this work, there is also done an analyse of implementation of european law into valid consumer contracts. This work focuses in Council Directive No. 85/577/EHS, Consumer protection in relation to contracts negotiated outside a commercial site, in particular.

The subject matter also outlines a historical development of a consumer protection in the Czech Republic as well as in the European Union, together with the explanation of some basic definitions like a consumer, contractor, consumer contracts etc., and is marginally engaged in securing the consumer protection. In this matter, there has been done an essay refering to questions about contracts negotiated outside a commercial site and support of organization called Asociace ob anských poraden.

At the end of this work, the author is trying to find out what people think consumer definition means, what kind of contracts people usually make, whether they have problems with claims and know what to do or who contact when having a problem with a claim, how people evaluate their protection as consumers in present society etc.

Keywords:

Consumer protection, consumer, contractor, consumer contracts, contracts negotiated outside a commercial site, Council Directive, implementation.

OBSAH

| | | |
|---------|---|----|
| 1 | Úvod | 1 |
| 2 | Cíl a metodika práce..... | 2 |
| 2.1 | Cíl práce..... | 2 |
| 2.2 | Metodika práce..... | 3 |
| 3 | Vývoj právní úpravy ochrany spotřebitele | 5 |
| 3.1 | Úvod | 5 |
| 3.2 | Vývoj právní úpravy v ČR..... | 5 |
| 3.3 | Vývoj právní úpravy v EU..... | 9 |
| 3.4 | Závěr..... | 13 |
| 4 | Základní pojmy v právu ochrany spotřebitele | 15 |
| 4.1 | Úvod | 15 |
| 4.2 | Spotřebitel..... | 15 |
| 4.3 | Prodávající | 16 |
| 4.4 | Dodavatel | 16 |
| 4.5 | Výrobek | 17 |
| 4.6 | Služba | 17 |
| 4.7 | Spotřebitelské smlouvy..... | 17 |
| 4.7.1 | Analýza platné právní úpravy spotřebitelských smluv | 18 |
| 4.7.2 | Kupní smlouva jako nejčastěji používaný typ spotřebitelské smlouvy .. | 21 |
| 4.7.2.1 | Obecná ustanovení v kupní smlouvě | 22 |
| 4.7.2.2 | Vedlejší ujednání v kupní smlouvě | 23 |
| 4.7.2.3 | Zvláštní ustanovení o prodeji zboží v obchodě | 23 |
| 4.8 | Závěr..... | 24 |
| 5 | Analýza platné právní úpravy ochrany spotřebitele u smluv uzavíraných mimo provozovnu..... | 25 |
| 5.1 | Úvod | 25 |
| 5.2 | Směrnice Rady č. 85/577/EHS, o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavíraných mimo obchodní prostory..... | 26 |
| 5.3 | Právní úprava smluv uzavíraných mimo provozovnu v OZ..... | 27 |
| 5.4 | Princip minimální harmonizace | 31 |
| 5.5 | Závěr..... | 32 |
| 6 | Zabezpečení ochrany spotřebitele..... | 33 |
| 6.1 | Úvod | 33 |
| 6.2 | Úkoly ve veřejné správě..... | 34 |
| 6.2.1 | Česká obchodní inspekce..... | 35 |
| 6.3 | Občanské spotřebitelské organizace..... | 36 |
| 6.3.1 | Sdružení obrany spotřebitelů (SOS)..... | 36 |
| 6.3.2 | Asociace občanských poradců (AOP) | 37 |
| 6.4 | Evropské spotřebitelské instituce | 38 |
| 6.5 | Závěr..... | 38 |
| 7 | Poznámky a doporučení | 39 |
| 7.1 | Dotazník..... | 39 |
| 7.1.1 | Vyhodnocení dle sociodemografických údajů | 39 |
| 7.1.2 | Vyhodnocení dle jednotlivých otázek..... | 42 |
| 7.2 | Závěr..... | 53 |



*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

| | | |
|------|-------------------------|----|
| 8 | Záv r..... | 54 |
| 9 | Seznam literatury | 59 |
| 10 | P ílohy | 60 |
| 10.1 | P íloha . 1:..... | 61 |
| 10.2 | P íloha . 2:..... | 64 |
| 10.3 | P íloha . 3:..... | 71 |

1 Úvod

Téma ochrany spotřebitele jsem si vybrala, protože si myslím, že je a vždy bude aktuální. Tato problematika se dotýká všech občanů, a ufl vystupují jako samotní spotřebitelé kupující zboží a služby nebo podnikatelé, kteří toto zboží i službu spotřebitelům poskytují. Každý z nás je spotřebitelem. Denně nakupujeme zboží (např. potraviny nebo noviny) nebo nakupujeme služby (chodíme do restaurací i například využíváme služeb hromadné dopravy).

Vedle těchto tradičních dennodenních obchodních vztahů se s vývojem moderní společnosti rozvíjí i další poměrně oblíbené obchodní praktiky jako jsou například zájezdy, kde se nabízí zákazníkům různé druhy zboží, rozvoj podomního prodeje i TV shoppingu. V praxi se tak na jedné straně otvírají spotřebitelům nové možnosti, ovšem na druhé straně vznikají nové problémy mezi například například zaručení doby životnosti výrobků, adekvátní ceny, možnosti reklamace, zaručení nezávadnosti výrobků jak po technické tak po zdravotní stránce apod. Tyto všechny problémy je nutné vymezit, specifikovat a právně regulovat.

Další problémy související s ochranou spotřebitelů vyvstávají s iasto diskutovanou světovou globalizací. Ufl v počátcích globalizace bylo zejména, že v dobách hromadné velkovýroby a sluování mezinárodních trhů budou mít konkurenční výhodou ti, kteří mohou své zboží propagovat na velkých trzích bez hranic, celních omezení a dalších umělých překážek obchodu. Na jedné straně, otevření hranic a odstranění restrikcí samozřejmě přináší spotřebitelům rozšíření nabídky nejen jiného zboží. Pro podnikatele tato situace znamená větší objemy výroby, s čímž úzce souvisí i možnost nabídnout spotřebitelům zboží za nižší cenu. Na druhé straně ale široká nabídka pro zákazníka znamená daleko obtížnější rozhodování, a to i tehdy, když se omezí na dvě základní otázky: šCo se mi líbí? a šKolik mohu za to utratit? P i těchto úvahách nesmíme také zapomenout na různé druhy skrytých nekalých praktik a nátlak ze strany nabízejících zboží i službu spotřebitelům. A navíc, když si uvědomíme, že k základním otázkám spotřebitelů přibudou další jako například šBude to funkční? šBude to kvalitní? šCo dále, když to přestane fungovat?, a dále přitom nedvěru spotřebitelů především k novým podnikatelům, tedy přitom podezření na jejich nekalé praktiky,

máme se domnívat, že to zřejmě zákazník vzdá a zůstane oddaný svým tradicím značkám. Zákazník by jistě nechtěl řešit problémy vzniklé s nákupem zboží, a tak by mohl raději nakupovat domácí značky, na které je zvyklý. Ovšem v tomto případě by společný trh zůstal jen dálnou a nákladnou iluzí. Myslím tedy, že je nutné, aby i zde spotřebitelé cítili svou ochranu, což je možné docílit právě fungující legislativou.

2 Cíl a metodika práce

2.1 Cíl práce

Základním cílem je analýza platné právní úpravy spotřebitelských smluv se zvláštním zaměřením na smlouvy uzavírané mimo obchodní prostory podle občanského zákoníku č. 40/1964 Sb., v platném znění. V těchto souvislostech autorka analyzuje implementaci komunitárního práva do platné právní úpravy zmíněných smluv, především se soustřeďuje na směrnicí Rady č. 85/577/EHS, o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory.

Obsahem zpracování je také nástin historického vývoje ochrany spotřebitele, a to jak v českých zemích tak globálně v Evropské unii (kapitola 3). Pohled historického vývoje má usnadnit porozumění současnému stavu problematiky ochrany spotřebitele.

čtvrtá kapitola uvádí pohled základních pojmů jako například spotřebitel, dodavatel, výrobek, služba apod., které je nutno vysvětlit, aby bylo možné vypracovat analýzu právních předpisů v následné kapitole. Je zde také blíže rozebrána kupní smlouva, dle zákona č. 40/1964 Sb., OZ v platném znění, jako nejčastěji používaný typ spotřebitelských smluv.

V páté kapitole se práce soustřeďuje na analýzu platné právní úpravy ochrany spotřebitele u smluv uzavíraných mimo provozovnu s ohledem na směrnicí Rady č. 85/577/EHS, o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory a zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, v platném znění.

Následná kapitola je věnována zabezpečení ochrany spotřebitele, a to díky aktivitám veřejné správy, spotřebitelských nevládních organizací i evropských

spotřebitelských institucí. V této souvislosti je vypracována studie ilustrativního případu, který se týká problematiky uzavírání smluv mimo obchodní prostory a podpory organizace s názvem Asociace obchodních poraden. Studie popisuje situaci na předváděcí akci, a dále podává řešení možných problémů spolu s doporučením, jak se tímto problémem vyhnout (případová studie, viz. příloha 2).

Cílem praktické části (kapitola 7) je zjistit, co si lidé pod pojmem spotřebitel představují, jaké formy obchodu preferují, zda mají problémy s reklamacemi a ví, jak v takových případech postupovat, popřímo na koho se obrátit, jak hodnotí jejich ochranu jako spotřebitelů v současném společenství apod.

2.2 Metodika práce

Práce je vypracována na základě sekundární analýzy dat. Základní metoda, kterou autorka použila, je výklad právních norem. Švýkladem práva rozumíme objasnění smyslu a obsahu právních norem vyjádřených v normativních právních aktech, za účelem jejich pochopení a používání.¹ Při výkladu právní normy je tedy nutno brát v úvahu jak vlastní text právní normy tak i situaci, pro kterou byla tato norma vydána, její účel, poslání a v neposlední řadě i její vztah k jiným právním normám. Mezi nepoužívané výkladové metody zjednodušeně patří:

- **gramatický (jazykový) výklad:** je výklad právní normy vycházející přímo ze struktury v textu. Rozebírá smysl slovního textu, tedy smysl jednotlivých slov, vztahy a dále vztahy mezi jednotlivými částmi souvisejícími i jednotlivými větami, což použité výrazy obvykle znamenají apod.
- **logický výklad:** používá některé specifické metody, nejčastěji nazývané argumenty. Výklad využívá pravidla formální logiky tak, aby byla zabezpečena správnost myšlenkových postupů a pravdivost jejich výsledků.
- **systematický výklad:** je založen na jazykovém a logickém kontextu a vychází sepsáním napříč ze strukturalizace právních předpisů, koherentnosti i dispozitivní

¹ VEVEŘKA, V., BOGUSZAK, J., APEK, J. *Základy teorie práva*. Praha: CODEX, a.s., 1994. 99 s.

právní úpravy. Zajišťuje smysl normy srovnáním s jinými. Normy zde nelze zkoumat izolovaně, ale pouze v souladu s jinými právními normami, v souvislostech celého právního systému.

- **teologický:** (výklad *e ratione legis* = ze smyslu zákona) zkoumá, jaký je účel a funkce rozebírané právní normy v souvislostech se sociálními podmínkami a potřebami společnosti, v nichž se norma má realizovat. S vývojem společnosti se totiž mění i funkce právní normy. Při tomto výkladu se často vyuffívá argumentace ad absurdum (štakhle to přece nemohl Parlament myslet!ö).
- **historický výklad:** zkoumá, jaký byl úmysl zákonodárce v době přijímání právní úpravy.²

Dále autorka pouffívá metody komparativní zalofené na analýze obdobné úpravy právní normy v jiných právních předpisech nebo i cizích právních řádech (např. ve státech EU).

Pro potřeby praktické části této práce autorka zvolila kvalitativní výzkum. Co se týče techniky sběru dat, v prvé řadě v tání byla pouffita forma písemného dotazování (viz. příloha 1: Dotazník), občas forma telefonického dotazování. Mezi výhody dotazníku patří poměrně nízká cena a také to, že respondenti mají v tání pocit soukromí při zodpovídání otázek a zároveň i více šasu na správnou formulaci odpovědí. Slabou stránkou písemného dotazování může však být nízká návratnost vyplněných dotazníků, což může vést ke zkreslení některých dat při vyhodnocování. Dalším problémem může být špatné pochopení dotazu a z toho plynoucí zavádějící odpovědi.

Prvotním krokem při tvorbě dotazníku bylo vytvoření seznamu základních informací, které nám má dotazování přinést. Na tomto základě bylo možné formulovat otázky, jež pak byly polořeny cílové skupině osob. Cílová skupina dotazovaných byla zvolena náhodně. Po ukončení sběru dat následovala analýza jednotlivých otázek a poté metodou indukce autorka došla ke všeobecnému závěru a vyhodnocení.

² VEVERKA, V., BOGUSZAK, J., APEK, J. *Základy teorie práva*. Praha: CODEX, a.s., 1994. 99-103 s.

3 Vývoj právní úpravy ochrany spotřebitele

3.1 Úvod

Tak, jak se vytvářela a postupně organizovala společnost, tak se také utvářely základní pravidla upravující rozvoj dané společnosti. Tyto pravidla postupem času, bylo nutné sepsat tak, aby chránily rozmach státu a rostoucí bohatství. Státní mocí vyhlášené právní normy (tehdy se spíše jednalo o normy obyčejové a normy psané) se měly snažit o zamezení takovým praktikám výrobců a obchodníků, které by dobrý obchod porušovaly nebo jinak rozvoj narušovaly.

V dřívějších dobách však smyslem veřejného práva nebylo chránit kupujícího, tedy spotřebitele, jak tomu chápeme dnes. Tehdejší právní normy spíše měly být prostředkem k ochraně veřejného zájmu na ochranu obchodu jako takového.

Základem moderního práva na ochranu spotřebitele, jak ho známe dnes, se stalo takzvané dokonalé římské právo, které již vedlo k rozlišení práva soukromého, jako práva soukromých jednotlivců, a práva veřejného, tedy státního. Římské právo bylo rozpracováno do nejmenších detailů tak, že bylo již poskytnout dostatečnou ochranu. Například při smlouvě tržní musel prodávající zaručit kupujícímu, že se nenajde žádná osoba, která by k prodávajícímu cítila lepší právo a která by mohla v cizí odepřít právo, a dále, že prodávající má vlastnosti, které kupující očekává. Rozlišovalo tak již odpovědnost za vady právní i vady faktické.³

3.2 Vývoj právní úpravy v ČR

Za historickou zmínku utváření práva na ochranu obchodu, potažmo spotřebitele, stojí například škodifikovaná **Práva česká království českého Pavla Kristiána z Koldína** vydaná tiskem r. 1579,⁴ kde bylo aplikováno jak římské právo, tak právo zemské a usnesení zemských sněmů českého království českého.

³ ZDRAFIIL, Miloš. *O ochraně spotřebitele*. Praha: Linde, 2000. 7 s.

⁴ MALÝ, K., SIVÁK, F. *Dějiny státu a práva v Československu*. Praha: Panorama, 1988. 180 s.

V pozdější době hrály významnou roli také **cechovní předpisy**, které do nástupu manufakturní výroby řídily množství výrobků a jejich cenu v prodeji (Generální cechovní patent z r. 1731).

Na začátku 19. stol., s nástupem průmyslové výroby, ovšem cechy ztratily svůj význam a na našem území byly zrušeny rakouským **řivnostenským zákonem** č. 227/1859. Tento zákon představenoval ve veřejné předpis, který upravoval právo týkající se nejen řivnostenského podnikání, ale také právo související s vlastní ochranou spotřebitele. řivnostenský zákon stanovil v zájmu ochrany spotřebitele například povinnosti předpis označení provozoven, v ochrání výrobků, předpis zajistit hygieny provozoven, informační povinnosti u některých druhů zboží a další. Obsahoval již také kontrolní a sankční oprávnění řivnostenského úřadu.⁵ Tento právní předpis byl několikrát novelizován. Do právního řádu samostatné čkoslovenské republiky byla převzata na základě zákona č. 11/1918 Sb. řivnostenský zákon byl zrušen zákonem č. 65/1965 Sb. spolu s předpisy jejich podmínkami a prováděcími.

Soukromoprávní ochrana byla kupujícímu zajistit na od r. 1811 **veřejným zákoníkem obanským**. Zákoník detailně vytyčil práva a povinnosti smluvních stran vyplývající ze smlouvy tržové a smlouvy, ze smlouvy o dílo apod. Platnost na našem území měla až do roku 1950, kdy byl zrušen **obanským zákoníkem** č. 141/1950 Sb., jenž byl později nahrazen zákonem č. 40/1964 a doplněn o další předpisy.

Je nutno si uvědomit, že právo na ochranu spotřebitele bylo vymezeno nejen v těchto dvou státních právních předpisech, ale také řadou dalších doplňujících právních předpisů vzniklých hlavně v 19. a na počátku 20. stol. Doplňující předpisy vznikaly především za účelem zvyčování úrovně uspokojování potřeb a zájmů lidí a zvyčování kvality jejich života.

Z veřejných předpisů sledující zájem na ochranu spotřebitele byl významný například předpis upravující výrobu a oběh potravin **Codex alimentarius austriacus** z let 1891 až 1898 platný na našem území až do r. 1937, kdy byl nahrazen **Potravním kodexem čkoslovenským**, který po r. 1948 vystřídaly státní podnikové a oborové normy. Dále bychom jmenovat například právo nekalé soutěže upraveno zákonem č. 111/1927 Sb., proti nekalé soutěži nebo právo kartelové upraveno zákonem

⁵ ZDRAFIIL, Miloš. *O ochranu spotřebitele*. Praha: Linde, 2000. 8 s.

. 141/1933 Sb., o kartelech a soukromých monopolech. Jistá ochrana spotřebitele byla zaručena vydáním zákona . 160/1949 Sb., o vnitřním obchodu, jež bylo opatření k zajištění obchodu zbožím, plynulé distribuci a kontroly spotřebitelů. Dále legislativním předpisem k ochraně spotřebitele byla také vyhláška . 218/1954 Ú.1. o jednotném vedení **knihy právní a stíhací** v maloobchodních prodejnách a závodech společného stravování a vyhláška . 177/1956 Ú.1. o zařazování závodů ve veřejného stravování do cenových skupin.

Naproti tomu soukromoprávní ochranu spotřebitele zabezpečoval již zmíněný občanský zákoník . 141/1950 Sb. a posléze **občanský zákoník** . 40/1964 Sb. tak, jak je s doplňujícími úpravami známe dodnes. Občanský zákoník upravuje obecné otázky občanskoprávních vztahů a závazkového práva spolu s konkrétními typy spotřebitelských smluv jako například smlouva kupní, smlouva o dílo apod. Doplňk občanského zákoníku speciálním zákonem . 127/1981 Sb., o vnitřním obchodu a dále prováděcí vyhláškou, k tomuto zákonu, . 93/1982 Sb., byl pevně vymezen pojem obchodní činnost a její členění, bylo upraveno udržením a zánik oprávnění k provozování obchodní činnosti, působnost orgánů státního obchodního dozoru, vymezení kontrolního a sankčního oprávnění a další.

K ochraně kupujících byly určeny i státní orgány a organizace. Zde vystupovaly tzv. **Výbory lidové kontroly**, jejichž kontrolní činnost spočívala v podávání návrhů pro disciplinární nebo hmotný postih při porušení platných předpisů. Dále existovaly státní **inspekční orgány**, jež se mimo jiné řídily například vládním nařízením . 76/1958 Sb., o státní inspekci jakosti potravinářských a zemědělských výrobků, zákonem . 103/1971 Sb., o lidové kontrole (zrušený z. . 405/1995 Sb.) atd.

Přesto, že do r. 1989 v tehdejší Československu existovalo jakési rozdělení na veřejnoprávní a soukromoprávní oblast práva, musíme si uvědomit, že díky mnoha především politickým a ekonomickým aspektům (socialistický režim, fungování centrálně plánované ekonomiky atd.) byly zájmy spotřebitele jako individualisty znátně potlačovány. Plánování firem a strategie rozvoje se odvíjely od potřeb společnosti jako celku a ne od požadavků jednotlivých zákazníků. V období ekonomiky totalitního státu garantoval ochranu spotřebitelů v první řadě stát (jako zmíněné Výbory lidové kontroly nebo Státní obchodní inspekce), ale je zřejmé, že jen spekulativní do jaké míry pomáhaly

tyto orgány jednotlivě a do jaké míry upřednostovaly zájmy státních firem v zastoupení celé socialistické společnosti.

Zlomovým bodem ve vývoji práva na ochranu spotřebitele se stal rok 1989, jež byl rokem nejenom v oblasti právní, ale také v oblasti ekonomické, politické i sociální. Začátkem 90. let 20. stol. se pro českou společnost stal formováním moderního práva, což platí i pro problematiku ochrany spotřebitele. V uspořádání právních předpisů dochází ke znovuobnovení dělení práva na veřejné a soukromé ve smyslu samotném. Toto období bylo charakterizováno jednak převzetím soukromoprávních prvků, které zajišťovaly zejména ochranu zdraví, život a majetek spotřebitelů, jakož i ochranu některých jejich hospodářských zájmů, u kterých dosavadních funkcí osvědčených ve veřejnoprávních prvcích obsažených v nejzákladnějších právních předpisech a přijetím některých nových norem převážně ve veřejnoprávní povahy. Z těchto norem vystoupil - vedle Ústavy České republiky a Listiny základních práv a svobod, jakož i vedle zákona č. 455/1991 Sb., o řívnostenském podnikání - výrazně do popředí zejména zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.⁶

Přijetí nových právních předpisů vedlo k posilování postavení spotřebitele jako hospodářsky slabšího a méně zkušeného článku obchodního řetězce v hospodářsky silnějším podnikatelském. Na začátku totiž bylo na rozhodnutí spotřebitele, který se cítil dotčen svého práva, zda se bude domáhat nápravy soukromoprávní cestou u soudu a své nároky, opírající se o předpisy občanskoprávní povahy, vymáhat. Vždy se ale jednalo pouze o nápravu závadného stavu a to jen v případě, kdy se požadovaná náprava vůbec domohl. S nástupem demokracie a úlohou občana jako jednotlivce podílejícím se na ovlivnění společnosti, začala ale společnost zabezpečovat práva spotřebitele prostřednictvím veřejnoprávních předpisů, jejichž cílem nebyla už jen následná ochrana, ale také ochrana preventivní.

Další posun ve vývoji práv na ochranu spotřebitele byl zaznamenán vstupem České republiky do Evropského společenství v květnu 2004. Znakem tohoto období je harmonizace českého právního systému s právním systémem existujícím v členských zemích Evropské unie tak, aby došlo k postupnému vyrovnání v celé integrující se

⁶ WESTKA, J., JEHLIČKA, O., KRATOCHVÍL, M. *Právní ochrana spotřebitele v ČR*. Praha: C. H. Beck, 1999. 4-5 s.

Evrop . Zm ny se týkají p edev-ím oblasti spot ebního zboží (bezpe nost, technické požadavky), potravin (nezávadnost) i finan ní oblasti (spot ebitelské úv ry). Kladou se i vy-ích nároky na správné ozna ování výrobk (datum spot eby, slofení, cenaí).

3.3 Vývoj právní úpravy v EU

V roce 1957 byla podepsána **ímská smlouva**,⁷ kterou se zakládá Evropské hospodá ské spole enství (EHS) ili šspole ný trh. Ov-em smlouva sama je-t nepoloffila ucelený právní základ politiky ochrany spot ebitele. V r. 1968 -est lenských zemí EHS ru-í vnit ní cla na dováfené zboží, ímfl umofl uje poprvé mezi sebou volný zahrani ní obchod. Vzniká tak nejv t-í sv tový obchodní prostor. Obchod mezi t mito státy a ostatním sv tem rychle roste. S tím samoz ejm rostou i požadavky na v t-í ochranu spot ebitele. Pro zaji-t ní volného pohybu zboží, a tím i fungování jednotného vnit ního trhu a sou asn í ochrany spot ebitele, má klí ový význam bezpe nost výrobk , které jsou na tomto trhu uvád ny do ob hu.

Komunitární legislativa, která tuto situaci zaji- uje, pro-la dv ma etapami. První etapa za ala hned po založení spole ného trhu v r. 1969. Jejím základem se staly sm nice, které upravovaly technické specifikace pro r zné kategorie výrobk . Tto o výrobky, které mají zásadní význam pro ochranu spot ebitele, jeho zdraví a bezpe nost. Jednalo se hlavn o motorová vozidla, potraviny, farmaceutické, kosmetické a chemické výrobky. Hlavním problémem prvotních sm níc v-ak byla p íli-ná podrobnost. Sm nice asto musely být m n ny v d sledku technického a technologického pokroku. Z toho d vodu se prosadil názor, fle je u n kterých druh výrobk vhodn j-í uplatnit p í harmonizaci požadavk sektorový p ístup.

V dubnu 1975 p ijala Evropská rada tehdej-ího EHS dal-í p edb flný program na ochranu spot ebitel , jakofl i na zaji-t ní informací pro n . Jednalo se o prvotní strategii,

⁷ Normy mezinárodního práva ve ejného, mezinárodní smlouvy, kterými lenské státy Evropských spole enství vdechly tomuto spole enství subjektivitu, vytvo ily orgány tohoto spole enství a stanovily jim kompetence. Rovn fl p edstavují základní materiální normy stanovící stát m základní povinnosti sm ující k harmonickému souflití ve spole enství a sm ující k dosafení cíl spole enství. HULVA, T. *Ochrana spot ebitele*. Praha: ASPI, 2005. 35 s.

její program vysvětloval, že spotřebitelská politika má pro evropský charakter.⁸ Program byl realizován řadou dílčích opatření Evropské komise a stal se určitým mezikrokem k realizaci druhé etapy komunitární legislativy.

Švýchodiskem druhé etapy, tzv. nového postupu, se stalo rozhodnutí Rady ze dne 7. 5. 1985 o novém postupu k technické harmonizaci a normalizaci. Na rozdíl od detailních směrnic sektorového postupu stanoví směrnice nového postupu jen základní požadavky pro velké skupiny výrobků v tak citlivých oblastech, jakými jsou bezpečnost, zdraví a životní prostředí.⁹ **Rezoluce Rady Valného Shromáždění OSN** . 39/248/1985, kterou se stanoví nové směrnice pro ochranu spotřebitele, si klade za cíl prosazovat a realizovat právo spotřebitelů na bezpečné výrobky. Nový postup se vztahoval na výrobky jako jsou například hračky, strojní zařízení a implantované lékařské přístroje. V této souvislosti stojí za zmínku vznik například směrnice . 85/374/EHS o odpovědnosti za vady výrobků ve znění směrnice . 1999/34/ES, směrnice . 85/577/EHS na ochranu spotřebitele v případě smluv uzavíraných mimo obchodní prostory nebo směrnice . 88/378/EHS o bezpečnosti hraček.

V r. 1992 byla podepsána **Maastrichtská smlouva**,¹⁰ která začlenila do ústavní smlouvy novou kapitolu XI. nazvanou Ochrana spotřebitelů. Kapitola je tvořena jen jediným článkem, přesto však vyjadřuje ucelenou koncepci ochrany spotřebitelů. Šlo o to, aby formou harmonizačních opatření vedla jednotlivé členské státy k tomu, aby ve svém vnitrostátním zákonodárství uváděly v životní praxi zmíněné základní principy ochrany spotřebitelů, jako je ochrana zdraví a bezpečnosti, ochrana hospodářských zájmů, zajištění informací, zabezpečení odškodnění a umožnění sdružení bez ohledu na to, ve kterém členském státu Evropské unie spotřebitel

⁸ Dokument shrnul přehled základních práv spotřebitelů: ochrana zdraví a bezpečnosti, ochrana ekonomických zájmů, náhrada škody, informace a vzdělávání, zastoupení.

⁹ LIBÁNSKÝ, V., TRNÁČEK, P. *Průvodce spotřebitele Evropskou unií*. Praha: Ministerstvo zahraničních vztahů, 2001. 17 s.

¹⁰ Normy mezinárodního práva veřejného, mezinárodní smlouvy, kterými členské státy Evropských společenství vdechly tomuto společenství subjektivitu, vytvořily orgány tohoto společenství a stanovily jim kompetence. Rovněž představují základní materiální normy stanovící státům základní povinnosti směřující k harmonickému soužití ve společenství a směřující k dosažení cílů společenství. HULVA, T. *Ochrana spotřebitele*. Praha: ASPI, 2005. 35 s.

nakupují.¹¹ Podepsáním této smlouvy se šlo do popředí zájmu přístup ke spravedlnosti, prodej spotřebitelského zboží a související záruky, smlouvy sjednávané na dálku, srovnávací reklama, přeshraniční transakce, flaboy na zdržení se jednání v oblastech ochrany spotřebitele, finanční služby, vzdělávání spotřebitelů.¹² Jedny z nejdůležitějších směrnic vydaných v tomto období jsou například směrnice 93/13/EHS o nepoctivých podmínkách ve smlouvách se spotřebiteli, směrnice 97/7/ES o ochraně spotřebitele v případě uzavírání smluv na dálku, směrnice 1999/44/ES o určitých aspektech nákupu spotřebních zboží a záruk za spotřební zboží. Významnou součástí druhé etapy se stala směrnice 92/59/EHS o všeobecné bezpečnosti výrobků. Směrnice se týká případů, kdy neexistují harmonizované komunitární předpisy o bezpečnosti určitých výrobků a nebo doplňující předpisy je upravují pouze na která hlediska bezpečnosti výrobků i jen na které kategorie jejich rizik.

V červenci 1997 vznikla tzv. **Amsterdamská smlouva**,¹³ která posiluje další integraci principů ochrany spotřebitelů a jejich zaplnění do politických aktivit a činností Evropského společenství. V tomto období je kladen důraz především na bezpečnost potravin, vliv reklamy a poskytování kvalitních finančních služeb. Jako příklad můžeme zmínit podepsání směrnice 97/55/ES o srovnávací reklamě, doplňující směrnice 84/450/EHS, směrnice 98/7/ES, kterou se mění směrnice 87/102/EHS o spotřebitelském úveru nebo směrnice 2000/13/ES o označení potravin, jejich nabízení k prodeji a související reklamě. Také vznikla sada koncepčních dokumentů tzv. **Zelených a Bílých knih**.¹⁴ Například jmenujme dokument vztahující se ke

¹¹ WESTKA, J., JEHLÍKA, O., KRATOCHVÍL, M. *Právní ochrana spotřebitele v ČR*. Praha: C. H. Beck, 1999. 3 s.

¹² MPO [online]
URL: < <http://www.mpo.cz/> >

¹³ Normy mezinárodního práva ve veřejného, mezinárodní smlouvy, kterými členské státy Evropských společenství vdechly tomuto společenství subjektivitu, vytvořily orgány tohoto společenství a stanovily jim kompetence. Rovněž představují základní materiální normy stanovící státům základní povinnosti směřující k harmonickému soufití ve společenství a směřující k dosažení cílů společenství.
HULVA, T. *Ochrana spotřebitele*. Praha: ASPI, 2005. 35 s.

¹⁴ Zelená a bílá kniha o dokumenty pravidelně publikované Evropskou komisí od r. 1985.
Zelené knihy: Zpravidla v první části popisují stávající stav určité problematiky a dále navrhuje řešení, jak tuto situaci řešit. Zelené knihy mají za úkol nastartovat veřejnou diskusi o různých konkrétních

zvýšení bezpečnosti potravin Zelená kniha potravinového práva (1997) a Bílá kniha o zdravotní nezávadnosti potravin (2000), dále dokument Zelená kniha o politice finančních slufleb 2005-2010 a Bílá kniha o politice finančních slufleb 2005-2010 atd.

Dalším důležitým dokumentem je rozhodnutí 1926/2006/ES. Stávající program obsažený v tomto rozhodnutí má dva základní cíle: (1) zajistit vysokou úroveň ochrany spotřebitele, zejména prostřednictvím kvalitnějších dokladů, lepších konzultací a lepšího zastupování zájmů spotřebitelů; a (2) zajistit účinné používání právních předpisů v oblasti ochrany spotřebitele, především prostřednictvím spolupráce a jejich vymáhání, poskytování informací, vzdělávání a prostřednictvím právních prostředků nápravy.¹⁵ Zmíněný program navíc je podporuje tzv. **Strategie spotřebitelské politiky EU 2007 - 2013** schválená Komisí v březnu 2007.¹⁶

tématech a záměrech Evropské komise je třeba předtím, než přistoupí k jejich zpracování do podoby zákona i směrnice. Do těchto diskuzí může vstupovat formou připomínek prakticky kdokoli. Takto Komise získá cenné podněty a připomínky ke zlepšení celého návrhu.

Bílé knihy: Ty jsou souhrnem opatření navrhovaných Evropskou komisí v určité oblasti. Někdy Bílé knihy navazují na diskuze nad Zelenými knihami. Bílé knihy jsou výhledem a směřováním Evropské komise, ale pro členské státy mají jen doporučující charakter. Když Bílou knihu schválí Rada EU, stane se z ní akční plán ke řešení dané problematiky. Příklady již vydaných Bílých knih jsou: Evropská sociální politika - Cesta vpřed pro Unii, Bílá kniha - Strategie pro obnovu veřejné železniční dopravy.

CPKP [online]

URL: < <http://www.cpkp.cz/evropskyobcan/manual/knihy.htm> >

¹⁵ MPO [online]

URL: < <http://www.mpo.cz/dokument3287.html> >

¹⁶ Dokument hned v úvodu zmíní ujedlenou skutečnost, že 493 milionů spotřebitelů EU je hnací silou hospodářství, nebo jejich spotřeba představuje 58% HDP EU, a zároveň impulsem pro inovace a zvyšování výkonnosti, k nimž volby spotřebitelů uskutečňované na trhu "nutí" ekonomické subjekty. Základem uvedeného pokroku je informovaný a důvěřivý spotřebitel, který musí být sebedůvěrný a který musí disponovat odpovídajícími dovednostmi a nástroji. Proto je třeba nadále posilovat spotřebitelský rozměr vnitřního trhu EU. Podle dokumentu bude cílem spotřebitelské politiky mj. to, aby EU do roku 2013 prokázala, že "včetně občanů EU mohou nakupovat kdekoliv v EU, že mohou nakupovat v obchodu na rohu stejně jako na internetových stránkách a důvěřovat, že jsou stejně účinně chráněni a ušifrováni bezpečnými výrobky nebo nepoctivými obchodníky".

MPO [online]

URL: < <http://www.mpo.cz/dokument3287.html> >

3.4 Záv r

Shrneme-li p edchozí, m fleme konstatovat, fle právo se vytvá elo a postupn organizovalo tak, jak se vytvá ela a organizovala spole nost. S rozvojem spole nosti a obchodu stále více rostla pot eba vytvo it pravidla, která se asem písemn uzákonila. Je z ejmé, fle základem moderního práva na ochranu spot ebitele se stalo i ímské právo, které ufl ve své dob bylo podstatn vysp lé a rozli-ovalo jak právo soukromé tak i ve ejné.

V eských zemích ko eny práva obchodu, potafmo práva spot ebitele, nacházíme ufl od konce 16. stol. kdy byla tiskem vydána Práva m stská království eského Pavla Kristiána z Koldína. Významnou roli také hrály cechovní p edpisy, a to afl do nástupu pr myslové výroby (za átek 19. stol). Cechovní p edpisy byly zru-eny rakouským fiivnostenským ádem (1859), který byl po té mnohokrát novelizován a do právního ádu samostatné eskoslovenské republiky p evzat r. 1918. fiivnostenský ád do ur ité míry zastupoval ve ejnoprávní ochranu spot ebitele. V r. 1965 byl fiivnostenský ád zru-en.

Ur itá soukromoprávní ochrana byla kupujícímu zaji-t na od r. 1811 V-eobecným zákoníkem ob anským, který byl pozd ji nahrazen zákonem . 40/1964 Sb., ob anský zákoník, a dopln n o dal-í p edpisy. Na p elomu 19. a 20. stol. vznikaly dal-í a dal-í dopl ující p edpisy, jejichfl cílem bylo zvy-ování úrovn uspokojování pot eb spot ebitel (nap . právo nekalé sout fle upraveno zákonem . 111/1927 Sb., dále potravní kodex eskoslovenský ó 1948, vyhlá-ka . 218/1954 Ú.1., o jednotném vedení knihy p ání a stíflností, vládním na ízením . 76/1958 Sb., o státní inspekci jakosti potraviná ských a zem d lských výrobk atd.).

Mezním bodem ve vývoji práva na ochranu spot ebitele v R se stal rok 1989. V uspo ádání právních p edpis dochází ke znovu obnovení d lení práva na ve ejné a soukromé ve smyslu samotném. Za al se klást d raz zejména na ochranu zdraví, fiivota a majetku spot ebitel a spot ebitel tak za al být vnímán i z jiného úhlu pohledu. K jeho ochran p isp ly nové p edpisy, p eváfln ve ejnoprávní povahy, jako nap . Ústava eské republiky a Listiny základních práv a svobod a zákon . 634/1992 Sb., o ochran spot ebitele. Z p edpis soukromoprávní povahy m fleme jmenovat p edev-ím zákon . 40/1964 Sb., ob anský zákoník. Vstupem eské republiky do Evropského

spole enství v kv tnu 2004 se utvrdila snaha o zlep-ování pozice spot ebitele i na mezinárodní úrovni.

Vývoj komunitárního práva byl zapo at podepsáním ímské smlouvy (1957), kterou se zalofilo Evropské hospodá ské spole enství. ímská smlouva spolu s Jednotným evropským aktem, jenfl obsahoval Maachstrichtskou a Amsterdamskou smlouvu a Smlouvu z Nice, vytvo ili tzv. primární právo ES. Jedná se de facto o normy mezinárodního práva ve ejného, které p edepisují ímským stát m základní povinnosti sm ující k harmonizaci cíl spole enství. Konkrétní práva a povinnosti jsou pak stanoveny normami sekundárního práva tvo eného na ízeními, sm nicemi, rozhodnutími, doporu eními a stanovisky.

Komunitární legislativa prob hla dv ma etapami. První etapa zapo ala v r. 1969, kdy se za aly upravovat sm nrice, které v-ak byly p íli- podrobné a t fko se harmonizovaly s právním ádem ímských stát . Zásadním rokem pro rozvoj ochrany spot ebitele se stal rok 1975, kdy Evropská rada tehdej-ího EHS p ijala dal-í p edb flný program na ochranu spot ebitel , jakofl i na zaji-t ní informací pro n . Program byl realizován adou díl ích opat ení Evropské komise a stal se ur itým mezikrokem k realizaci druhé etapy. Východiskem druhé etapy, tzv. nového p ístupu, se stalo rozhodnutí Rady o novém p ístupu k technické harmonizaci a normalizaci (1985). Bylo podepsáno mnoho nových sm nric, které na rozdíl od t ch prvotních stanovily jen základní pofladavky pro velké skupiny výrobk (nap . sm nrice . 85/577/EHS na ochranu spot ebitele v p ípad smluv uzavíraných mimo obchodní prostory nebo sm nrice . 88/378/EHS o bezpe nosti hra ek atd.). Po r. 1990 také vzniká ada koncep ních dokument jako nap . Zelená kniha potravinového práva (1997) a Bílá kniha o zdravotní nezávadnosti potravin (2000). Dal-ím d lefitým dokumentem je rozhodnutí . 1926/2006/ES, který má zajistit vysokou úrove ochrany spot ebitele nap . prost ednictvím kvalitn j-ích doklad a rovn fl si klade za cíl nap . zajistit ú inné pouflívání právních p edpis a poskytování informací. Tento program navíc je-t podporuje tzv. Strategie spot ebitelské politiky EU 2007 - 2013 schválená Komisí v b eznu 2007.

4 Základní pojmy v právu ochrany spotřebitele

4.1 Úvod

Před tím než budeme analyzovat právní normy týkající se ochrany spotřebitele, bylo by vhodné nejprve vymezit některé primární termíny vztahující se k této problematice.

Ve spotřebitelských vztazích dominují jako prvky vztah jejich subjekty (spotřebitel a dodavatel), dále především v smyslu sekundárního především právního vztahu (tj. výrobek nebo služba) a obsah právního vztahu, který je ovlivněn zejména normami soukromoprávními, avšak mnohdy kogentní povahy (např. §§ 52-65 OZ, spotřebitelské smlouvy).¹⁷ Podívejme se, jak na jednotlivé pojmy pohlíbí normy práva veřejného (zastoupené např. zákonem o ochraně spotřebitele) a práva soukromého (zastoupené občanským zákoníkem).

4.2 Spotřebitel

V zákonu č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění změněném a doplněném, v § 2 se pod pojmem spotřebitel rozumí fyzická nebo právnická osoba, která nakupuje výrobky nebo uflívá služby za jiným účelem než pro podnikání s těmito výrobky nebo službami.¹⁸ Dle výkladu této normy je spotřebitelem subjekt, který je zároveň i konečným uflívatelem daného výrobku i služby. Podmínkou je pouze účelové určení výrobku (služby) k vlastní spotřebě v době pořízení. Pokud se tedy výrobek (služba) stane pro daného spotřebitele nepotřebný, není uflídělitelé, zda spotřebitel výrobek i službu posléze odprodá dalšímu subjektu.

Občanský zákoník, naproti tomu, rozumí pod pojmem spotřebitel šosobu, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské

¹⁷ HULVA, T. *Ochrana spotřebitele*. Praha: ASPI, 2005. 45 s.

¹⁸ §2, odst. 1., písm. a), zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele (v platném znění).

innosti.¹⁹ Pojem spot ebitel se v ob anském zákoníku vztahuje p edev-ím k problematice uzavírání spot ebitelských smluv, o kterých pojednává hlava 5. OZ.

4.3 Prodávající

Podle zákona o ochran spot ebitel se rozumí prodávajícím špodnikatel, který spot ebiteli prodává výrobky nebo poskytuje slufly.²⁰ Pokud bychom cht li definovat pojem podnikatel, pak bychom se museli op ít o Obchodní zákoník kde je v § 2, odst. 2, taxativn uveden vý et osob, které jsou podnikateli.²¹ Prodávajícím se pro ú ely zákona o ochran spot ebitel rozumí i šfyzická osoba, která prodává spot ebiteli rostlinné a flivo i-né výrobky z vlastní drobné p stitelské nebo chovatelské innosti anebo lesní plodiny.²²

Pojem prodávající se v ob anském zákoníku objevuje p edev-ím v ásti VIII., jeřl upravil závazkové právo. Blířfle v-ak tento pojem není v OZ specifikován.

4.4 Dodavatel

Zákon o ochran spot ebitel definuje, fle dodavatelem je škařfdý dal-í podnikatel, který p ímo nebo prost ednictvím jiných podnikatel dodal prodávajícímu výrobky.²³

Ov-em pro ú ely ob anského zákoníku se pod pojmem dodavatel rozumí šosoba, která p i uzavírání a pln ní smlouvy jedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské innosti.²⁴

¹⁹ §52, odst. 3., zákon . 40/1964 Sb., ob anský zákoník (v platném zn ní).

²⁰ §2, odst. 1., písm. b), zákona . 634/1992 Sb., o ochran spot ebitel (v platném zn ní).

²¹ Podle zákona . 531/1991 Sb., obchodní zákoník, § 2, odst. 2 je podnikatelem: a) osoba zapsaná v obchodním rejst řku, b) osoba, která podniká na základ řlivnostenského oprávn ní, c) osoba, která podniká na základ řjiného nefl řlivnostenského oprávn ní podle zvlá-tních právních p edpis , d) fyzická osoba, která provozuje zem řlskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvlá-tního p edpisu.

²² 2, odst. 2., zákona . 634/1992 Sb., o ochran spot ebitel (v platném zn ní).

²³ §2, odst. 1., písm. e), zákona . 634/1992 Sb., o ochran spot ebitel (v platném zn ní).

²⁴ §52, odst. 2., zákon . 40/1964 Sb., ob anský zákoník (v platném zn ní).

4.5 Výrobek

Zákon o ochraně spotřebitele uvádí, že výrobkem je věc nebo jiné hodnoty určené k nabídce spotřebiteli, které mohou být předmětem právního vztahu.²⁵

Občanský zákoník pojem výrobek nijak nespecifikuje, avšak v části VIII., Závazkové právo, se například v obecné části mluví o předmětu koupě²⁶ jako o primárním předmětu právního vztahu.

4.6 Služba

Službou je podle ustanovení § 2, odst. 1, písm. j) zákona o ochraně spotřebitele, jakákoliv podnikatelská činnost, která je určena k nabídce spotřebiteli, s výjimkou činností upravených zvláštními zákony (například zákonem NR. 128/1990 Sb., o advokacii), kdy je dozor nad ochranou spotřebitele svěřen profesním sdružením nebo jiným orgánem státní správy, není uvádí § 23 ZOS. Zákon o ochraně spotřebitele popisuje službu (stejně jako výrobek) ve smyslu sekundárního předmětu právního vztahu.

Naproti tomu, občanský zákoník pojem služba nijak nespecifikuje a předmětem právního vztahu chápe jen primárně jako například předmět koupě (viz. předcházející odstavec).

4.7 Spotřebitelské smlouvy

Abychom mohli v následující 5. kapitole analyzovat problematiku ochrany spotřebitele při uzavírání smluv mimo provozovnu, je nutné si vysvětlit také pojem spotřebitelská smlouva.

Spotřebitelskými smlouvami se zabývá právo soukromé, respektive občanský zákoník, který tento pojem definuje jako smlouvy kupní, smlouvy o dílo, případně jiné

²⁵ §2, odst. 1., písm. f), zákona č. 634/1992 SB., o ochraně spotřebitele (v platném znění).

²⁶ Například § 588, odd. 1., hl. 2., část VIII., zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník (v platném znění).

smlouvy, pokud smluvními stranami jsou na jedné straně spotřebitel a na druhé straně dodavatel.²⁷ Stranami spotřebitelsko-právního vztahu jsou tedy dodavatel na straně jedné a spotřebitel na straně druhé. Tyto pojmy mají svou zvláštní definici a nelze pro ně používat definice podle zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů.²⁸ Pojmy spotřebitel a dodavatel jsme již definovali výše.

Spotřebitelská smlouva jako taková není zvláštním smluvním typem. Teprve definováním subjektů se určují právní vztahy, jejichž právní režim se vedle obecného práva občanského řídí také zvláštní právní úpravou v hlavě 5., části I. OZ a zahrnuje i smlouvy nepojmenované (inominální).²⁹

4.7.1 Analýza platné právní úpravy spotřebitelských smluv

Spotřebitelské smlouvy jsou upraveny v §§ 51a až 65 hlavy 5., části I. občanského zákoníku. Obecná ustanovení jsou obsažena v §§ 51a, 52, 55 a 56, část I., hlava 5. Občanský zákoník upravuje i zvláštní ustanovení, kterými jsou vymezeny některé situace, v nichž je třeba spotřebitele chránit před prodávajícím, který jedná z titulu říštnostenské nebo profesní činnosti. Jedná se o tyto úpravy:

- spotřebitelské smlouvy uzavírané mimo provozovnu (§ 57),
- spotřebitelské smlouvy, kdy je předem tím právo užívat budovu nebo její část na časový úsek o timesharing (§§ 58 až 65),
- distanční smlouvy a smlouvy sjednávané na dálku (§§ 53 a 54) tj. smlouvy sjednávané na dálku prostřednictvím elektronických prostředků (§ 53a) a smlouvy o finančních službách uzavírané na dálku (§§ 54a až 54d).

²⁷ §52, odst. 1., zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník (v platném znění).

²⁸ HULVA, T. *Ochrana spotřebitele*. Praha: ASPI, 2005. 184 s.

²⁹ Nepojmenovaná (inominální) smlouva je smlouva nezařaditelná pod žádnou z typových smluv zákonem upravených.

Business Center. Slovník pojmů [online]

URL: < <http://business.center.cz/business/pojmy/pojem.aspx?PojemID=1007> >

Jak ufl bylo e eno šsubjekty uzavírající spot ebitelskou smlouvu jsou spot ebitel a dodavatel. Podle § 52 odst. 3 ob anského zákoníku m fle být spot ebitel jak osoba fyzická tak i osoba právnická. Sm rnice ES spojují postavení spot ebitele jen s fyzickou osobou. Evropský soudní dv r ve v t-in svých rozhodnutí judikoval stejn . Výjimku tvo í sm rnice Evropského parlamentu a Rady . 2002/65/ES o uvád ní finan ních slufleb pro spot ebitele na trh na dálku, která ve své preambuli umofl uje roz-í it ochranu spot ebitele i na neziskové organizace a osoby vyuffívající finan ní slufly s cílem stát se podnikatelem. Dále v textu ale vymezuje spot ebitele op t jako fyzickou osobu. V p ípad dodavatele nedodrfuje ob anský zákoník stejnou terminologii u v-ech spot ebitelských smluv. V ustanovení § 58 v p ípad smlouvy o uffívání budovy nebo její ásti na asový úsek je jako smluvní partner spot ebitele uvád n poskytovatel a nikoli dodavatel. V komunitárním právu je dodavatel právnickou nebo fyzickou osobou a rozhodující pro jeho vymezení je v cné hledisko (výkon obchodní nebo výrobní innosti nebo povolání).³⁰

Úprava spot ebitelských smluv je základem soukromoprávní ochrany spot ebitele. D vod pro za azení problematiky spot ebitelských smluv do OZ vyplývá z nutnosti p izp sobit eské právu právu ES. Spot ebitelské smlouvy je termín, který pouffívá ES ve svých sm rnicích. Ochrana spot ebitele je v nich pojata soukromoprávn . Nejde tedy ani tak o kontrolu a p ípadný postih prodávajících ve ejnou mocí, ale jde p edev-ím o prevenci a úpravu sank ních nárok spot ebitel jako jedné ze smluvních stran. P izp sobení eského práva právu ES se provedlo novelizací OZ zákonem . 367/2000 Sb., kterým se m ní zákon . 40/1964 Sb., ve zn ní pozd j-ích p edpis , a n které dal-í zákony.

Do OZ byly implementovány 3 sm rnice ES:

- šsm rnice Rady . 93/13/EHS, o nekalých podmínkách ve spot ebitelských smlouvách,
- sm rnice Rady . 85/577/EHS, o ochran spot ebitele p i smlouvách sjednávaných mimo obchodní provozovnu,

³⁰ MRÁ KOVÁ, J. *Aktuální otázky právní regulace v oblasti spot ebitele*. In: Aktuální otázky právní regulace /sborník/, PEF ZU, 2007.

- směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 97/7/EHS, o ochraně spotřebitele z hlediska smluv sjednávaných na dálku (šdistančních smluvů).³¹

Směrnice se promítly především změnou v občanském zákoníku, v části I., hlava 4 a dále v části I. se doplňuje hlava 5 (Spotřebitelské smlouvy), § 51 a až § 65.

Po této novelizaci občanského zákoníku, spotřebitelské právo umocňuje zvýšenou ochranu spotřebitele zpravidla zákazem uzavírání typových dohod, které jsou nejčastěji se vyskytujícími nekalými podmínkami ve spotřebitelských smlouvách. Následkem implementace výše uvedených směrnic ES se také stanovily kogentní podmínky pro uzavírání smluv prostřednictvím technických prostředků na dálku a formou podomního prodeje, resp. mimo obchodní provozovnu. Dalším prostředkem ochrany spotřebitele je například možnost spotřebitele od uzavřené smlouvy odstoupit (konkrétně například § 57 OZ při uzavření spotřebitelské smlouvy mimo prostory obvyklé k podnikání).

Forma spotřebitelské smlouvy může být jak ústní, tak písemná. Podstatné je, jakou formu vyžaduje právní úprava pro konkrétní smluvní typ, což je v souladu s principy směrnice Rady č. 93/13/EHS, o nekalých podmínkách ve spotřebitelských smlouvách.

Další novelizací OZ, týkající se spotřebitelských smluv, přinesl zákon č. 135/2002 Sb., který upravuje tzv. timesharing. Tímto zákonem byla implementována směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 94/47/ES, o ochraně nabyvatelů ve vztahu k některým aspektům smluv o nabytí práva k užívání nemovitostí na časový úsek (štimesharingů).³² Zákonem č. 135/2002 Sb., je upravena především část I., hlava 5. OZ, kde se za § 57 vnořily nové § 58 až 65, které v etn nadpisu zní: šZvláštní ustanovení o ochraně spotřebitele při uzavírání smlouvy o užívání budovy nebo její části na časový úsek.

šZákon č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti pak provedl do občanského zákoníku směrnici Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES, o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronickém

³¹ HULVA, T. *Ochrana spotřebitele*. Praha: ASPI, 2005. 183 s.

³² JEHLÍKA, O., TOMEŠTKA, J., TUKÁROVÁ, M. a kol. *Občanský zákoník: komentář*. Praha: C.H. Beck, 2008. 420 s.

obchodu, na vnitřním trhu (širokoobdobný elektronický obchod).³³ Změnu v OZ upravuje část II., zákona č. 480/2004 Sb., kdy se mění i doplňuje § 53 OZ.

Do výtu prvotních směrnic implementovaných do právního předpisu upravujícího spotřebitelské smlouvy patří rovněž směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 2002/65/ES, o uvádění finančních služeb pro spotřebitele na trh na dálku a o změně směrnice Rady č. 90/619/EHS a směrnice č. 97/7/ES a 98/27/ES, jež byla provedena do obanského zákoníku zákonem č. 56/2006 Sb. Změnu v OZ upravuje část IV., zákona č. 56/2006 Sb., kdy se za § 51 OZ vkládá nový § 51a, mění se i doplňují §§ 52 a 53 a za § 54 se vkládají nové § 54a až 54d, jež se týkají smluv o finančních službách uzavíraných na dálku, poskytování informací, práva na odstoupení atd.

Směrnice nejsou provedeny pouze úpravou v obanském zákoníku, ale například i zákonem č. 124/2002 Sb., o platebním styku, ve znění pozdějších předpisů (konkrétně část směrnice o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavíraných na dálku v § 18). Platí přitom princip kumulace ochrany spotřebitele. Aplikace říká, že směrnice na ochranu spotřebitele nevylučuje aplikaci jiné směrnice na ochranu spotřebitele.³⁴

4.7.2 Kupní smlouva jako nejčastěji používaný typ spotřebitelské smlouvy

Spotřebitelské smlouvy jsou smlouvy typové, mají své charakteristické rysy a jsou upraveny především dispozitivními normami v části VIII. obanského zákoníku. Jsou to smlouvy, kterými uzavírá spotřebitel, který představuje konečného účastníka obchodního oběhu, a daný výrobek či službu používá pro svou vlastní potřebu. Ze spotřebitelského hlediska jsou dělitelné například smlouvy: kupní a směnná, darovací, smlouva o dílo, o ubytování, o přepravu, nájemní a cestovní smlouva.

³³ JEHLÍK, O., VEŠTĚK, J., KÁROVÁ, M. a kol. *Obanský zákoník: komentář*. Praha: C.H. Beck, 2008. 420 s.

³⁴ JEHLÍK, O., VEŠTĚK, J., KÁROVÁ, M. a kol. *Obanský zákoník: komentář*. Praha: C.H. Beck, 2008. 421 s.

Kupní smlouva je asi nejast j-í ze spot ebitelských smluv, se kterou se b flný spot ebitel (kupující) m fle asi setkat v trflním hospodá ství. Tato smlouva je dvoustranným právním úkonem a je p ímo upravena v ásti VIII., hlav 2. ob anského zákoníku. Obecná ustanovení jsou upravena v §§ 588 ó 600, vedlej-í ujednání v §§ 601 ó 610 a zvlá-tní ustanovení o prodeji zboffí v obchod v §§ 612 ó 627. Kupní smlouva vytvá í právní základ pro pen flní formu sm ny v cí za peníze a tuto funkci tak v zásad plní ve vztazích mezi nepodnikateli a mezi podnikatelem a nepodnikatelem.

4.7.2.1 Obecná ustanovení v kupní smlouv

Podle § 588 ob anského zákoníku vznikne prodávajícímu povinnost z kupní smlouvy p edm t koup kupujícímu odevzdat a kupujícímu vznikne povinnost p edm t koup p evzít a zaplatit za n j prodávajícímu dohodnutou cenu. Ur ení p edm tu koup je podstatnou náleflitostí smlouvy stejn jako ur ení ceny, kterou je t eba sjednat v souladu s obecn závaznými právními p edpisy, jinak je smlouva neplatná. Pokud se ob zainteresované strany na t chto dvou podstatných náleflitostech dohodnou, vzniká kupní smlouva.

P edm tem kupní smlouvy mohou být v ci (movité i nemovité), práva nebo jiné majetkové hodnoty pokud to jejich povaha p ípou-tí. Kupní cena p edstavuje úplatu za p edm t koup a musí být vyjád ena v pen zích. Po uzav ení kupní smlouvy je prodávající povinen p edat p edm t koup kupujícímu dle dohodnutých podmínek stanovených ve smlouv a zároveň je prodávající povinen p evézt vlastnická práva k p edm tu koup na kupujícího. Základní povinností kupujícího je pak zaplatit kupní cenu, a to dohodnutou formou do data a ujednaného v kupní smlouv . Pokud není splatnost ur ena ve smlouv , ídí se zákonem (§ 563 OZ). Datum splatnosti je zpravidla datem p edání v ci. Existují ale i výjimky, nap . pokud jde o koupi na úv r p edání v ci p edchází zaplacení celé kupní ceny.

Obsahem kupní smlouvy je závazek prodávajícího, fle poskytne kupujícímu ádné a v asné pln ní a fle p ijme ádn nabídnuté pln ní kupujícího, které p edstavuje dohodnutou odpovídající finan ní hodnotu.

Poslední ást obecných ustanoveních ásti VIII., hlavy 2. OZ se zabývá odpov dností za vady, a to v §§ 596 ó 600.

Zánik smlouvy je specifikován v části VIII., hlav 1. (Obecná ustanovení) OZ. Zánik smlouvy je chápán jako zánik závazku, který může nastat například splněním dluhu, dohodou smluvních stran, nemohoucí plnění, smrtí dlužníka či v případě, uplynutím doby nebo neuplatněním ve lhůt. Jednou ze specifik spotřebitelských smluv je odstoupení od smlouvy, které může například vzniknout v případě, že se jedná o vadu, jejíž vada neupotřebitelnou. V takovém případě má kupující od smlouvy odstoupit podle § 597 OZ.

4.7.2.2 Vedlejší ujednání v kupní smlouvě

Vedlejší ujednání jsou obsažena ve 2. oddílu hlavy 2. části VIII. OZ. Jsou to taková ujednání, která nemusí být obligatorní součástí smlouvy, ale pokud je v ližích ustanovených stran docílit účinků jimi popsaných, mohou se tyto vedlejší ujednání ve smlouvě sjednat. Jde především o tzv. výhradu vlastnictví (§ 601 OZ), což je institut, který chrání v případě případnou neschopnosti či neochotou dlužníka dostát svých závazků. Znamená to, že vlastnictví k prodané movité věci má přejít na kupujícího až po zaplacení kupní ceny. V kupní smlouvě se také může ustanovit tzv. předkupní právo (§§ 602 a 606), které ukládá kupujícímu povinnost v případě, že chce vci prodat, nabídnout ji nejprve ke koupi předvodnímu prodávajícímu. Mezi vedlejšími ujednáními může být i právo zpětné koupi (§ 607 a 609), kdy si kupující vyhrazuje právo odprodat předem t koupi zpětně předvodnímu prodávajícímu, a to nejpozději do jednoho roku od odevzdání vci kupujícímu, pokud není ujednáno jinak.

4.7.2.3 Zvláštní ustanovení o prodeji zboží v obchodě

Tato ustanovení jsou upravena v § 612 a 627 OZ a může být označena za speciální ustanovení k obecné kupní smlouvě. Svou povahou to jsou především kogentní ustanovení, které jsou důsledkem vztahů, jež vznikají především mezi prodávajícím profesionálem a kupujícím neprofesionálem (spotřebitelem). Díky nevyváženému vztahu mezi prodávajícím a kupujícím vznikla nutnost pokusit se určitým způsobem zajistit rovnost subjektů obchodního vztahu a tak chránit spotřebitele. V tomto případě je omezena smluvní volnost účastníků a způsob odpovědnosti za vady.

ŠZvlá-tní ustanovení o prodeji v obchod byla zna nou mírou novelizována, a to zákonem . 136/2002 Sb., kterým se novelizuje ob anský zákoník. Tato novela je implementací sm rnice Evropského parlamentu a Rady . 1999/44/ES, o n kterých aspektech prodeje spot ebního zboží a záruk na toto zboží. OZ je v d sledku implementace sm rnice poznamenán novelou v §§ 616, 620, 622 a 623.³⁵ Nejpodstatn -í zm nou je z ejm prodloužení záru ní doby ze 6 na 24 m síc (§ 620). Rovn fl se v § 620, odst. 1 objevuje nový pojem šspot ební zboží. Tento pojem v-ak zákonodárce nijak blíffe nespecifikuje a proto by bylo vhodné v p í-tí novelizaci OZ definici pojmu šspot ební zboží³⁶ zahrnout. §§ 622 ó 627 e-í otázku práv a povinností z odpov dnosti za vady.

4.8 Záv r

Koncepce spot ebitelského práva je založena p edev-ím na vztazích spot ebitel vs. dodavatel. Problém je ale v rozdílné formulaci pojmu spot ebitel a dodavatel v jednotlivých právních úpravách. Nesprávná formulace t chto pojmu m fle být -patným odrazovým m stkem pro následující výklad spot ebitelského práva. Nejvíce závažný nedostatek je u pojmu spot ebitel, kde je rozdíl mezi sm rnicí ES a eskou platnou právní úpravou. U pojmu dodavatel ob anský zákoník nedodrřuje u v-ech spot ebitelských smluv stejnou terminologii, ale základní princip tohoto pojmu je stejný, takže by se nem l p íli-naru-ít správný výklad práva. Z tohoto d vodu je nutná, co nejrychlejš-í náprava, aby mohly spot ebitelské smlouvy opravdu efektivn fungovat.

Spot ebitelské smlouvy p edstavují soukromoprávní ochranu spot ebitel, která je postavena na my-lence ochrany kupujícího (spot ebitel) a jeho nerovnocenným postavením p ed prodávajícím (profesionálem). Kupní smlouva je z ejm nejb fn j-í ze spot ebitelských smluv, kterou prodávající a kupující sjednávají.

³⁵ HULVA, T. *Ochrana spot ebitel*. Praha: ASPI, 2005. 245 s

³⁶ Podle sm rnice Evropského parlamentu a Rady . 1999/44/ES, 1. 1, odst. 2, písm. b) se spot ebním zbořím rozumí: fyzické movité p edm ty s výjimkou: zboží, které se prodává na základ výkonu rozhodnutí nebo jiných soudních opat ení; vody, plynu, nejsou-li stá eny v omezeném objemu nebo v ur ítém množství; elektrické energie.

Jednou z podmínek vstupu ČR do EU byla nutnost zvýšení ochrany spotřebitele pomocí transformace směrnic ES do českého právního řádu. První úpravy se tak staly účinnými v r. 2000 za pomoci zákona č. 367/2000 Sb., kterým se měnil zákon č. 40/1964 Sb. Nutno podotknout, že ZO byl účinně mnohokrát novelizován, poslední novelizace byla provedena zákonem č. 230/2008 s účinností od 1.7. 2008, kdy se za § 51 vložil text: § Hlava pátá: Spotřebitelské smlouvy, za § 51a se označí hlava pátá v etn nadpisu zrušilo a dále se měly i doplnily §§ 54a a 54b.

5 Analýza platné právní úpravy ochrany spotřebitele u smluv uzavíraných mimo provozovnu

5.1 Úvod

Nabízení zboží mimo obchodní prostory dodavatelem je formou prodeje, který může být označen jako podomní obchod. V současné době roste obliba prodejce sjednávat různé organizované zájezdy, jež zcela nebo částečně dodavatelské firmy hradí. Při takových zájezdech jsou pořádány tzv. předváděcí akce, jejichž cílem je prezentace určitých výrobků a na to navazující uzavírání kupních smluv. Podstatným, společným rysem těchto praktik je, že podání uzavření smlouvy vychází od dodavatele a že spotřebitel takové jednání neekvává a není na něj připraven. Často se stává, že v jeho neprospěch hraje velkou roli i moment překvapení. Další nevýhodou pro spotřebitele jako potenciálního kupce je, že si nabízený výrobek nemá možnost porovnat s obdobným zbožím na trhu, a to jak z hlediska kvalitativního, funkčního tak i cenového. Může se setkat i s případy, kdy dodavatel chce svoje zboží tolik prodat, že dokonce v domě vyvolává u spotřebitele dojem, že si musí něco koupit, protože byl na předváděcí akci pozván a hostem. Takové praktiky jsou ale hraničí s agresivními obchodními praktikami, jež jsou upraveny v § 5a a příloze č. 2 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. Vznikla tu tedy nutnost chránit spotřebitele předstávajícího slabší subjekt právního vztahu.

5.2 Smrnice Rady . 85/577/EHS, o ochran spot ebitele v p ípad smluv uzav ených mimo obchodní prostory

Smrnice byla vytvo ena z titulu pedb fného programu Evropského hospodá ského spole enství pro politiku ochrany a informovanosti spot ebitele a p ísp la k roz-í ení ochrany spot ebitele na eském trhu tím, fle byla implementována do soukromoprávního ádu R, konkrétn do § 57 ob anského zákoníku. Implementace byla provedena zákonem . 367/2000 Sb.

1. 1 smrnice popisuje konkrétní situace, p i kterých je mofno uzav ít takové smlouvy, a sice to jsou smlouvy uzav ené:

- v pr b hu zájezdu organizovaného dodavatelem mimo jeho obchodní prostory nebo,

- v pr b hu náv-t vy dodavatele:

i) u spot ebitele doma nebo v byt jných spot ebitel ;

ii) u spot ebitele na jeho pracovi-ti,

neuskute nila-li se náv-t va na výslovnou fládost spot ebitele.

1. 2 defínuje pojem spot ebitel a dodavatel, kde spot ebitelem se šrozumí jakákoli fyzická osoba, která v transakcích spadajících do oblasti p sobnosti této smrnice jedná za ú elem, který nelze považovat za jeho podnikatelskou innost nebo výkon povolání a dodavatelem se pak rozumí jakákoli fyzická nebo právnická osoba, která v p edm tných transakcích jedná v rámci svých podnikatelských inností nebo výkonu svého povolání, jakof i osoba, která jedná jménem nebo na ú et dodavatele.³⁷

1. 3 pak p edev-ím taxativn vyjmenovává smlouvy, na které se tato smrnice nevztahuje. 1. 3 byl implementován do odst. 4., § 57 ob anského zákoníku (viz. následující kapitola 5.3).

1. 4 p edev-ím poukazuje na písemné upozorn ní spot ebitele, fle m fle odstoupit od smlouvy, a to v zásad nejpozd ji ke dni uzav ení smlouvy nebo ke dni p edlofení nabídky spot ebitelem. Podle 1. 5 musí pak spot ebitel, jestliffe chce smlouvu zru-ít, písemn toto oznámit ve lh t alespo sedmi dn po datu, ke kterému mu bylo vydáno

³⁷ Smrnice Rady . 85/577/EHS, o ochran spot ebitele v p ípad smluv uzav ených mimo obchodní prostory, 1. 2.

poučení uvedené v čl. 4. Zaslání oznámení má za následek, že spotřebitel je zproštěn všech závazků vyplývajících ze zrušené smlouvy, pokud se spotřebitel nesmí vzdát práv, která pro něj vyplývají z této smlouvy podle čl. 6. Pokud spotřebitel uplatní právo zrušit smlouvu, čl. 7 poukazuje na fakt, že se pak spotřebitel řídí vnitrostátním právem, zejména jedná-li se o vrácení plateb za zboží nebo provedení služeb a vrácení doručeného zboží. Čl. 8 až 10 obsahují obecná ustanovení týkající se harmonizace smlouvy s právním řádem členských států ES (bližší viz. příloha 2: Smlouvy Rady č. 85/577/EHS).

5.3 Právní úprava smluv uzavíraných mimo provozovnu v OZ

Problematiku uzavírání smluv mimo provozovnu³⁸ přímo řeší spotřebitelské smlouvy občanského zákoníku, kterým je v novém § 57 (z. č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, v platném znění).

Ustanovení § 57 provádí smlouvy Rady č. 85/577/EHS z prosince 1985, o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory. Cílem uvedených smlouvy je v obecné rovině ochrana spotřebitele při uzavírání spotřebitelských smluv mimo obchodní prostory dodavatele. Zvláštním rysem těchto smlouvy je skutečnost, že jednání o smlouvu zpravidla vyvolává dodavatel a spotřebitel na něj není připraven nebo jej neočekává. Spotřebitel často není schopen porovnat kvalitu a cenu nabídky s jinými nabídkami. Prvek překvapení obvykle existuje nejen u smlouvy uzavíraných při podomním obchodu, ale i u jiných druhů smlouvy uzavíraných dodavatelem mimo jeho obchodní provozovnu. Spotřebiteli proto musí být poskytnuto právo zrušit smlouvu, alespoň v sedmidenní lhůt, aby mohl posoudit závazky vyplývající ze smlouvy. Musí být učiněna vhodná opatření zajišťující, aby byl spotřebitel o této lhůt na rozmyšlenou informován písemně.³⁹

³⁸ Podle zákona č. 531/1991 Sb., občanský zákoník, § 7 odst. 3 se provozovnou rozumí prostor, v němž je uskutečňována určitá podnikatelská činnost. Provozovna musí být označena obchodní firmou nebo jménem a příjmením anebo názvem podnikatele, kterým může být připojen název provozovny nebo jiné rozlišující označení.

³⁹ TŮWESTKA, J., SPÁČIL, J., TŮKÁROVÁ, M., HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník. Komentář*. Praha: C. H. Beck, 2008. 500 s.

Jak ufl bylo e eno, u smluv uzavíraných mimo provozovnu hraje velkou roli prvek p ekvapení. Tím m fle být spot ebitel zna n znevýhodn n, a proto mu musí být zabezpe eno právo zru-ení smlouvy uzav ené za takto nevýhodných podmínek. Odstoupení od smlouvy, uzav ené mimo provozovnu, se tedy stalo základním právem pro spot ebitele. V tomto p ípad šjde o implementaci l. 5 sm rnice Rady . 85/577/EHS, který zakotvuje právo na odstoupení ve lh t alespo 7 dn po té, co obdrfl písemné upozorn ní dodavatele dle l. 4 sm rnice na právo spot ebitele zru-ít spot ebitelskou smlouvu spolu se jménem a adresou osoby, u nífl lze toto právo uplatnit.⁴⁰ Jak je z vý-e uvedeného z ejmé, l. 5 sm rnice Rady . 85/577/EHS stanovuje minimální lh tu 7 dn na odstoupení. Zákonodárce v-ak v eské soukromoprávní úprav tuto lh tu zp ísnil a v § 57, odst. 1 ob anského zákoníku stanovil lh tu na 14 dní, jak dovoluje l. 8 sm rnice.⁴¹ K tomuto prodloužení lh ty do-lo na základ zákona . 56/2006 Sb.

Pokud chce spot ebitel od smlouvy odstoupit, musí tak u init písemn . šV souladu s pofladavky l. 5 sm rnice dává zákon v § 57 odst. 1 Ob Z spot ebiteli právo písemn odstoupit od spot ebitelské smlouvy uzav ené mimo prostory obvyklé k podnikání dodavatele, nebo nemá-li dodavatel fládné stálé místo k podnikání. Odstoupit od smlouvy je mofné i bez dvodu a bez jakékoli sankce. Smluvní ujednání, která stanoví n co jiného, budou neplatná podle § 39. Je mofné upozornit, fle oproti obecné úprav zákonodárce zvy-uje formální pofladavky na odstoupení od smlouvy, kdyfl pofladuje vfldy písemnou formu (viz. § 40 odst. 2).⁴² Smlouva se tak ru-í od po átku (ex tunc), není-li dohodnuto jinak (§ 48 odst. 2 OZ). šÚ astníci si samoz ejm mohou sjednat mofnost odstoupení pro ur íté konkrétní p ípady, nap . právo odstoupení na stran dodavatelí Mofností odstoupit od smlouvy nejsou v fládném sm ru dot ena

⁴⁰ TĚESTKA, J., SPÁ IL, J., TĚÁROVÁ, M., HULMÁK, M. a kol. *Ob anský zákoník. Komentá* . Praha: C. H. Beck, 2008. 500 s.

⁴¹ Sm rnice Rady . 85/577/EHS, o ochran spot ebitele v p ípad smluv uzav ených mimo obchodní prostory, l. 8: Tato sm rnice nebrání lenským stát m v tom, aby v oblasti její p sobnosti vydávaly nebo ponechaly v platnosti p ízniv j-í ustanovení na ochranu spot ebitele.

⁴² TĚESTKA, J., SPÁ IL, J., TĚÁROVÁ, M., HULMÁK, M. a kol. *Ob anský zákoník. Komentá* . Praha: C. H. Beck, 2008. 500 s.

práva spotřebitele vyplývající z odpovědnosti dodavatele za vady plnění, resp. z odpovědnosti za škodu, včetně škody způsobené závadným výrobkem.⁴³

Špatně předpokladem vzniku práva na odstoupení od smlouvy je uzavření smlouvy mimo obvyklé prostory podnikání dodavatele nebo pokud žádné prostory nemá. Občanský zákoník blíže nespecifikuje pojem obvyklé prostory podnikání. Při výkladu musí být také zohledněna smlouva, je-li vymezuje v čl. 1, v kterých případech má dojít k její aplikaci:⁴⁴ jde o smlouvy uzavřené v průběhu zájezdu organizovaném dodavatelem mimo jeho obchodní prostory nebo v průběhu návštěvy dodavatele u spotřebitele doma (byt) i na pracovišti spotřebitele. Podmínkou ovšem je, že návštěva se neuskutečnila na výslovné přání spotřebitele. Na druhé straně, pokud je návštěva zorganizována na výslovnou žádost spotřebitele, ale spotřebitel v době své žádosti nevěděl nebo důvodně nemohl vědět, že spolu s návštěvou bude dodáno zboží i poskytnuta služba tvořící součást podnikatelské činnosti i výkonu dodavatele, smlouva se na takové smlouvy vztahuje a od této spotřebitelské smlouvy lze odstoupit za podmínek uvedených v § 57 občanského zákoníku. Ustanovení § 57 by nemělo dopadat na případy, kdy šlo o škodu mimo obvyklé obchodní prostory podnikatele má pouze informativní charakter, kdy z ní nevznikají žádné závazky, třebaže později je v jejím důsledku, již v obvyklých obchodních prostorách dodavatele, uzavřena smlouva.⁴⁵

Spotřebitel může od tohoto druhu smlouvy odstoupit pouze ve stanovené lhůtě.⁴⁶

⁴³ TŮWESTKA, J., SPÁČIL, J., TŮKÁROVÁ, M., HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník. Komentář*. Praha: C. H. Beck, 2008. 500-501 s.

⁴⁴ TŮWESTKA, J., SPÁČIL, J., TŮKÁROVÁ, M., HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník. Komentář*. Praha: C. H. Beck, 2008. 501 s.

⁴⁵ TŮWESTKA, J., SPÁČIL, J., TŮKÁROVÁ, M., HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník. Komentář*. Praha: C. H. Beck, 2008. 502 s.

⁴⁶ Podle zákona 40/1964 Sb., občanský zákoník, § 122 se lhůta počítá: (1) Lhůta určena podle dní po jiném dnem, který následuje po události, je-li rozhodující pro její počátek. Polovinou měsíce se rozumí patnáct dní. (2) Konec lhůty určené podle týdne, měsíce nebo let připadá na den, který se pojmenováním nebo číslem shoduje se dnem, na který připadá událost, od níž lhůta počíná. Není-li takový den v posledním měsíci, připadne konec lhůty na jeho poslední den. (3) Připadne-li poslední den lhůty na sobotu, neděli nebo svátek, je posledním dnem lhůty nejbližší následující pracovní den.

§ 57, odst. 1 občanského zákoníku v zásadě stanoví právo na odstoupení ve lhůt 14 dnů od uzavření takovéto smlouvy. Dále § 57, odst. 1 uvádí, že pokud je třeba nedošlo ke splnění dodávky zboží či služeb dodavatelem, může spotřebitel od smlouvy odstoupit bez uvedení důvodů a bez jakékoliv sankce do 1 měsíce. Dodavatel je zároveň povinen vrátit spotřebiteli zaplacené finanční částky do 30 dnů od odstoupení od smlouvy. Pokud je porušena povinnost dodavatele písemně poučit spotřebitele o svých právech na odstoupení od smlouvy (viz. implementace čl. 4 směrnice č. 85/577/EHS do § 57, odst. 2 OZ), má spotřebitel právo odstoupit od smlouvy až do 1 roku od jejího uzavření.

Pokud chce spotřebitel od smlouvy odstoupit, musí tak učinit písemně, písemně postačí, je-li odstoupení od smlouvy odesláno před uplynutím lhůty (čl. 5 směrnice Rady č. 85/577/EHS). Právo na odstoupení zaniká marným uplynutím lhůty pro odstoupení.⁴⁷

Odstoupením od smlouvy dochází ke zrušení smlouvy od samého počátku, jako by nikdy nevznikla (§ 48, OZ). V důsledku zrušení smlouvy zde vyplývá povinnost obou zúčastněných stran vrátit si navzájem vše, co jim předvedeno patřilo, jinak se jedná o bezdůvodné obohacení. Pokud spotřebitel zaplatil nějakou finanční částku dodavateli je třeba před odstoupením od smlouvy, je dodavatel povinen, podle § 57, odst. 1 OZ, vrátit tuto částku spotřebiteli do 30 dnů od odstoupení od smlouvy.

Žákon ukládá dodavateli povinnost písemně upozornit spotřebitele na právo odstoupit od spotřebitelské smlouvy ve smyslu odst. 1 nejpozději před uzavřením smlouvy. Písemné upozornění musí obsahovat i označení osoby, u níž je třeba toto právo uplatnit, včetně bydliště či sídla takové osoby. Toto ustanovení implementuje čl. 4 citované směrnice. Směrnice také ukládá na rozdíl od české právní úpravy, aby poučení bylo datováno a umístěno do identifikační smlouvy. S ohledem na následky nesplnění poučovací povinnosti lze doporučit, aby tyto náležitosti poučení mělo. Vhodné bude písemné potvrzení spotřebitelem.⁴⁸ Informace musí mít písemnou formu, to ale nevyklučuje fakt, že upozornění spotřebitele nemuselo být dostatečné, protože pouhým předáním takového papíru do rukou spotřebitele neznamená, že dodavatel dostatečně

⁴⁷ TŮWESTKA, J., SPÁČIL, J., TŮKÁROVÁ, M., HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník. Komentář*. Praha: C. H. Beck, 2008. 502 s.

⁴⁸ TŮWESTKA, J., SPÁČIL, J., TŮKÁROVÁ, M., HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník. Komentář*. Praha: C. H. Beck, 2008. 503 s.

d razn upozornil spot ebitele na mofnlost odstoupení od smlouvy. Je proto vhodné, aby spot ebitel jeho pou ení písemn potvrdil podpisem. Pokud dodavatel poru-í povinnost pou it spot ebitele o odstoupení od smlouvy, smlouva tímto nenabývá na neplatnosti, ale tato situace má vliv na prodloužení lh ty pro odstoupení spot ebitele, cofl je chápáno jako sankce za poru-ení povinnosti dodavatele.

Existují i výjimky z mofnlosti odstoupit od smlouvy. Ustanovení § 57 nelze aplikovat na taxativn vyjmenované smlouvy v odst. 4., § 57 ob anského zákoníku.⁴⁹ šNa spot ebitelské smlouvy uvedené v § 57, odst. 4, by uzav ené mimo prostory obvyklé podnikání dodavatele nebo nemá-li dodavatel fádne stálé místo k podnikání, se tedy vedle obecných ustanovení úpravy spot ebitelských smluv (§ 55, 56) poufije obecná úprava v ob anském právu. T flko mezi smlouvami hledat jakékoli jednotící kritérium.õ⁵⁰

5.4 Princip minimální harmonizace

P estofle z po átku byl vývoj evropského práva zam en spí-e na otevírání jednotného vnit ního trhu nefl na ochranu spot ebitele, postupem asu vznikla nutnost alespo ur ité minimální harmonizace. Stalo se tak p edev-ím díky ímské konvenci o právu smluvním (z ervna 1980), která zaru uje ochranu spot ebitele mandatorními p edpisy zem jeho pobytu. Konkrétní podstatu pro ochranu spot ebitele ov-em p inesla afl Amsterdamská smlouva (podepsaná v r. 1997, platná od r. 1999) v len ním l. 153. Na základ l. 153 lze totifl p ijímat konkrétní akce na ochranu spot ebitele. Takové akce, podle tohoto lánku, podporují a dopl ují politiku lenských stát , pokud

⁴⁹ Zákon . zákon . 40/1964 Sb., ob anský zákoník, § 57, odst. 4 zní:

Ustanovení p edchozích odstavc se nevztahují na smlouvy: a) jejichfl p edm tem je výstavba, prodej, nájem nebo jiné právo k nemovitosti, s výjimkou smluv o jejich opravách a o dodávce za ízení do ní za len ných, b) na dodávku potravin nebo jiného zboží b flné spot eby dodávaného stálými doru ovateli do domácnosti spot ebitele nebo do jiného jím ur eného místa, c) na dodávku zboží nebo slufleb, které byly uzav eny podle katalogu dodavatele, s nímfl se spot ebitel m l mofnlost seznámit v nep ítomnosti dodavatele, za p edpokladu, fle mezi stranami má pokračovat spojení p i pln ní uzav ené nebo jiné smlouvy a za p edpokladu, fle spot ebitel má právo odstoupit od smlouvy nejmén do 7 dn od p evzetí zboží a je s tímto právem seznámen v katalogu nebo ve smlouv , d) pojistné a o cenných papírech.

⁵⁰ TĚSTKA, J., SPÁ IL, J., TĚKÁROVÁ, M., HULMÁK, M. a kol. *Ob anský zákoník I. § 1 ó 459. Komentá .* Praha: C. H. Beck, 2008. 504 - 505 s.

jde o ochranu zdraví, bezpečnosti a hospodářských zájmů spotřebitelů a zajištění jejich informovanosti.

Rozdíl v principu harmonizace právního řádu v zemích EU a v České republice je v tom, že ve členských státech se při formování spotřebitelského práva postupovalo spíše cestou tvorby autonomních systémů tohoto práva, do nichž byly transformovány příslušné směrnice ES. Tímto způsobem vlastně bylo ovlivněno spotřebitelské právo komunitární. Naproti tomu vývoj spotřebitelského práva v ČR byl spíše výsledkem implementace evropského práva do našeho právního řádu. Spotřebitelská politika je tak ve členských zemích EU již po desetiletí blednou záležitostí a úkolem komunitární legislativy je národní právo členských států harmonizovat a srovnávat ke koordinovanému zajištění spotřebitelských práv v rámci celé unie. Technologicky vzato, je tak národní legislativní postup poněkud odlišný od legislativních postupů ve členských státech. Zatímco tam se v této oblasti postupovalo cestou národního práva, do nichž se transponovala ustanovení práva evropského, u nás jde spíše o proces opačný, totiž o recepci evropského práva jako metody vytvoření české spotřebitelské legislativy.⁵¹

5.5 Závěr

Výsledkem ochrany spotřebitele ve vztahu k uzavírání smluv mimo obchodní prostory v českém tržním hospodářství se stala novelizace občanského zákoníku Zákonem č. 367/2000 Sb. Počínaje lednem 2001 existuje v našem právním řádu nová právní úprava respektující implementaci směrnice Rady č. 85/577/EHS, o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory. Tato směrnice je sekundárním pramenem práva ES a zavazuje členské státy ES, aby transponovaly směrnici do vnitrostátního právního řádu. Podle obecné zásady minimální harmonizace nesmí být při implementaci podmínky směrnice mírnější než je evropská norma, ale mohou být naopak přísnější.

⁵¹ Systém ASPI. *Princip minimální harmonizace při transpozici směrnic v oblasti ochrany spotřebitele.* [stav k 5. 10. 2008]
ASPI [online]
URL: < <http://www.aspi.cz/> >

Co se týče harmonizace směrnice Rady č. 85/577/EHS s českým právem, konkrétně s občanským zákoníkem, výhodou pro spotřebitele v tomto směru je, že v OZ byla prodloužena lhůta na odstoupení od smlouvy z povinných 7 dnů na 14 dnů. A dále v souladu s možností, kterou upravuje směrnice, ve dvou případech také stanoví delší lhůty pro odstoupení od smlouvy, a to: první, jestliže dosud nedošlo ke splnění dodávky výrobků nebo služeb a druhá, jestliže dodavatel písemně neinformoval spotřebitele o jeho právu od smlouvy odstoupit a jestliže dodatečně neoznámil osobu, u níž musí spotřebitel právo uplatnit.

Harmonizace v případě R je odlišná od prvních členských států ES, které měly možnost uhlou od šedesátých let minulého století vytvořit autonomní systémy spotřebitelského práva a tak ovlivnit spotřebitelské právo komunitární. Česká republika naopak, při harmonizaci svého práva s právem ES, formovala spotřebitelské právo na základě naplnění požadavků již vzniklých směrnic ES.

Zde je nutno upozornit na určitou nepraktičnost směrnic. Směrnice obsahují množství definic a mnohdy mají komplikovanou strukturu. Navíc ukládají jen minimální povinnost harmonizace.

Na druhou stranu je zřejmé, že následkem popsané právní úpravy se podstatně zjednodušila situace spotřebitelů, kteří si ať po uzavření smlouvy a odchodu podomního obchodníka uvědomí, že smlouvu vlastně vůbec uzavřít nechtěli.

6 Zabezpečení ochrany spotřebitele

6.1 Úvod

Propracovaná legislativa sama nedokáže zajistit ochranu spotřebitelů před možným neetným jednáním podnikatelů. K tomu, aby byl spotřebitel efektivně chráněn, je nutno ustanovit orgány, které jeho ochranu zabezpečí. Pro tento účel byly zřízeny státní instituce a soukromé organizace. Ty by měly disponovat dostatečnými nástroji, jež napomáhají k ochraně spotřebitele a uhlou formou kontroly dodržování právních norem nebo r znou poradenskou činností přímo spotřebiteli. Nezbytné ovšem je, aby se zabezpečení ochrany spotřebitele dlo na základě právních předpisů, které

vymezuji jednak pravomoc a jednak povinnosti těch kterých institucí i organizací. Orgány státní správy i jiné v oblasti ochrany spotřebitele vykonávají svou působnost kompetentním zákonem podle jim svěřených oblastí.

6.2 Úkoly ve veřejné správě

Podle § 23 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, dozor nad dodržováním povinností stanovených tímto zákonem provádí Česká obchodní inspekce,⁵² s výjimkou dozoru podle odstavců 2, 3, 4 a 8 a čl. 11 (což je například dozor nad dodržováním povinností na úseku zemědělských, potravinářských a tabákových výrobků, který provádí Státní zemědělská a potravinářská inspekce⁵³; dozor nad dodržováním povinností pokud jde o prodej výrobků a poskytování služeb, které jsou upraveny zákonem o ochraně veřejného zdraví - ty provádí krajské hygienické stanice⁵⁴; dozor nad dodržováním povinností na úseku veterinární péče, které provádí Státní veterinární správa, krajské veterinární správy a Městská veterinární správa v Praze⁵⁵ atd.) Dále podle tohoto § 23 dozor nad dodržováním povinností provádí též obecní úřady v oblasti obchodu a služeb nebo celní úřady (viz. blíže § 23 zákona č. 634/1992 Sb., ve znění pozdějších předpisů).

Z hlediska ochrany spotřebitele spadá nejvíce aspekt této ochrany pod Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR. Pod tímto ministerstvem působí především Česká obchodní inspekce, úřady veřejného zdraví, Puncovní úřad, Státní energetická inspekce a další. V organizační struktuře ministerstva spadá ochrana spotřebitele do kompetence Oboru ochrany spotřebitele. Hlavním cílem spotřebitelské politiky je vytváření předpokladů pro rozvoj výkonnosti obchodu a zároveň vytváření dobrých podmínek pro

⁵² Zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů.

⁵³ Zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci a o změnách některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

⁵⁴ Zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví a o změnách některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů.

⁵⁵ Zákon č. 166/1999 Sb., o veterinární péči a o změnách některých souvisejících zákonů (veterinární zákon), ve znění pozdějších předpisů.

příspěvků na-eho právního systému ochrany spotřebitele požadavky v právního systému EU.

Dále se ochranou spotřebitele zabývá Ministerstvo zemědělství ČR v působnosti např. Státní zemědělské a potravinářské inspekce nebo Státní veterinární správy ČR, Ministerstvo zdravotnictví ČR v působnosti orgánů ochrany veřejného zdraví a Ministerstvo informatiky ČR v působnosti českého telekomunikačního úřadu nebo Státní inspekce telekomunikací (Rada pro rozhlasové a televizní vysílání). Všechny orgány jednají na základě jím kompetenčních zákonů.

6.2.1 Česká obchodní inspekce

Pro spotřebitele je asi neznámější Česká obchodní inspekce (OI) spadající pod Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR. OI provádí dozor ve smyslu zákona č. 64/1986 Sb., o české obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů. Jedná se o rozpočtovou organizaci, kde ústředního ředitele jmenuje ministr průmyslu a obchodu.

Česká obchodní inspekce kontroluje např. dodržování podmínek stanovených k zajištění jakosti zboží nebo výrobků v etn. zdravotní nezávadnosti, dodržování požadavků na osobní hygienu a hygienickou nezávadnost provozu, dodržování dohodnutých nebo stanovených podmínek a kvalitu poskytovaných služeb, zda nedochází ke klamání spotřebitele atd. Dozor vykonává ve vymezeném rozsahu v souladu se zákony jako např.:

- zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v platném znění,
- zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků, v platném znění,
- zákon č. 477/2001 Sb., o obalech, v platném znění,
- zákon č. 552/1991 Sb., o státní kontrole, v platném znění a dalším.⁵⁶

⁵⁶ Česká obchodní inspekce
COI.cz [online]
URL: < <http://www.coi.cz/> >

6.3 Ob anské spot ebitelské organizace

V R se spot ebitelská sdružení z izují na základ zákona . 83/1990 Sb., o sdrufování ob an . Podle tohoto zákona mohou ob ané R na základ registrace zakládat spolky, spole nosti, svazy, hnutí, kluby a jiná ob anská sdružení, jakofi i odborové organizace (sdružení) a sdrufovát se v nich. Sdružení jsou právníckými osobami a do jejich postavení a innosti mohou státní orgány zasahovat jen v mezích zákona. Do dne-ní doby se v R registruje osm spot ebitelských organizací. Jsou jimi:

- Sdružení obrany spot ebitel (SOS)
- Ob anské sdružení spot ebitel TEST
- Spot ebitel.cz
- Sdružení eských spot ebitel
- Asociace ob anských poraden
- Sdružení pro bezpe nost potravin a ochranu spot ebitele
- Centrum spot ebitelsko-podnikatelských vztah a ochranu spot ebitele
- Sdružení ochrany spot ebitel a pacient

Ve srovnání s jinými lenskými státy EU v-ak mají malou lenskou základnu a malý počet aktivist .

6.3.1 Sdružení obrany spot ebitel (SOS)

Snad nejznám j-í na poli p sobnosti je sdružení se zkratkou SOS. Toto sdružení bylo založeno 1. února 1993 jako Moravskoslezské sdružení se sídlem v Ostrav . V sou asné době sdružení sídlí v Praze a svá Spot ebitelská informa ní centra provozuje jifi ve v-ech krajích R. SOS je nezávislá, nezisková a nepolitická organizace. Je to otev ené ob anské sdružení, které nabízí spot ebitel m možnost stát se lenem, a tím aktivn p isp t k rozvíjení innosti. Hlavním posláním SOS je p edev-ím obhajoba spot ebitelských práv, spot ebitelské vzd lávání, -í ení informací souvisejících s ochranou spot ebitele, poradenská innost, upozor ování na nezákonné i neetické

chování podnikatelských subjektů apod. V fládném p ípad v–ak neposkytuje slufly advokátní kancelá e, cofl znamená, fle nem fle spot ebitele zastupovat v soudních sporech. V sou asné dob tvo í nejvýznamn j–í poloflku p íjm dotace ze státního rozpo tu, získávané prost ednictvím Ministerstva pr myslu a obchodu R. Na po átku ale SOS fungovalo pouze z lenských p ísp vk .⁵⁷

6.3.2 Asociace ob anských poraden (AOP)

Asociace ob anských poraden je nástupnickou organizací Sdrufení pro vybudování síť ob anských poraden, které bylo založené v roce 1997 a zm nilo název na Asociaci ob anských poraden v roce 1998. AOP je nestátní nezisková organizace p sobící na celém území eské republiky. Nyní AOP za–ti uje na 39 ob anských poraden, mezi nimi fl jsou i poradny zabývající se spot ebitelskou problematikou (nap . SOS).

Tato asociace se nezabývá pouze ochranou spot ebitele, ale lidé se na ni mohou obracet i se svými dotazy týkající se nap . sociálních dávek, poji–t ní, zdravotnictví, –kolství, pracovn právních vztah , majetkoprávních vztah , flivotního prost edí apod. AOP ro n zodpoví tém na 50 tisíc dotaz , z toho na 1600 dotaz ze spot ebitelské oblasti. Dotazy se týkají se nejen p edvád cích zájezd , ale i reklamací nekvalitních výrobk , poradenství p í nákupech na splátky apod.⁵⁸

Autorka vypracovala studii týkající se problematiky p edvád cích zájezd na základ informací poskytovaných na webových stránkách AOP. Tato studie je sou ástí p íloh jako p íloha . 2 (kapitola 10 P ílohy) a má p íblíflit problematiku ochrany spot ebitele p í uzavírání smluv mimo provozovnu a podporu ob anských poraden p í e–ení patových problém vzniklých v souvislosti s touto situací.

⁵⁷ SOS: Sdrufení obrany spot ebitel
Spotrebitele.info [online]
URL: < <http://www.spotrebitele.info> >

⁵⁸ Asociace ob anských poraden
Spotrebitel.info [online]
URL: < <http://www.spotrebitele.info> >

6.4 Evropské spot ebitelské instituce

Hlavním stálým orgánem pro ochranu spot ebitele je v Evropské unii **Generální editelství pro zdraví a ochranu spot ebitele** (Directorate General for Health and Consumer Protection), jejím cílem je zabezpečit, aby se spot ebitelé členských zemí cítili zdravými a bezpečnými. Základní myšlenka vzniku této instituce byla položena již v r. 1973, kdy Komise ustavila Nezávislý úřad pověřený ochranou životního prostředí a spot ebitele. Editelství vznikalo postupně tak, jak se formovala samotná spot ebitelská politika a r. 1995 vyvrcholilo zřízením instituce s názvem Generální editelství pro zdraví a ochranu spot ebitele. Editelství, známé také pod zkratkou DG SANCO, aktivně spolupracuje s dalšími institucemi EU, vládou jednotlivých členských zemí, agenturami a spot ebitelskými organizacemi tak, aby tuto ochranu co nejúčinněji zabezpečili.

Existuje ještě tzv. **Spot ebitelský výbor** (Consumer Committee), který byl ustanoven v r. 1995 jako orgán pro písemné zastoupení spot ebitelů v EU. Je třeba si však připomenout, že výbor se zatím nijak nepřímo do podvědomí spot ebitele nedostal a tak mnohem větší význam pro EU má stále se rozvíjející spolupráce se světovou organizací spot ebitelů **Consumer International** a s **Evropským výborem spot ebitelských svazů** (BEUC ó Bureau Européen des Unions des Consommateurs).

Kromě těchto spot ebitelských organizací hrají důležitou úlohu také unijní instituce jako Komise, Rada, Evropský parlament, které přímo či nepřímo ovlivňují spot ebitelskou politiku.

6.5 Závěr

Způsob, jakým je zajištěna ochrana spot ebitele je ovlivněna různými prameny práva a ušlechtilé se jedná o prameny ústavní právní, občanskoprávní, správní právní nebo trestní právní. Zásadní úlohu v dozoru nad dodržováním práv spot ebitele hraje státní správa se svými orgány, je-li se řídí dle jim kompetentních zákonů a nařízení. Nedílnou součástí státních orgánů, jiných v ochraně spot ebitele, jsou nevládní organizace a občanská sdružení, která velkou měrou přispívají k této ochraně a ušlechtilým

informací, poradenskou innoostí i upozor ováním na nedodržování zákona. Jelikož R je členem Evropské unie, český spot ebitel je chráněn i vlivem spot ebitelských institucí EU, které spolupracují s členskými vládami i soukromými spot ebitelskými organizacemi členských států.

7 Poznatky a doporu ení

7.1 Dotazník

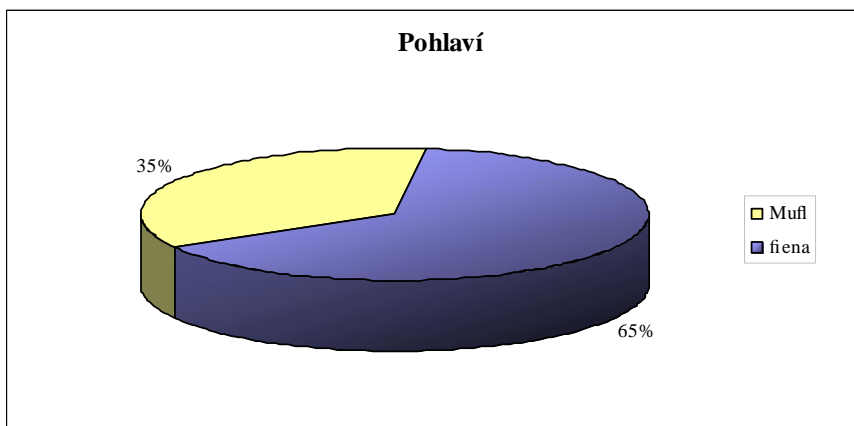
V praktické ásti této práce jsem chtěla zjistit, co si lidé pod pojmem spot ebitel představují, jaké formy obchodu používají, zda mají problémy s reklamami a ví, jak v takových případech postupovat popř. na koho se obrátit, jak hodnotí jejich ochranu jako spot ebitel v souasně společností apod. Odpovědi na tyto otázky jsem získávala především formou dotazníku, na kdy jsem také použila formu telefonického dotazování. Dotazník je přílohou této práce (viz. příloha . 1).

Celkem se mi podařilo oslovit 123 respondentů různých pohlaví, věku i vzdělání. Jejich informace jsem zpracovala do podoby grafů, které jasně a stručně charakterizují dosažené výsledky.

7.1.1 Vyhodnocení dle sociodemografických údajů

Kontaktovala jsem ženy i muže, ale ženy jsou zde zastoupeny téměř dvěma třetinami, protože byly ochotnější se mnou spolupracovat.

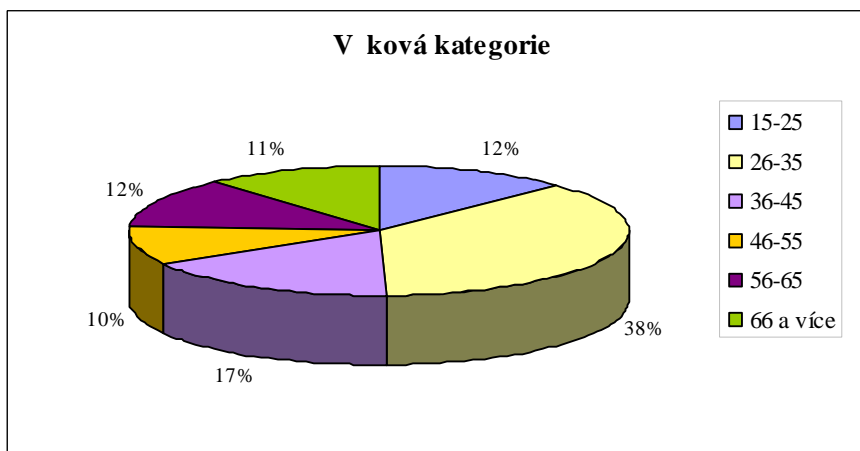
Graf . 1



Zdroj: vlastní

Nejvíce oslovenou skupinou dle věku, jsou lidé ve věku 26 až 35 let (38%). Konkrétní skupina lidí byla nejvíce ochotna odpovědět na mé otázky. Po této skupině následují lidé ve věku 36 až 45 let (17%). Ostatní věkové kategorie jsou zhruba ve stejném poměru lidí ochotných podat informace.

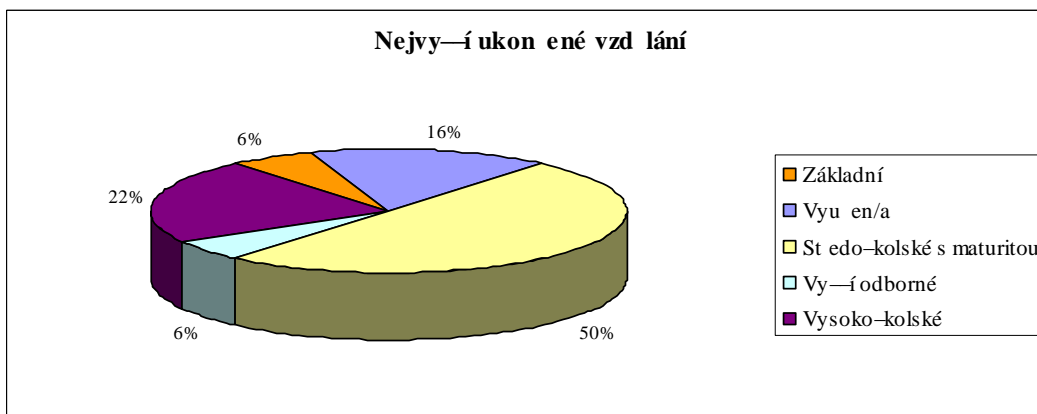
Graf . 2



Zdroj: vlastní

Co se týče nejvyššího dosaženého vzdělání, celá polovina respondentů má laicko-střední odbornou maturitu. Nejméně byli zastoupeni lidé se základním a vyšším odborným vzděláním (obě skupiny po 6%).

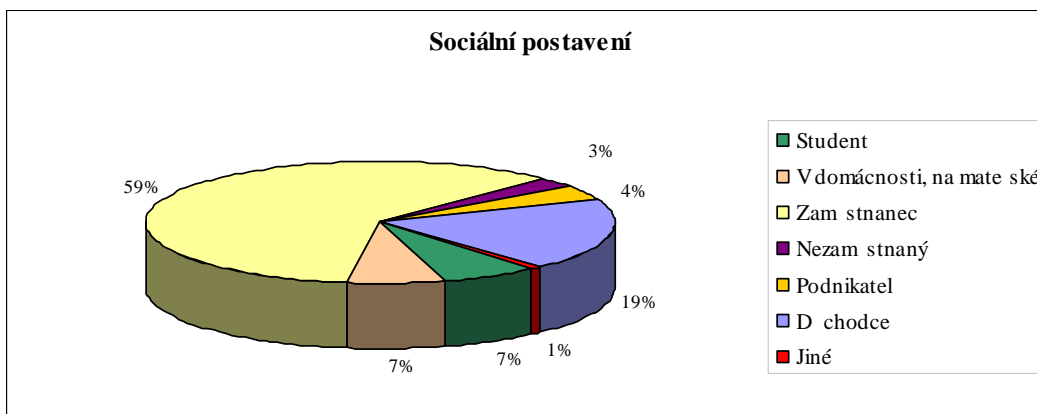
Graf . 3



Zdroj: vlastní

Největší skupina dotazovaných byla v té době zaměstnaná (59%). Z grafu . 4 také vidíme, že ochotní spolupracovat byli i důchodci (19%). Nejmenší počet dotazovaných bylo zastoupeno ve skupině nezaměstnaných (3%) a skupině šjině s 1%, což nebylo blíže specifikováno.

Graf . 4

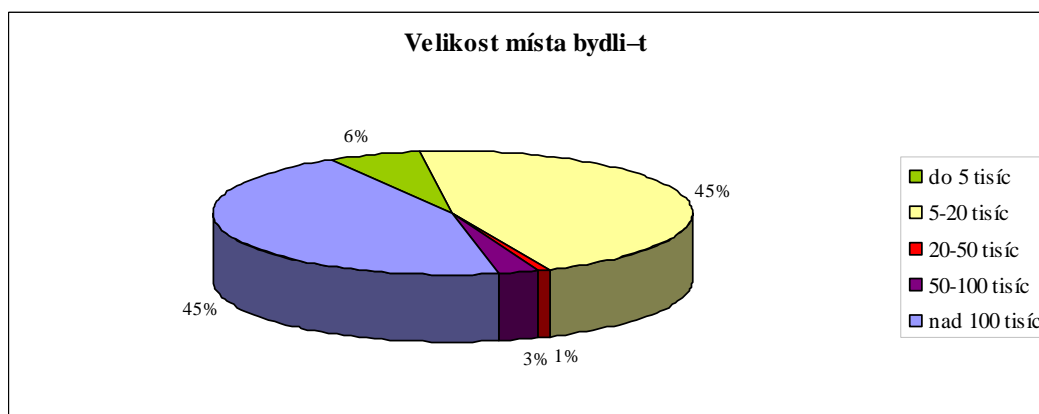


Zdroj: vlastní

V grafu . 5 je patrné, že jsem se snažila zachytit i roznorodost názorů podle velikosti bydliště.

Lidé žijící v místech o velikosti 5 000 až 20 000 a nad 100 000 obyvatel jsou zastoupeni stejnou měrou (obě skupiny po 45%). Nejméně lidí se mi podařilo oslovit v místech o velikosti 20 000 až 50 000 obyvatel (1%).

Graf . 5



Zdroj: vlastní

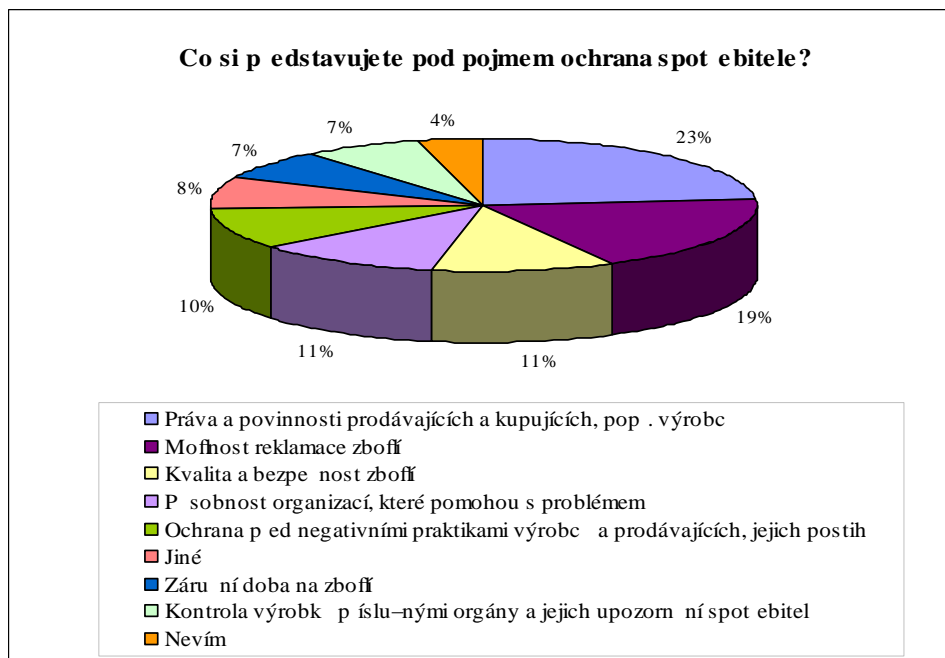
7.1.2 Vyhodnocení dle jednotlivých otázek

Rozbor konkrétních otázek, které byly položeny respondent m.

Otázka: *Co si p edstavujete pod pojmem ochrana spot ebitele?*

Je p ekvapující, že ač 4% respondent nev d lo, co si má pod tímto pojmem p edstavit. 96% respondent m lo konkrétní odpov . Dotazovaní nej ast ji odpovídali v-eobecn , tedy, že si pod pojmem ochrana spot ebitele p edstavují ur itá práva a povinnosti jak na stran prodávajících (pop . výrobce) tak na stran kupujících (23%). Z t ch konkrétn j-ích odpov dí p evládala odpov související s možností zboží reklamovat (19%), dále odpov související s kvalitou a bezpe ností zboží nebo také p sobností organizací, které mohou v p ípad pot eby spot ebitelů pomoci s jeho problémem (po 11%).

Graf . 6

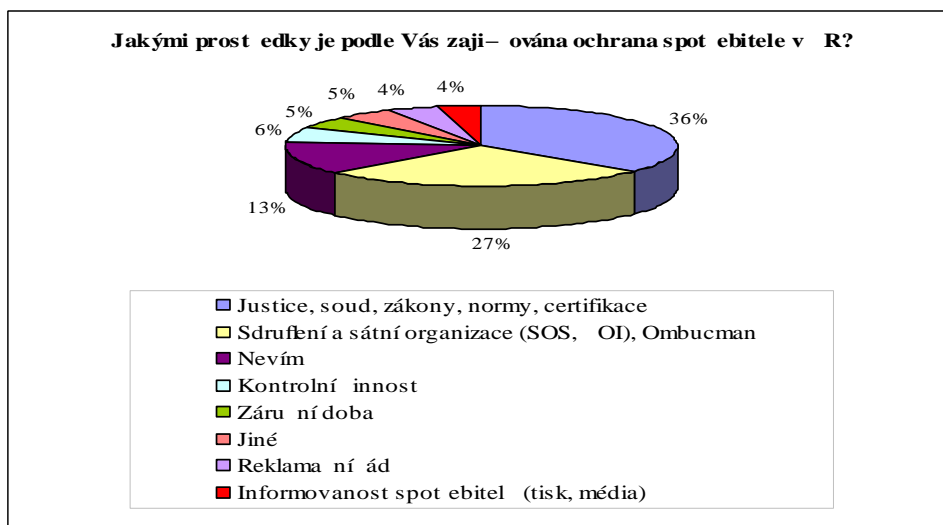


Zdroj: vlastní

Otázka: *Jakými prostředky je podle Vás zajišťována ochrana spotřebitele v ČR?*

Podle odpovědí v grafu . 7 je zřejmé, že lidé jsou především ochrana spotřebitele je zajišťována především prostřednictvím justice, soudu a právními předpisy (36%). Dále se shodli, že se velkou měrou na ochranu spotřebitele podílí stát se svými orgány a také známá dobrovolná sdružení (27%), ale nejmenší část dotazovaných v ČR, že ochrana spotřebitele může být zajišťována například pomocí medializace i reklamního ádu (obě skupiny po 4%).

Graf . 7

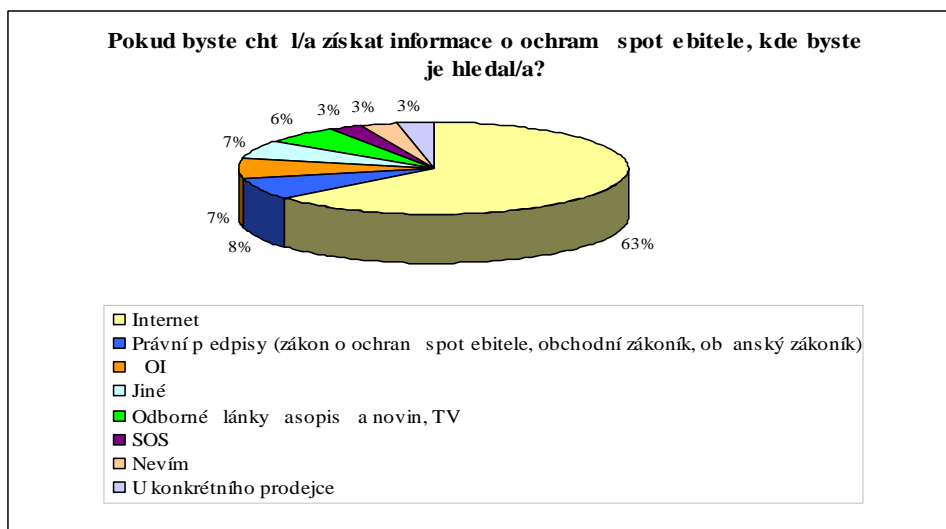


Zdroj: vlastní

Otázka: Pokud byste chtěl/a získat informace o ochraně spotřebitele, kde byste je hledal/a?

Z grafu . 8 je patrné, že drtivá většina lidí by hledala informace o ochraně spotřebitele na internetu (63%). Potvrzuje se, že internet je v dnešní době nezastupitelným zdrojem informací. Rovněž by lidé hledali další informace v právních předpisech (8%), přímo u OI (7%) nebo v odborných lánkách, časopisech a novinách (6%). 3% dotazovaných nevědělo, kde by mohli tyto informace získat.

Graf . 8



Zdroj: vlastní

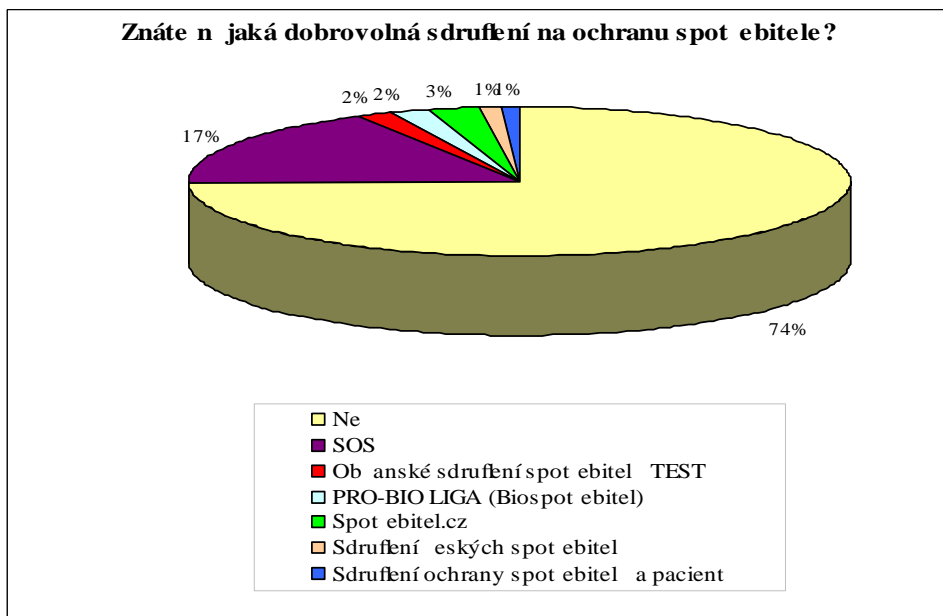
Otázka: *Znáte nějaká dobrovolná sdružení na ochranu spot ěbitele?*

Polopenou otázkou jsem cht ěla zjistit, zda lidé ví, že krom ě státních organizací, také existují i nestátní organizace, na které se mohou v případě nutnosti obrátit. P ěkvipiv jsem zjistila, že mnoho lidí asi takové organizace nezná, ale usuzuji, že je to z ejm proto, že jako spot ěbitel je-t ě ne e-ili závařn ěj-í problém.

Tato otázka navazuje na p ěde-ou, kde vidíme, že informace o ochran ě spot ěbitele by u SOS hledalo pouze 3% dotazovaných (viz. graf . 8).

Vra me se ale ke grafu . 9, který ukazuje, že t ěm t ěi tvrtiny dotazovaných nezná řádnou dobrovolnou organizaci. Pokud respondenti odpov ěd ěli, že znají dobrovolná sdružení, nejvíce známé je SOS (17%) a dále sdružení Spot ěbitel.cz (3%).

Graf . 9

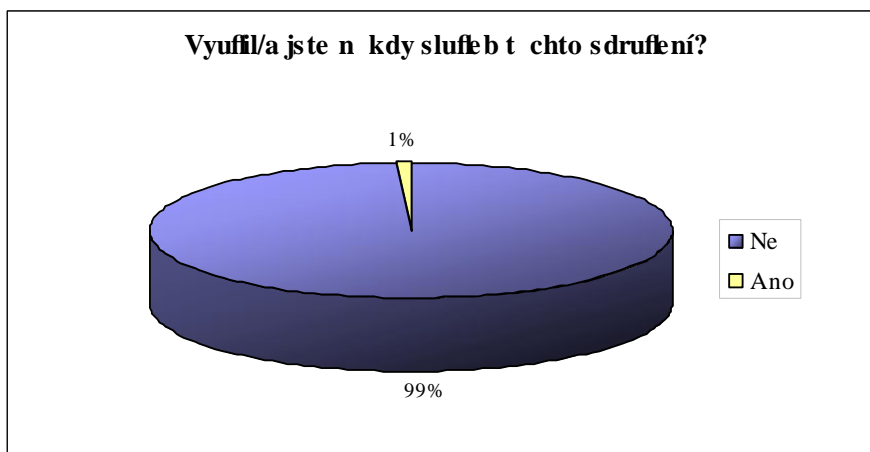


Zdroj: vlastní

Otázka: Vyuffil/a jste n kdy slufleb t chto sdružení? Pokud ano, jaký byl pr b h (nap . jak jste sdružení kontaktoval/a, jaký byl problém, jak sdružení pomohlo, jak dlouho to trvalo, jak jste byl/a spokojen/a, apod.)?

Tato otázka navazuje na p edchozí a potvrzuje odpov di o –patné znalosti dobrovolných sdružení. V grafu . 10 totiž vidíme, fle pouze 1% dotazovaných slufbu dobrovolného sdružení vyuffilo. Jedná se o jediný p ípad, kdy respondent takovou organizaci (název nebyl uveden) kontaktoval prost ednictvím e-mailu a fládal o pomoc p i reklamaci elektroniky, protofle reklamaace trvala ufl 3 m síce. Sdružení prodejce kontaktovalo a reklamaace se vy e–ila formou vrácení pen z spot ebiteli.

Graf . 10



Zdroj: vlastní

Otázka: V-ímate si p i nákupu zna ek ur ující kvalitu? Které zna ky kvality znáte?

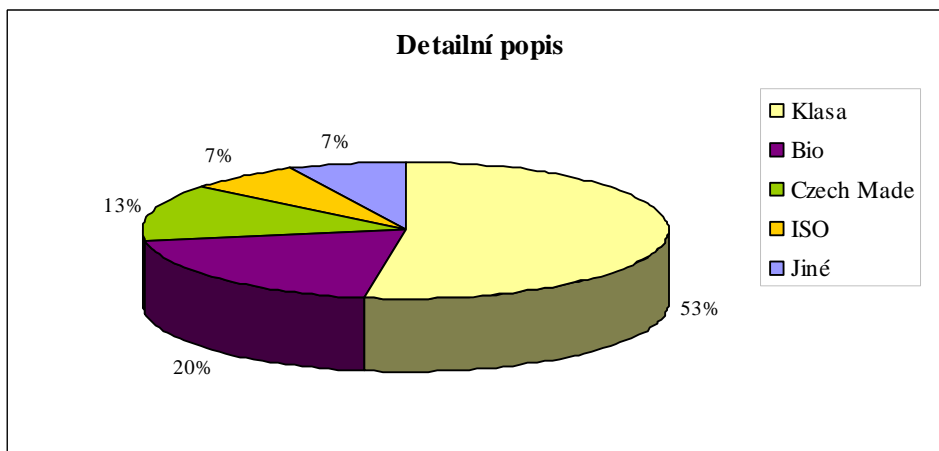
Je z ejmé, fle si lidé p i nákupu zboží v t-inou zna ek kvality v-ímají (61%), p i emfl nejvíce vnímají zna ku šKlasař jako ozna ení kvalitního výrobku (53%). Zadá se ale, fle si také hodn v-ímají zna ek šBioř a šCzech Madeř, jak je nazna eno v grafu . 11a.

Graf . 11



Zdroj: vlastní

Graf . 11a



Zdroj: vlastní

Otázka: Máte osobní zkušenost s reklamováním zboží i služeb?

Tém dv t etiny účastníků dotazování mělo osobní zkušenost s reklamací.

Graf . 12



Zdroj: vlastní

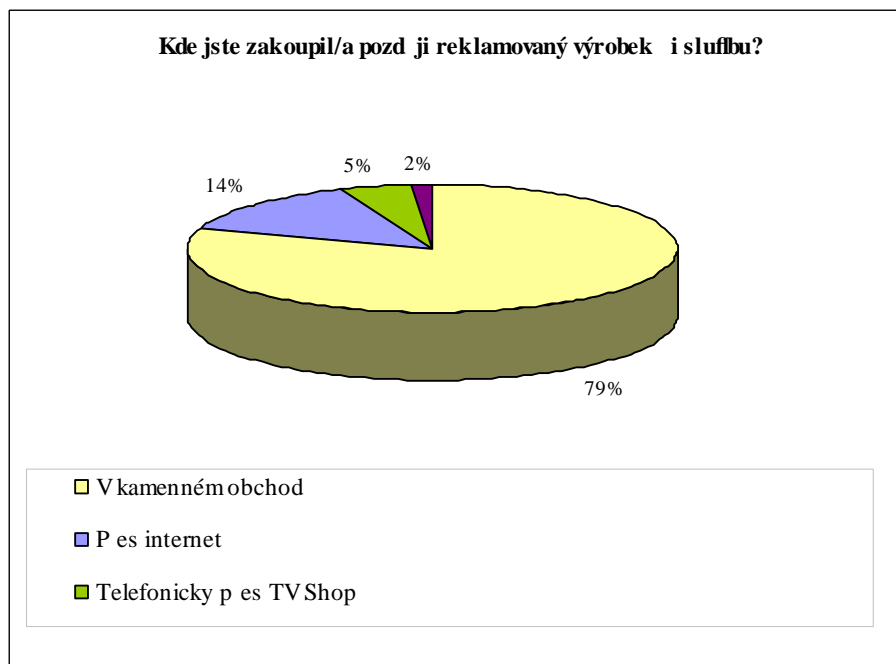
Otázka: Kde jste zakoupil/a poslední reklamovaný výrobek i službu?

Pokud dotazovaní v předcházející otázce odpověděli, že mají zkušenost s reklamací, měli pokračovat následujícími otázkami. Ti, co nikdy nějaký výrobek reklamovali,

v t-ínou daný výrobek koupili v kamenném obchod . Jednalo se o více jak t i tvrtiny dotazovaných (79%). Je z ejmé, že nákup v kamenných obchodech je jednodu-e jedno z p edních míst, kde se obchod uskute uje. Proto se logicky nejvíce reklamací odehrává práv v kamenných obchodech. Z grafu lze také dovodit, že dal-ím roz-í eným obchodem je nákup p es internet, protože je na druhém míst ve vy izování reklamací (14%). Nejmén reklamací je uskute nno z obchod uzav ených mimo provozovnu (pouze 2%).

Co se tý e reklamace mimo provozovnu, pouze 1 respondent provedl takovou reklamaci. Reklamoval kuchy ský robot, který p estal fungovat. Dotazovaný si st floval na neochotu a nekomunikaci prodávající firmy a vyjád il celkovou nespokojenost s reklama ním ízením ufl z toho d vodu, že opravený robot po 4 m sících znovu nefunguje.

Graf . 12

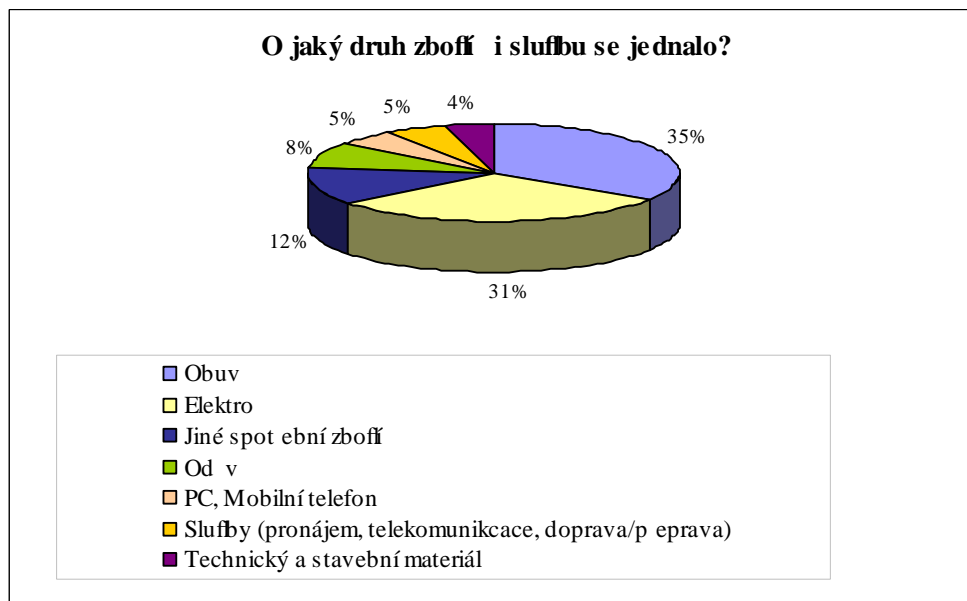


Zdroj: vlastní

Otázka: O jaký druh zboží i službu se jednalo?

Účastníci dotazníkového průzkumu si nejčastěji stěžovali na reklamaci obuvi (35%) a elektro (31%). Objevily se ale také odpovědi související s reklamací služeb (5%) nebo technického a stavebního materiálu (4%).

Graf . 13



Zdroj: vlastní

Otázka: Jaký byl průběh a výsledek reklamace (např. jaký byl problém, jaká byla ochota pomoci, jak dlouho to trvalo, jak jste byl/a spokojen/a, apod.)?

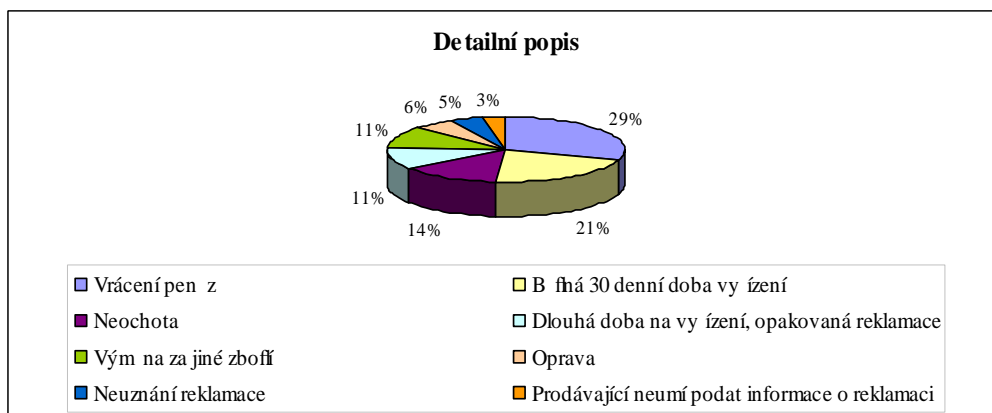
Podle grafu . 14 lze říci, že jsou lidé celkem s vyizováním reklamací spokojeni (65%), i když by pošetřivější spokojených zákazníků mohl být ještě více. Reklamace je obvykle vyřízena v běžné 30 denní lhůt bez optovné reklamace (21%), podle grafu . 14a, a zdá se, že výsledkem reklamčního řízení velmi často bývá i vrácení peněz (29%). Setkáváme se ale i s neochotou prodávajících (14%) nebo se skutečností, že prodávající neumí předat potřebné informace o reklamaci (3%) jak ukazuje graf . 14a.

Graf . 14



Zdroj: vlastní

Graf . 14a

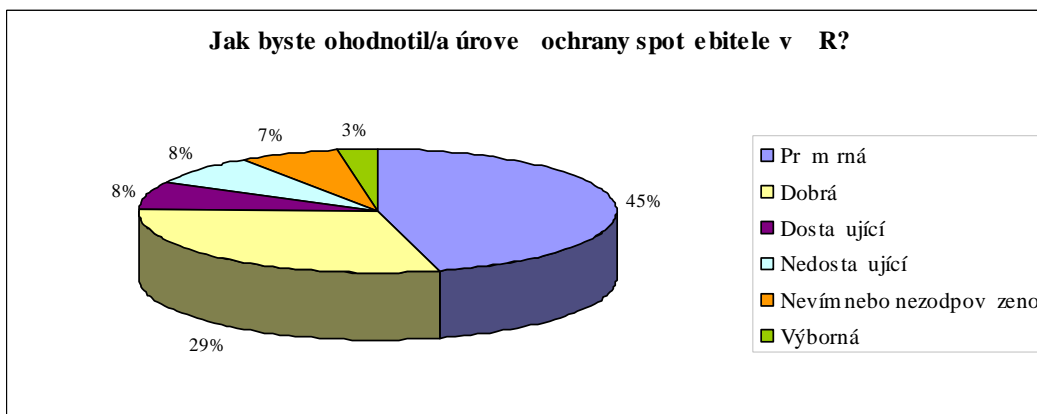


Zdroj: vlastní

Otázka: Jak byste ohodnotil/a úroveň ochrany spotřebitele v ČR?

Graf . 15 ukazuje, že obecně ČR hodnotí úroveň ochrany spotřebitele jako průměrnou (45%), případně jako dobrou (29%). 7% dotazovaných neví, jak úroveň ohodnotit nebo nemá na úroveň ochrany českého spotřebitele názor. Pouze 3% dotazovaných si myslí, že je úroveň ochrany výborná. 8% si myslí, že je nedostatečná.

Graf . 15

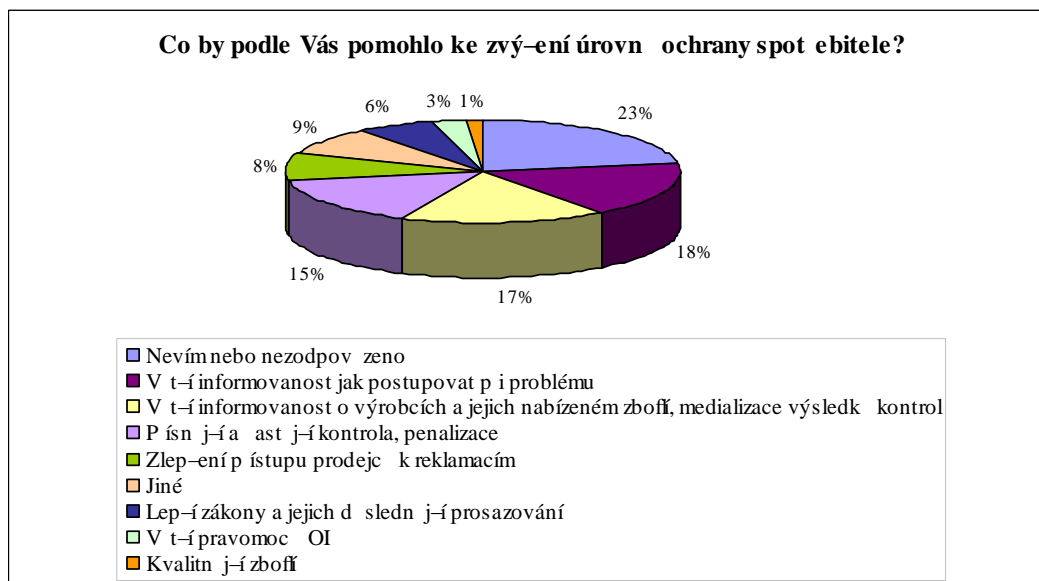


Zdroj: vlastní

Otázka: Co by podle Vás pomohlo ke zvýšení úrovně ochrany spotřebitele?

Poslední otázka je vnována myšlenkou, jak zlepšit úroveň ochrany spotřebitele. Graf . 16 vypovídá o tom, že by pomohlo poskytovat spotřebiteli více informací. Jde o informace jak postupovat při určitém problému (18%), ale jde také o informace o výrobcích (tedy firmách, které daný produkt vyrábí) a jejich nabízeném zboží, popřípadě jde o medializaci kontrol firem a jejich výrobků (17%). Velká část respondentů si myslí, že by pomohly zavedení a přísnější kontroly, popřípadě v trestní penalizace za porušení zákona (15%). Můžeme se ale setkat i s názorem, že je potřeba zlepšit přístup samotných prodejců k reklamacím (8%). Skoro jedna čtvrtina dotazovaných neodpověděla, co by úroveň ochrany spotřebitele zlepšilo nebo nemělo na tuto otázku názor.

Graf . 16



Zdroj: vlastní

7.2 Závěr

Pokud shrneme výstupy z jednotlivých otázek, vyzorovala jsem, že povědomí lidí o jejich ochraně, jako ochraně spotřebitelů, není příliš vysoké. Přesto se domnívám, že český spotřebitel má alespoň rámcovou představu o tom, jak je chráněn. Zmíněný průzkum naznačuje, že si téměř čtvrtina dotazovaných osob představí pod pojmem ochrana spotřebitele určitá práva a povinnosti vyplývající z obchodního styku. Spotřebitelé svou ochranu často spojují s ochranou při reklamaci, protože s touto situací v běžném životě setkávají asi nejvíce. Celkově hodnotí ochranu spotřebitele jako průměrnou. Dost často spoléhají na to, že jsou chráněni zákony, potažmo justicí, chápou, že v případě nutnosti existují pro ně nějaké státní instituce i dobrovolné spotřebitelské organizace, ale v zásadě se zdá, že mnohdy nedokáží konkretizovat. Měly bychom jen polemizovat, zda jim chybí pouze větší informovanost, nebo se jednoduše většina spotřebitelů ještě nesešla s tak velkým problémem, že by se musela obrátit jinam než na prodejce. Vzpomeňme, že pouze 1 člověk ze 123 dotazovaných potvrdil, že se obrátil se svým problémem na spotřebitelskou organizaci.

Myslím ale, že pokud se nějaký spotřebitel setká se závažným problémem, bude schopen si najít alespoň základní informace, jak problém řešit. Z průzkumu vyplývá, že lidé často hledají potřebné informace na internetu. Internet je také hojně používán pro obchod, respektive nákup zboží. Vždy obchod na internetu si v konkurenci vyvíjených způsobů obchodu drží pozici hned za vedoucím tradičním obchodem v kamenné prodejně. Zdá se, že podomní obchod není příliš rozšířen a tedy se neobjeví ani tolik reklamací. Podle mého názoru se tento druh zvláštního prodeje u nás příliš neuchytil, přestože je v zahraničí dost oblíben. Domnívám se, že český spotřebitel není tak důvěřivý a vidí v tomto druhu prodeje spíše lákání peněz od spotřebitele výměnou za nekvalitní výrobky. Myslím, že kdyby byl spotřebitel opravdu lépe informován a medializovali by se další a další kontroly, jak uvádí některé návrhy v dotazníkovém šetření (viz. otázka týkající se zlepšení ochrany spotřebitele), český spotřebitel by hojněji využíval i obchod mimo provozovnu.

8 Závěr

Základem moderního práva na ochranu spotřebitele pravděpodobně bylo již římské právo, které už v té době rozlišovalo právo soukromé, jako právo soukromých jednotlivců, a právo veřejné, tedy státní.

Z historického pohledu se pro moderního českého spotřebitele stal klíčovým rok 1989. S pádem totalitního režimu a nástupem demokracie dochází k mnoha proměnám nejenom v oblasti právní, ale také v oblasti ekonomické, politické i sociální. V uspořádání právních předpisů dochází ke znovuobnovení dělení práva na veřejné a soukromé. Spotřebitel začal být vnímán i z jiného úhlu pohledu - byl kladen důraz zejména na ochranu zdraví, života a majetku spotřebitelů. Z primárních právních předpisů, souvisejících s ochranou spotřebitele, pronikají do popředí především předpisy veřejnoprávní povahy jako například Ústava České republiky a Listina základních práv a svobod. Stejně je rovněž zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů. Z předpisů soukromoprávní povahy můžeme jmenovat především zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění jeho novelizací.

Vstupem české republiky do Evropského společenství vzniká povinnost harmonizace českého práva s právem komunitárním. Minimální harmonizace spoívá v transportování sekundárního práva ES, tvořeného především směrnicemi a nařízenými, do právního řádu ČR. Podle obecné zásady minimální harmonizace nesmí být, při implementaci směrnic ES do právního řádu ČR, mřírnější podmínky než je evropská norma, ale mohou být naopak přísnější. Rozdíl v principu harmonizace právního řádu v zemích EU a v české republice je v tom, že ve členských státech se při formování spotřebitelského práva postupovalo spíše cestou tvorby autonomních systémů tohoto práva, do nichž byly příslušné směrnice ES transformovány. Národní právo jednotlivých členských států vlastně ovlivnilo spotřebitelské právo komunitární. Naproti tomu vývoj spotřebitelského práva v ČR byl spíše výsledkem implementace evropského práva do našeho právního řádu.

Výstupem harmonizace práva ochrany spotřebitele ve vztahu k uzavírání smluv mimo obchodní prostory v českém tržním hospodářství se stala novelizace občanského zákoníku za pomoci zákona č. 367/2000 Sb., kdy byly implementovány první spotřebitelské smlouvy. Tyto smlouvy se tak staly základem soukromoprávní ochrany spotřebitele, která se zakládá především na prevenci a úpravě sankcí nárok spotřebitelů jako jedné ze smluvních stran. Konkrétní problematika ochrany spotřebitele při uzavírání smluv mimo provozovnu je provedena v § 57 OZ pomocí směrnice Rady č. 85/577/EHS, o ochraně spotřebitele při smlouvách sjednávaných mimo obchodní provozovnu. Po této novelizaci, spotřebitelské právo umožní uje zvýšenou ochranu spotřebitele zpravidla stanovením kogentních podmínek při uzavírání těchto smluv, a dále zákazem určitých typových dohod, které jsou nejčastěji se vyskytujícími nekalými podmínkami ve spotřebitelských smlouvách.

Přestože samy směrnice jsou často kritizovány (obsahují množství definic, mnohdy mají komplikovanou strukturu a ukládají jen minimální povinnost harmonizace), domnívám se, že ufl samotné vytvoření legislativy na ochranu spotřebitele byl velkým krokem k předu. Dle mého názoru je zřejmé, že díky této právní úpravě se podstatně zjednodušila situace spotřebitelů, kteří si například po uzavření smlouvy s podomním obchodníkem uvdomí, že smlouvu vlastně vůbec uzavít nechtěli. Tím ovšem nechci zastírat určitou nepraktičnost směrnice spojenou s problémy vedoucí k tomu, že úprava se pak stává nepřehlednou a tak třeba i

nedostate nou. Takové nedostatky mohou samozřejmě vést k neřádným kolizím mezi jednotlivými směrnici a také ke kolizím s národními úpravami. Problém je například v rozdílné formulaci pojmů spotřebitel a dodavatel v jednotlivých právních úpravách. Nejvíce závažný nedostatek je u pojmu spotřebitel, kde je rozdíl mezi směrnicí ES a českou platnou právní úpravou. U pojmu dodavatel obanský zákoník nedodrhuje u všech spotřebitelských smluv stejnou terminologii, ale základní princip tohoto pojmu je stejný, takže by se nemělo přilítnout správný výklad práva. Z tohoto důvodu je nutná, co nejdříve náprava, aby mohly spotřebitelské smlouvy opravdu efektivně fungovat.

Současný stav i tendence vývoje práva na ochranu spotřebitele tedy ukazují, že potřeba právní ochrany spoívá v soukromoprávní úpravě, konkrétně v úpravě spotřebitelských smluv se základním právem spotřebitele na odstoupení od těchto smluv.

Jeden ze zákonodárců zřejmě zabezpečení ochrany spotřebitel je zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v platném znění. Tímto zákonem byla vytvořena plošná kontrola v obecné rovině, jejíž svou konkrétní podobu má být naplnit aplikací jednotlivého zvláštního předpisu, týkajícího se příslušné kontroly ve vazbě na ochranu spotřebitele (například zákon č. 64/1986 Sb., o české obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů).

V souvislosti s kontrolou dodržování práva ochrany spotřebitele si myslím, že pro nás mohou být inspirativní některé zkušenosti z členských zemí EU, kde existuje ústřední kontrola pomocí spotřebitelských spolků, které mají relativně silnou pozici při zajištění ochrany spotřebitele. Spolky například sami kontrolují jakost zboží pomocí testů a odběr příslušných vzorků. Výsledky těchto testů jsou pak zveřejňovány tak, aby dané informace byly snadno dostupné pro každého spotřebitele (odborné časopisy, internet). V ČR je podobná činnost také zaznamenána (například D-test Obanského sdružení spotřebitelů TEST), ale zdá se, že informovanost o výsledcích kontrol není dostatečná, protože si na tuto problematiku spotřebitel stále stěžuje.

Je zřejmé, že současný spotřebitel má pouze rámcovou představu o tom, jak je chráněn (zjevně plyne z odpovědí, které bylo provedeno autorkou na základě dotazníku, kapitola 7). Znalosti spotřebitele jsou spíše nízké, což může pramenit z jeho laxního přístupu k této problematice. Spotřebitel se většinou zajímá o tuto oblast, ale když se sám ocitne v problému a neví, jak ho řešit.

Studie o obanských poradnách, kterou jsem zpracovala v příloze 2, vypovídá o tom, že po et klient obanských poraden se stále zvyšuje, přestože je od r. 2006 zaznamenán menší pokles. Zdá se, že po et dotaz , spojených s problematikou ochrany spotřebitele, adresovaných na obanské poradny se v průměru poledních 8 let drží na poměrně stálé úrovni a v průměru se pohybuje mezi 3-4% z celkového počtu dotazů .

V poslední době roste obliba prodejce prodávat své výrobky formou podomního prodeje nebo sjednávat různé organizované zájezdy, na kterých jsou pořádány tzv. předváděcí akce. Cílem těchto obchodních praktik je prezentace určitých výrobků a na to navazující uzavírání kupních smluv. Jejich podstatným, společným rysem je, že podomní uzavření smlouvy vychází od dodavatele a že spotřebitel takové jednání neekvává a není na něj připraven. Mnohdy v jeho neprospěch hraje roli i moment překvapení. Často se stává, že pak spotřebitel za takových okolností podepíše kupní smlouvu a později si uvědomí, že výrobek vlastně nechce ani koupit. V takovém případě lze uplatnit § 57 OZ, kdy jde o implementaci čl. 5 směrnice Rady 85/577/EHS, ve kterém je zakotveno právo na odstoupení ve lhůt alespoň 7 dnů poté, co obdrží písemné upozornění dodavatele dle čl. 4 směrnice na právo spotřebitele zrušit spotřebitelskou smlouvu spolu se jménem a adresou osoby, u níž lze toto právo uplatnit (implementace čl. 4 směrnice do § 57, odst. 2 OZ). Jak je z výše uvedeného vyplývá, čl. 5 směrnice Rady 85/577/EHS stanovuje minimální lhůtu 7 dnů na odstoupení. Legislativně však české soukromoprávní úprava tuto lhůtu zprůčiniil a v § 57, odst. 1 obanského zákoníku stanovil lhůtu na 14 dnů. Výhodou pro spotřebitele jsou i další dva případy, kdy se stanoví delší lhůty pro odstoupení od smlouvy, a to: první, jestliže dosud nedošlo ke splnění dodávky výrobků nebo služeb a druhé, jestliže dodavatel písemně neinformoval spotřebitele o jeho právu od smlouvy odstoupit a jestliže dodatečně oznámil osobu, u níž musí spotřebitel právo uplatnit. Odstoupení od smlouvy se tedy stalo základním právem pro spotřebitele.

Podle mého názoru, podomní prodej v ČR není příliš rozšířen. Lidé stále dávají přednost nákupu v tradičním obchodě, a to patrně z toho důvodu, že si myslí, že případnou reklamaci nebude tak obtížné řešit v kamenné prodejně. Dalším důvodem může být, že český spotřebitel není tak důvěřivý a vidí v podomním prodeji spíše lákání peněz od spotřebitele výměnou za nekvalitní výrobky. Možná, že kdyby byl spotřebitel opravdu lépe informován a medializovali by se účastníci a příslušné kontroly,

jak uvádí n které návrhy v dotazníkovém –et ení (viz. otázka týkající se zlep–ení ochrany spot ebitel, kapitola 7), eský spot ebitel by hojn ji vyufflival i obchodu mimo provozovnu.

Na základ ilustrativního p ípadu (sou ástí studie v p íloze . 2) souvisejícího s problematikou uzavírání smluv mimo provozovnu, bych v–eobecn doporu ila spot ebiteli, aby si vřdy, p i uzavírání tohoto typu smlouvy, ádn p e etl celou smlouvu, kterou podepisuje. Pokud spot ebitel jednal ukvapen a zjistí, že smlouva je pro n ho nevýhodná, autorka doporu uje, aby své právo na odstoupení spot ebitel uplatnil. Je dobré, aby si spot ebitel vřdy uschovávávat kopie ve–keré korespondence s firmou a dopisy zasílal doporu en . A dále a doporu uji, aby spot ebitel jednal pouze s takovým podnikatelem, o jehoř identifikaci nemá pochybnosti (p íp. fládal řivnostenský list i koncesní listinu) a dbal zvý–ené opatrnosti (nap . aby si zboží nechal p edvést, p evzal prodejní doklad a ádn vypln ý záru ní list, získal informaci o tom, kde uplatnit právo z odpov dnosti za vady, podez elé laciné zboží odmítl zakoupit apod.).

Dodavateli, který organizuje podomní obchod nebo prodejní zájezdy, bych pak doporu ila, aby p i t chto aktivitách vybavil své zástupce písemnými informacemi pro spot ebitel na odstoupení a zajistil, že tyto informace budou spot ebitel m ádn p edány.

I kdyřl je dodřřování smluv jejich základní zásadou, jak praví staré římské právo *řpacta sunt servanda*ř, víme, že tomu tak ásto ze strany dodavatel není. Spot ebitel sám by tedy m l projevit aktivní p ístup. Vzpome me na st edov ké římské právo, jehoř zásady platí do dnes ó to praví *řvigilantibus iura scripta sunt*ř neboli řbd řým náleřejí právař.

9 Seznam literatury

Literatura:

DUDOVÁ, J. *N které právní aspekty ochrany zdraví spotřebitele*. Brno: Masarykova univerzita, 1998.

DUPAL, L., NOVÁK, K., SCHLOSSBERGER, O. *Rádce spotřebitele: Uzavíráme spotřebitelské smlouvy*. Brno: CP Books, 2005.

FIALA, J., KINDL, M. a kol. *Obanské právo hmotné*. Plzeň: Nakladatelství a vydavatelství Aleph, 2007.

HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*. Praha: Oeconomica, 2006.

HULVA, T. *Ochrana spotřebitele*. Praha: ASPI, 2005.

LIBÁNSKÝ, V., PÁNEK, P. *Průvodce spotřebitele Evropskou unií*. Praha: Ministerstvo zahraničních vztahů v rámci Rámcového smlouvy o oddělení Ústavu mezinárodních vztahů, 2001.

MALÝ, K., SIVÁK, F. *Dějiny státu a práva v Československu*. Praha: Panorama, 1988.

MRÁČKOVÁ, J. *Aktuální otázky právní regulace v oblasti spotřebitele*. In: Aktuální otázky právní regulace /sborník/, PEF ČZU, 2007.

TRNÁVEK, J., JEHLIČKA, O., KRATOCHVÍL, M. *Právní ochrana spotřebitele v ČR*. Praha: C. H. Beck, 1999.

TRNÁVEK, J., SPÁČEK, J., TRNÁKOVÁ, M., HULMÁK, M. a kol. *Obanský zákoník I. Komentář*. Praha: C. H. Beck, 2008.

TOMAN, B. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*. Praha: Linde, 2008.

VEVERKA, V., BOGUSZAK, J., APEK, J. *Základy teorie práva*. Praha: CODEX, a.s., 1994.

ZDRÁČIL, Miloš. *O ochranu spotřebitele*. Praha: Linde, 2000.

Smrnice a zákony:

SMRNICE RADY . 85/577/EHS, o ochran spotebitele v p ípad smluv uzavíraných mimo obchodní prostory

ZÁKON . 634/1992 Sb., o ochran spotebitele, ve zn ní pozd jích p edpis

ZÁKON . 40/ 1964 Sb., ob anský zákoník, ve zn ní pozd jích p edpis

Internetové odkazy:

Ministerstvo obchodu a pr myslu R: <http://www.mpo.cz/>

eská obchodní inspekce: <http://www.coi.cz/>

Sdružení obrany spotebitel : <http://www.spotrebitele.info>

Asociace eských poraden: <http://www.spotrebitele.info>

Centrum pro komunitní práci: <http://www.cpkp.cz/>

ASPI: <http://www.aspi.cz/>

10 Přílohy

Příloha . 1: Dotazník ó Ochrana spotebitele

Příloha . 2: Studie ó Asociace ob anských poraden (AOP)

Příloha . 3: Smrnice Rady . 85/577/EHS, o ochran spotebitele v p ípad smluv uzavíraných mimo obchodní prostory

10.1 Příloha . 1:

Dotazník o Ochrana spotřebitelů

Dobrý den,

obracíme se na Vás s prosbou o vyplnění tohoto dotazníku, který slouží ke zpracování bakalářské práce psané na Katedře práva, Provozní ekonomické fakulty, České zemědělské univerzity v Praze. Dotazník je zaměřen na ochranu spotřebitelů a jeho cílem je zjistit, co si lidé pod pojmem ochrana spotřebitelů představují, jaké formy obchodu preferují, zda mají problémy s reklamacemi a ví, jak v takových případech postupovat, popř. na koho se obrátit, jak hodnotí jejich ochranu jako spotřebitelů v současných společnostech apod.

Předem děkujeme za Vaši spolupráci a co nejpečlivější vyplnění.

1) Co si představujete pod pojmem ochrana spotřebitelů?

2) Jakými prostředky je podle Vás zajišťována ochrana spotřebitelů v ČR?

3) Pokud byste chtěli/a získat informace o ochraně spotřebitelů, kde byste je hledali/a?

4) Znáte nějaká dobrovolná sdružení na ochranu spotřebitelů?

5) Vy/úffil/a jste někdy sloužeb t chto sdružení? Pokud ano, jaký byl pří b h (např. jak jste sdružení kontaktoval/a, jaký byl problém, jak sdružení pomohlo, jak dlouho to trvalo, jak jste byl/a spokojen/a, apod.)?

6) Vímáte si při nákupu značek určující kvalitu? Které značky kvality znáte?

7) Máte osobní zkušenost s reklamováním zboží i služeb?

Ano ó pokračujte otázkou . 8

Ne ó pokračujte otázkou . 11

8) Kde jste zakoupil/a požadovaný reklamovaný výrobek a službu?

- V kamenném obchodě
- Přes internet
- Telefonicky přes TV Shop
- Mimo provozovnu (např. podomní obchod, zájezd s prezentací a nabídkou zboží/služby, apod.)
- Jiné (prosím specifikujte)

9) O jaký druh zboží a službu se jednalo?

10) Jaký byl problém a výsledek reklamace (např. jaký byl problém, jaká byla ochota pomoci, jak dlouho to trvalo, jak jste byl/a spokojen/a, apod.)?

11) Jak byste ohodnotil/a úroveň ochrany spotřebitele v ČR?

- Výborná a neodpovídejte na otázku č. 12
- Dobrá
- Průměrná
- Dostačující
- Nedostačující

12) Co by podle Vás pomohlo ke zvýšení úrovně ochrany spotřebitele?

Sociodemografické údaje:

1) Pohlaví

- Muž
- Žena

2) Věková kategorie:

- 15-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- 66 a více

3) Váše nejvyšší ukončené vzdělání:

- Základní
- Vyšší odborné
- Střední odborné s maturitou
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské

4) Vaše sociální postavení:

- Student
- V domácnosti, na mateřské
- Zaměstnanec
- Nezaměstnaný
- Podnikatel
- Dávchodce
- Jiné

5) Velikost místa bydliště, ve kterém žijete:

- do 5 tisíc
- 5-20 tisíc
- 20-50 tisíc
- 50-100 tisíc
- nad 100

10.2 Příloha . 2:

Zdroj: Asociace obánských poraden

Spotřebitel.info [online]

URL: < <http://www.spotrebitele.info> >

Studie - Asociace obánských poraden (AOP)

1 Úvod

Studie je zpracována na základě informací dostupných na webových stránkách Asociace obánských poraden a jejím cílem je přiblížit situaci na předváděcích akcích, upozornit na chování prodávajících a poskytnout kupujícímu rady spojené s touto problematikou. Dále tato studie okrajově představuje projekt šSpotřebitelské poradenství podporovaný Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR. Cílem projektu je přispět jednak preventivně a jednak pomáhat spotřebitelům řešit jejich problémy spojené s tématem ochrana spotřebitele.

2 Hrnec za tisíc? Roční naletí 1600 spoluobčanů ...

Ilustrativní příběh:

Paní A, která je 60 let, byla na předváděcím zájezdu a vyhrála sadu hrnců. K tomu, aby byla výhra platná, stačila jen drobnost. Musela si navíc ještě koupit zázračné pokrývky vyrobené kosmickou technologií za 15 tisíc korun. V radosti z výhry paní A podepsala kupní smlouvu. Ve smlouvě bylo uvedeno, že pokud zboží neodebere, zaplatí určité procento z kupní ceny. Paní si toho však nevšimla, nebo to bylo napsáno malým písmem. Smlouvu si nepřečetla, neměla s sebou brýle. Řekla, že na akce jezdí, aby byla mezi lidmi. Když si večer doma v klidu rozvážila, zjistila, že takové zboží vlastně ani nechce. Poslala tedy poštou doporučený dopis, kde vyslovila své odstoupení od kupní smlouvy a vrátila zboží. Pokládala tím svoji věc za vyřízenou. Z firmy na to nereagovali

a za n jaký as ji poslali dopis společně se složenkou, kde fládali zaplacení ceny zboží i penále.

V tomto okamžiku se paní obrátila na obanskou poradnu. V poradně byl s paní sepsán návrh dopisu pro firmu, kde paní uvedla, že od kupní smlouvy řádně písemně odstoupila do 14 dnů od jejího uzavření (v souladu se zákonem) a že celou věc považuje tímto za vyřízenou. Jako přílohu dopisu zaslala firmě i kopii podacího lístku od prvního dopisu. I tento dopis zaslala paní doporučeně a kopii dopisu i podací lístek si uschovala. Přesně za měsíc zavolala paní do obanské poradny, že jí firma napsala, že na základě jejího upozornění od placení pohledávky upouští.

Popis situace:

Jistě každý z nás dostal někdy do schránky pozvánku na výlet za příznivou cenu s dopravou i občerstvením zdarma. Jde o takzvané předváděcí zájezdy. Na nich je s použitím rafinovaných marketingových metod prodáván mimo prostory obvyklé k podnikání nějaký velmi specifický typ výrobku, například splátky. A zdaleka ufl nejde jen o sadu hrnců za pár tisíc.

V některých případech prodejci nedovolí ani smlouvu podepsat nebo jsou lidé mylně informováni o ceně zboží a způsobu zaplacení. Vyskytují se i případy, kdy se nejedná o kupní smlouvy, ale o smlouvy o podnájmu, které podléhají jiným pravidlům. Lidem, kteří tyto smlouvy podepíší, pak přijde domů zboží (nebo si je odvezou přímo z akce) a složenka na zaplacení, a to i v případě, že si takovouto koupí doma v klidu rozmysleli a oznámili to prodejci.

Typickou cílovou skupinou jsou senioři, kteří bohužel netuší, že i od takto podepsané smlouvy jde odstoupit bez nějakého penále.

Řešení pro případ uzavření smlouvy mimo provozovnu:

K 1.1.2001 vstoupila v platnost nová ustanovení z. č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, (část první, hlava pátá) doplněná zákonem č. 367/2000 Sb., týkající se spotřebitelských smluv (kupní smlouvy, smlouvy o dílo a jiné smlouvy upravené v části osmé občanského zákoníku), mj. i smluv uzavřených mimo prostory obvyklé k podnikání dodavatele nebo pokud dodavatel řádně stálé místo podnikání nemá (podomní prodej, dealerství, předváděcí akce aj.).

Tato zákonná úprava usiluje p ed. o zamezení p ípad m, kdy spot ebitel pod psychologickým nátlakem nebo pod vlivem emocí nebo kv li nedostate né pozornosti podepí-e smlouvu, která je k jeho újm výrazn nerovnováfná z hlediska práv a povinností smluvních stran, nebo ve které se vzdává práv, která mu jinak zákon p iznává.

Zákon specifikuje, jaké informace musí být spot ebiteli poskytnuty p ed, p i a po uzav ení spot ebitelské smlouvy. Spot ebitelé také získali právo v ur ité lh t a za ur itých podmínek odstoupit od smlouvy (zm nit své rozhodnutí, výrobek vrátit a fládat vrácení pen z).

Podle §55 ob anského zákoníku se smluvní ujednání spot ebitelských smluv nemohou odchýlit od zákona v neprosp ch spot ebitel. Spot ebitel se zejména nem fle vzdát práv, která mu zákon poskytuje, nebo jinak zhor-it své smluvní postavení. Podle §56 nesmí smlouvy obsahovat ujednání, která výrazn znevýhod ují spot ebitel (toto ustanovení se nevztahuje na p edm t pln ní a cenu pln ní). Jedná se zde o ochranu slab-í strany, tedy ochranu spot ebitel p ed prodávajícím (podnikatelem, profesionálem). §§ 55 a 56 OZ chrání spot ebitel p ed nekalými klauzulemi a jsou to ustanovení kogentní ó nelze se od nich odchýlit za fládných okolností.

U smluv uzav ených mimo prostory obvyklé k podnikání dodavatele (§57, z. . 40/1964 Sb., OZ) má dodavatel informa ní povinnost. Tzn., fle dodavatel musí spot ebitel písemn upozornit na právo na odstoupení od smlouvy p i uzav ení smlouvy, a to v etn ozna ení osoby, u nífl je toto právo t eba uplatnit, v etn bydlit i sídla takové osoby. A dále spot ebitel má právo na odstoupení, v tomto p ípad jde o lh tu 14 dn od uzav ení smlouvy. Pokud dosud nedo-lo ke spln ní dodávky dodavatelem, m fle odstoupit do 1 m síce bez uvedení d vod a bez jakékoliv sankce. P i poru-ení informa ní povinnosti podle p edchozího odstavce má spot ebitel právo odstoupit do 1 roku od uzav ení smlouvy. Dodavatel je zároveň povinen vrátit spot ebiteli zaplacené finan ní ástky do 30 dn od odstoupení od smlouvy. Toto ustanovení ov-em neplatí u smluv, u nichfl si spot ebitel sám výslovn sjednal náv-t vu dodavatele za ú elem objednávky.

Jestliffe lidé od smlouvy odstoupí (nejlépe písemn , doporu eným dopisem) v zákonné lh t , musí tuto skute nost prodejce p íjmout, i kdyfl je kupní smlouva jifl podepsána.

Doporučení kupujícímu:

1. vždy si po podpisu přečíst celou smlouvu, kterou podepisuje.
2. je dobré si vždy uschovávat kopie veškeré korespondence s firmou a dopisy zasílat doporučeně.
3. jednat pouze s takovým podnikatelem, o jehož identifikaci nemá pochybnosti (případně předat živnostenský list či koncesní listinu) a dbát zvýšené opatrnosti (například aby si zboží nechal předvést, předvést prodejní doklad a před podpisem vyplnit záruční list, získal informaci o tom, kde uplatnit právo z odpovědnosti za vady, požadovat lázeň zboží odmítl zakoupit apod.).

Doporučení dodavateli:

1. při podomním obchodu nebo prodejních zájezdech vybavit své zástupce písemnými informacemi pro spotřebitele na odstoupení a zajistit, aby tyto informace budou spotřebitelům předány.

Výsledek z praxe podle zkušeností AOP:

Pokud firmy, které organizují tyto předváděcí zájezdy obdrží dopis s odvoláním na relevantní části právních předpisů, a vidí, že spotřebitel je odhodlán se bránit. Většinou v něm urovnají smírnou cestou.

3 AOP a projekt šSpotřebitelské poradenství

Informace o právech zákazníků při těchto předváděcích zájezdech tvoří základ projektu Asociace obchodních poraden (AOP) nazvaného Spotřebitelské poradenství, který vznikl v rámci Strategie spotřebitelské politiky EU 2007-2013. Cílem projektu je nejen předávání návodů, jak v takových situacích postupovat, ale cílem tohoto projektu je i prevence podobných situací a zvyšování znalostí spotřebitelů.

Projekt šSpotřebitelské poradenství je podpořen z prostředků Ministerstva průmyslu a obchodu a je zaměřen na zkvalitnění a rozšíření poskytování spotřebitelského poradenství občanům České republiky a k vytvoření nástrojů pro

poskytování způsobilé vazby orgánů státní správy a informování nejir-í ve ejnosti o ochran spot ebitele.

Následující tabulka . 1 vypovídá o tom, kolik lidí kontaktovalo ob anská sdružení a stalo se jejich klienty. Také vidíme, kolik dotaz se týkalo práv spot ebitelské problematiky. Tabulka je dopln na grafem pro lep-í názornost.

Jak je patrné z tabulky, od r. 2000 po et klient ob anských poraden stále roste spolu s po ty jejich dotaz afl do r. 2005. V r. 2006 ó 2008 po et st ídav kolísá. Po et dotaz týkajících se ochrany spot ebitele je b hem t chto 8 let pom rn stálý a v pr m ru se pohybuje mezi 3-4% z celkového po tu dotaz .

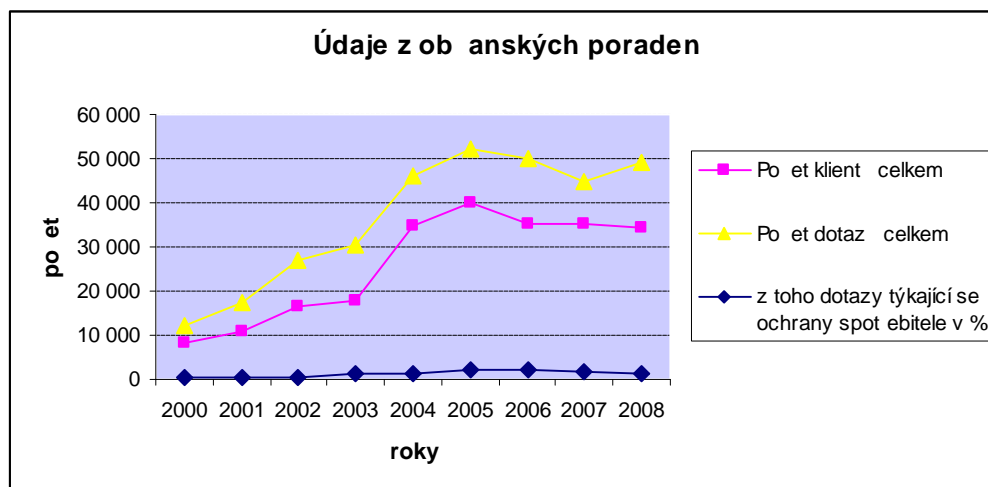
Vyhodnocení statistických údaj z ob anských poraden za rok 2000 ó 2008:

Tabulka . 1

| Rok | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|
| Po et klient celkem | 8 059 | 10 890 | 16 397 | 17 991 | 34 699 | 40 120 | 35 371 | 35403 | 34412 |
| Po et dotaz celkem | 12 057 | 17 192 | 26 994 | 30 402 | 46 205 | 52 372 | 50 172 | 44761 | 49192 |
| z toho dotazy týkající se ochrany spot ebitele v % | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |

Zdroj: vlastní

Graf . 1



Zdroj: vlastní

4 Záv r

Problematika ochrany spot ebitel p i smlouvách uzavíraných mimo provozovnu se týká nap . tzv. p edvád cích zájezd , kde prodejci p edvádí spot ebiteli r zné zboží i propagují slufbu, nebo to mohou být i tzv. podomní obchody, kdy prodejci zazvoní u va-ích dve í a za nou vám nabízet nejz zn-jí produkty. P i takových akcích prodejci asto poufívají speciální psychologické praktiky a marketingové figly tak, aby spot ebitel nenásilnou formou p inutili si práv jejich produkty koupit. asto se setkáváme s p ípady, kdy prodejci ani nedovolí kupujícímu, aby si smlouvu ádn p e etl, nebo myln informují kupujícího o cen zboží a zp sobu zaplacení. V této souvislosti tedy chápeme spot ebitel jako zna n znevýhodn ného a je nutné ho chránit p ed prodejci, profesionály.

Typickou cílovou skupinou jsou senio i, kte í bohuffel netu-í, fle i od takto podepsané smlouvy jde odstoupit bez n jakého penále.

Odstoupit od smlouvy jde v p ípad , fle spot ebitel splní zákonné podmínky, které jsou uvedené v z. . 40/1964 Sb., ob anský zákoník, § 57. Podle § 57 OZ má spot ebitel právo na odstoupení od smlouvy podepsané mimo obchodní prostory, a to do 14 dn od uzav ení smlouvy. Pokud dosud nedo-lo ke spln ní dodávky dodavatelem, m fle odstoupit do 1 m síce bez uvedení d vod a bez jakékoliv sankce do 1 m síce. P i poru-ení informa ní povinností, která je zde dodavateli uloflena, spot ebitel má právo odstoupit afl do 1 roku od uzav ení smlouvy.

V souvislosti s tím se kupujícímu doporu uje, aby si vfdy ádn p e etl kupní smlouvu, kterou podepisuje a dále aby si vfdy uchovával ve-kerou dokumentaci (korespondenci) týkající se takové koup . Pokud chce odstoupit od smlouvy, je vhodné poslat dopis doporu en a taktéfl uchovat doklad o doporu ené zásilce. Spot ebitel se tak vyhne p ípadnými problémy s odstoupením od smlouvy.

Krom toho, fle je spot ebitel chrán n zákonem, je velmi d leffité ho o jeho právech informovat. K tomu ú elu slouffí mnoho r zných program vzniklých v rámci Strategie spot ebitelské politiky EU 2007-2013. Jedním z program , které mají pomáhat lidem e-ít jejich spot ebitelské problémy je program Spot ebitelské poradenství, který je sponzorován i z prost edk Ministerstva pr myslu a obchodu R. Cílem programu je

informovat spotřebitele, jak postupovat při řešení jejich problémů a zároveň má program podporovat prevenci podobných situací a zvyšování znalostí spotřebitelů.

Z vyhodnocení statistických údajů o obchodních poradnách, v kapitole 3, je zřejmé, že počet klientů obchodních poradnách stále roste spolu s počtem jejich dotazů až do r. 2005. V letech 2006 až 2008 počet stávajících kolísá. Počet dotazů týkajících se ochrany spotřebitele je během let 2000 - 2008 poměrně stálý a v průměru se pohybuje mezi 3-4% z celkového počtu dotazů.

10.3 Příloha . 3:

Smlouvy Rady

ze dne 20. prosince 1985

o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory

(85/577/EHS)

RADA EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ,

s ohledem na Smlouvu o založení Evropského hospodářského společenství, a zejména na články 100 této smlouvy,

s ohledem na návrh Komise [1],

s ohledem na stanovisko Evropského parlamentu [2],

s ohledem na stanovisko Hospodářského a sociálního výboru [3],

vzhledem k tomu, že uzavírání smluv mezi dodavatelem a spotřebitelem nebo jednostranných prohlášení o závazcích mimo obchodní prostory dodavatele představují běžnou formu obchodní praxe v členských státech a že takové smlouvy a prohlášení jsou v právních předpisech jednotlivých členských států upraveny odlišně;

vzhledem k tomu, že rozdíly v těchto právních předpisech mohou mít významný vliv na fungování vnitřního trhu; že je tedy nezbytné sblížit právní předpisy v této oblasti;

vzhledem k tomu, že body 24 a 25 předpisů programů Evropského hospodářského společenství pro politiku ochrany a informovanosti spotřebitele [4] mimo jiné předpokládají, že budou přijata vhodná opatření na ochranu spotřebitele před nekalými obchodními praktikami, zejména před podomním prodejem; že druhý program Evropského hospodářského společenství pro politiku ochrany a informovanosti spotřebitele [5] potvrdil, že by se mělo pokračovat v postupu a prioritách vymezených v předpisovém programu;

vzhledem k tomu, že pro smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory dodavatele je charakteristické, že podnět ke smluvnímu jednání zpravidla pochází od dodavatele a spotřebitel není na smluvní jednání připraven nebo je neochotný; že spotřebitel často nemá možnost porovnat jakost a cenu nabídky s jinými nabídkami; že prvek překvapení je obecně spojen nejen se smlouvami sjednávanými před domovními dveřmi, ale rovněž s jinými typy smluv uzavíraných dodavatelem mimo jeho obchodní prostory;

vzhledem k tomu, že by spotřebitel měl mít právo odstoupit od smlouvy ve lhůt alespoň sedmi dnů, která by mu umožnila ještě jednou posoudit závazky vyplývající ze smlouvy;

vzhledem k tomu, že je nezbytné, aby byla přijata vhodná opatření k zajištění toho, že spotřebitel je písemně poučen o lhůtách uvážení;

vzhledem k tomu, že nesmí být omezena svoboda členských států zachovat nebo zavést úplný nebo částečný zákaz uzavírat smlouvy mimo obchodní prostory, považující-li to v zájmu spotřebitelů za nezbytné,

PŘIJALA TUTO SMĚRNICI:

lánek 1

1. Tato směrnice se vztahuje na smlouvy, na základě kterých dodavatel dodává spotřebiteli zboží nebo poskytuje služby, uzavřené:

- v případě jeho zájezdu organizovaného dodavatelem mimo jeho obchodní prostory nebo

- v případě jeho návštěvy dodavatele:

i) u spotřebitele doma nebo v bytě jiných spotřebitelů;

ii) u spotřebitele na jeho pracovišti,

neuskutečnila-li se návštěva na výslovnou žádost spotřebitele.

2. Tato směrnice se rovněž vztahuje na smlouvy o dodávce zboží nebo poskytnutí služeb odlišné od těch, u nichž spotřebitel požádal dodavatele o návštěvu za podmínky, že spotřebitel v době své žádosti nevadil nebo dovodit nemohl vadit, že dodávka takového zboží nebo poskytnutí služeb tvořila součást podnikatelské činnosti nebo výkonu povolání dodavatele.

3. Tato směrnice se rovněž vztahuje na smlouvy, u nichž nabídku předložil spotřebitel za podmínek podobných podmínkám uvedeným v odstavci 1 nebo 2, a kdy není svou nabídkou před jejím přijetím dodavatelem vázán.

4. Tato směrnice se vztahuje rovněž na smluvní nabídky předložené spotřebitelem za podmínek podobných podmínkám uvedeným v odstavci 1 nebo 2, je-li spotřebitel svou nabídkou vázán.

lánek 2

Pro účely této smlouvy se rozumí:

"spotřebitelem" jakákoli fyzická osoba, která v transakcích spadajících do oblasti působnosti této smlouvy jedná za účelem, který nelze považovat za jeho podnikatelskou činnost nebo výkon povolání;

"dodavatelem" jakákoli fyzická nebo právnická osoba, která v podmínkách transakcí jedná v rámci svých podnikatelských činností nebo výkonu svého povolání, jakoukoli osoba, která jedná jménem nebo na účet dodavatele.

lánek 3

1. členské státy mohou rozhodnout, že tato smlouva se vztahuje pouze na smlouvy, u nichž protihodnota placená spotřebitelem dosáhne určité částky. Tato částka nesmí přesáhnout 60 ECU.

Rada na návrh Komise zkoumá, a pokud je tomu tak, tuto částku poprvé do čtyř let po zveřejnění této smlouvy a poté každé dva roky, pokud je třeba, vezme v úvahu hospodářský a nový vývoj ve Společenství.

2. Tato smlouva se nevztahuje na:

a) smlouvy o výstavbě, prodeji nebo nájmu nemovitostí nebo smlouvy týkající se jiných práv k nemovitostem.

Smlouvy o dodávce zboží a jeho zařazení do nemovitostí nebo smlouvy o opravě nemovitostí spadají do oblasti působnosti této smlouvy;

b) smlouvy o dodávce potravin, nápojů nebo jiného zboží denní potřeby dodávaného do domácnosti spotřebitele pravidelnou dodávkou;

c) smlouvy o dodávce zboží nebo poskytnutí služeb v případě, že jsou splněny následující podmínky:

i) smlouva je uzavřena na základě dodavatelova katalogu, s nímž se spotřebitel mohl seznámit bez přítomnosti dodavatelova zástupce,

ii) předpokládá se pokračování stálého kontaktu mezi zástupcem dodavatele a spotřebitelem, který vznikl v souvislosti s touto nebo jinou, později uskutečnou transakcí,

iii) katalog a smlouva zjevně informují spotřebitele o právu vrátit zboží dodavateli ve lhůt alespoň sedmi dnů po jeho obdržení nebo v téže lhůt od smlouvy odstoupit, aniž mu vzniknou jiné závazky, s výjimkou povinnosti plnění péče o zboží;

- d) smlouvy o pojištění;
- e) smlouvy o cenných papírech.

3. Odchylně od 1. 1 odst. 2 nemusí členské státy poufňit tuto směnici na smlouvy o dodávce zboží nebo poskytnutí služeb bezprostředně souvisejících se zbořím nebo službami, u nichž si spotřebitel vyřádal návrh u dodavatele.

lánek 4

V p ípad transakcí spadajících do oblasti působnosti článku 1 se od dodavatel vyřáduje, aby písemně pou il spotřebitele o jejich právu odstoupit od smlouvy ve lh t stanovené v článku 5 a souasn jim sd lili jméno a adresu osoby, v í které mohou toto právo uplatnit.

Pou ení musí být datováno a musí obsahovat údaje umožňující identifikaci smlouvy. Spotřebiteli musí být vydáno:

- a) v p ípad 1. 1 odst. 1 ke dni uzav ení smlouvy;
- b) v p ípad 1. 1 odst. 2 nejpozd ěji ke dni uzav ení smlouvy;
- c) v p ípadech 1. 1 odst. 3 a 1. 1 odst. 4 ke dni předložení nabídky spotřebitelem.

Členské státy zajistí, aby jejich vnitrostátní právní předpisy stanovily vhodná opatření na ochranu spotřebitele v p ípadech, kdy pou ení uvedené v tomto článku nebude vydáno.

lánek 5

1. Spotřebitel má právo v souladu s postupem stanoveným vnitrostátním právem zrušit úinky svého závazku zasláním oznámení ve lh t alespo sedmi dn po datu, ke kterému mu bylo vydáno pou ení uvedené v článku 4. Pokud jde o předem tnou lh tu, posta í, je-li oznámení odesláno před jejím uplynutím.

2. Zaslání oznámení má za následek, že spotřebitel je zprotn vech závazk vyplývajících ze zrušené smlouvy.

lánek 6

Spotřebitel se nesmí vzdát práv, která pro něj vyplývají z této směnice.

lánek 7

Uplatní-li spotřebitel své právo zrušit smlouvu, řídí se právní úinky tohoto

zrušení smlouvy vnitrostátním právem, zejména jedná-li se o vrácení plateb za zboží nebo provedení slufleb a vrácení doručeného zboží.

lánek 8

Tato smlouva nebrání členským státům v tom, aby v oblasti její působnosti vydávaly nebo ponechaly v platnosti právní ustanovení na ochranu spotřebitele.

lánek 9

1. členské státy přijmou opatření nezbytná pro dosažení souladu s touto smlouvou do 24 měsíců od oznámení této smlouvy [6]. Neprodleně o nich uvědomí Komisi.

2. členské státy sdělí Komisi znění hlavních ustanovení vnitrostátních právních předpisů, které přijmou v oblasti působnosti této smlouvy.

lánek 10

Tato smlouva je určena členským státům.

V Bruselu dne 20. prosince 1985.

Za Radu
předseda

R. Krieps

[1] Úř. v. st. C 22, 29.1.1977, s. 6; Úř. v. st. C 127, 1.6.1978, s. 6.

[2] Úř. v. st. C 241, 10.10.1977, s. 26.

[3] Úř. v. st. C 180, 18.7.1977, s. 39.

[4] Úř. v. st. C 92, 25.4.1975, s. 2.

[5] Úř. v. st. C 133, 3.6.1981, s. 1.

[6] Tato smlouva byla členským státům oznámena dne 23. prosince 1985.