

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra práva



Teze k diplomové práci

**Práva a povinnosti spotřebitele v právní úpravě
a praxi ČR**

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Ivana Hájková

Autor: Bc. Dominika Najmanová

© 2015 ČZU v Praze

1 Souhrn

Tato práce se zabývá legislativní úpravou práv a povinností spotřebitele, ale také praxí spotřebitelů z hlediska tohoto tématu. Práce je rozdělena do dvou částí. První část je teoretická a je zaměřena na vysvětlení základních pojmů, legislativní úpravu práv a povinností spotřebitelů, ale i obchodníků, dále se zabývá spotřebitelskými smlouvami, ochranou spotřebitele v rozhodčím řízení, nekalými praktikami, záručními lhůtami a reklamami. V závěru teoretické části práce pak řeší dozorové a spotřebitelské organizace. Druhá část je analytická a je zpracována na základě provedeného dotazníkového šetření. Výsledky dotazníkového šetření jsou vyhodnoceny a zpracovány do přehledných tabulek a grafů.

Klíčová slova:

Klamavá reklama

Povinnosti spotřebitele

Práva spotřebitele

Prodávající

Reklamace

Služba

Spotřebitel

Spotřebitelská smlouva

Výrobek

2 Cíl a metodika

2.1 Cíl

Diplomová práce se zabývá právy a povinnostmi spotřebitele z hlediska právní úpravy, ale také z hlediska praxe. Cílem teoretické části je objasnění základních pojmů, jako je spotřebitel, podnikatel, výrobek a služba. Další kapitola se zabývá právní úpravou spotřebitele v české legislativě, kde je popsána regulace vycházející z občanského zákoníku, zákona o ochraně spotřebitele, zákona o obecné bezpečnosti výrobků, zákona o technických požadavcích na výrobky, zákona o potravinách a tabákových výrobcích i trestního zákoníku. Dále se teoretická část diplomové práce zabývá spotřebitelskými smlouvami, které jsou rozčleněny do tří podkapitol zahrnujících obecná pravidla, distanční smlouvy a smlouvy uzavírané mimo obchodní prostory a smlouvy o dočasném užívání ubytovacích zařízení. Následuje kapitola zabývající se ochranou spotřebitele v rozhodčím řízení. V diplomové práci jsou zahrnuty také nekalé praktiky, které nepochybně k tématu práv a povinností spotřebitele patří. Řeší se zde jak klamavé obchodní praktiky, tak i agresivní. Toto téma je následováno velmi důležitými a často distovanými tématy, jimiž jsou záruční lhůta a reklamace. V těchto oblastech totiž spotřebitelé často uplatňují praxi, avšak mnohdy nevědí, co mohou od podnikatelů očekávat. Poslední kapitola teoretické části diplomové práce se věnuje dozorovým a spotřebitelským organizacím, jako jsou Česká obchodní inspekce, Státní zemědělská a potravinářská inspekce, Státní veterinární správa a Nejvyšší kontrolní úřad v případě těch dozorových, spotřebitelskými organizacemi zahrnutými v diplomové práci jsou pak Sdružení obrany spotřebitelů, Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska, Západočeské sdružení obrany spotřebitelů, Sdružení českých spotřebitelů, Občanské sdružení spotřebitelů TEST, Asociace občanských poraden a Poradna při finanční tísni.

V praktické části práce bude provedena statistická analýza dat nasbíraných pomocí dotazníkového šetření. Cílem této části práce je zjistit, zda si spotřebitelé myslí, že znají svá práva a povinnosti, a jaké jsou jejich skutečné znalosti a zkušenosti z této oblasti.

2.2 Metodika

Diplomová práce bude zpracována na základě prostudování odborné literatury, internetových zdrojů a pomocí dotazníkového šetření. Dotazník bude vytvořen a distribuován k respondentům papírovou formou nebo prostřednictvím internetu. Nasbíraná data budou následně analyzována a zpracována do přehledných tabulek a grafů. Výsledky dotazníkového šetření budou vyhodnoceny a důkladně okomentovány. Následně bude poskytnuto doporučení.

3 Vlastní teze

Spotřebitelské právo je jedním z odvětví občanského práva, jehož předmětem jsou vztahy mezi spotřebiteli a dodavateli. Od 1. ledna 2014 vstoupil v účinnost nový občanský zákoník, ve kterém došlo v oblasti spotřebitelského práva k mnohým změnám. Kromě občanského zákoníku spotřebitelské právo reguluje také zákon o ochraně spotřebitele. Právní úprava spotřebitelského práva se týká každého člověka, a proto je důležitou součástí každodenního života.

V České republice spotřebitelé často rezignují na domáhání se svých práv, jelikož proces ochrany je zcela nepružný, velmi drahý a zdlouhavý. Realizace reklamací se však přesto stává stále více aktuálním tématem. K tomu také přispěl vstup České republiky do Evropské unie, kde je tomuto tématu věnována výrazná pozornost. Důležité je si uvědomit, že spotřebitelé jsou velmi významnou skupinou společnosti, a mají velký vliv na ekonomické rozhodování. Proto je třeba jejich názory nepřehlížet.

Cílem analytické části této diplomové práce bylo zmapovat znalost práv a povinností spotřebitelů na základě dotazníkového šetření. Předpoklady znalostí spotřebitelů a jejich skutečné znalosti a zkušenosti se však ve skutečnosti nepatrně liší. Bylo očekáváno, že spotřebitelé budou mít alespoň základní znalosti ze spotřebitelské oblasti, nicméně v některých otázkách se ukázalo, že tomu tak není. Vzhledem k tomu, že pouze 13 % respondentů si myslí, že jsou dostatečně informováni o svých právech a povinnostech jako spotřebitel, jsou však výsledky průzkumu odpovídající. Na druhou stranu z dotazníkového šetření vyplynulo, že pouze necelých 22 % respondentů se domnívá, že větší informovanost spotřebitelů by pomohla zvýšit úroveň ochrany spotřebitele. To dokazuje, že spotřebitelé nejsou ochotni se sami v této oblasti vzdělávat. Jak také vyplynulo z průzkumu, někteří respondenti se domnívají, že by mělo být povinností obchodníků informovat je o všech právech, které jako spotřebitelé mají.

Za základní znalosti, které by běžný spotřebitel měl mít, jsou považována práva především týkající se reklamací, jako kde lze výrobek reklamovat, a co může spotřebitel požadovat po obchodníkovi jako náhradu škody z vadného plnění. Z průzkumu však vyplynulo, že ani těmito základními právy si spotřebitelé nejsou jistí. Pouze polovina z nich ví, že produkty je možné reklamovat v jakémkoliv prodejně stejného řetězce,

kde byl produkt zakoupen, a téměř minimální procento účastníků průzkumu si vědělo rady s otázkou, co mohou požadovat, pokud je na zboží nalezena vada. Dalo by se tedy předpokládat, že pokud lidé o těchto svých právech nevědí, budou alespoň vědět, kde v legislativní úpravě tyto informace dohledat. Nicméně skutečnost je taková, že více než 60 % z nich ani netuší, v jakém zákoně jsou jejich spotřebitelská práva a povinnosti uvedeny. Přesto většina těchto respondentů již má alespoň jednu zkušenost s reklamací. Z toho lze vyvodit, že spotřebitelé vědí, že mají právo reklamovat vadné zboží, ale již nevědí v jakém rozsahu, a co mohou požadovat po obchodníkovi. Důsledkem pak může být, že ne jeden respondent pak řešil reklamaci i soudní cestou.

Za základní znalost se dá považovat také délka záruční doby u spotřebního zboží. V obchodních řetězcích, na obalech zboží, v televizních a rádiových reklamách i v časopisech se lidé běžně s touto informací setkávají. Proto je poměrně překvapivým výsledkem průzkumu, že pouze asi tři čtvrtiny tázaných spotřebitelů ví, jaká je záruční doba u spotřebního zboží.

Záruční doba u potravin se dá považovat za ne již tak základní údaj, jenž by většina spotřebitelů znala. A výsledek průzkumu to opravdu potvrdil. Pouze necelých 8 % respondentů zná správnou odpověď na tuto otázku, tedy že záruční doba potravin je ze zákona 8 dní, jak je uvedeno v živnostenském zákoně. Většinou si lidé ani nejsou vědomi toho, že potraviny lze reklamovat, případně se domnívají, že tak lze učinit do data, které je uvedeno na obalu. Nerozlišují pak již, zda se jedná o datum minimální trvanlivosti či datum spotřeby, které je většinou uváděno slovy „spotřebujte do“.

Stejný výsledek se dal předpokládat u znalostí ohledně vydávání dokladu k nákupu. V supermarketech, hypermarketech a dalších větších obchodech je obvyklé, že pokladní automaticky vydá zákazníkovi účtenku. Nicméně podle zákona není povinností podnikatele vydávat doklad automaticky. Povinností podnikatele totiž je vydat doklad na požádání. Této skutečnosti je si vědomo pouze několik málo respondentů. Převážná většina se však domnívá, že automatické vydávání dokladu je povinností obchodníka.

Obecně dotazníkové šetření prokázalo, že s praktickými osobními zkušenostmi mají větší zkušenosti respondenti starších věkových kategorií, naopak teoretické znalosti jsou kvalitnější v případě mladších věkových skupin. Co se týká členění respondentů dle vzdělání, dalo by se předpokládat, že lidé s vyšším vzděláním budou mít lepší znalosti

spotřebitelských práv a povinností, avšak tento předpoklad se na zkoumaném vzorku respondentů nepotvrdil.

Jak již bylo zmíněno, spotřebitel má spoustu práv a povinností, kterých by si měl být vědom, jelikož do smluvních vztahů s podnikateli vstupuje až několikrát denně, aniž by si to možná uvědomoval. Mělo by být tedy samozřejmostí, že se v této problematice bude orientovat, nebo alespoň bude vědět, kde si svá práva a povinnosti dohledat. Právní úprava, která se spotřebitele týká, je dána v několika zákonech a liší se podle toho, o jaký produkt se jedná. Právní úprava je dána také legislativou Evropské unie. Dalo by se tedy říci, že spotřebitel má mnoho možností, kde dohledat informace o svých právech a povinnostech, nicméně musí mít základní přehled o tom, v jakém legislativním dokumentu má hledat úpravu pro konkrétní situaci. Problémy však mohou nastat s překladem legislativy Evropské unie, kdy nemusí být zcela jasný překlad daných pojmů, a původní myšlenky mohou být překroucené.

Co se týká skutečných znalostí spotřebitelů z oblasti jejich práv a povinností, daly by se v některých případech označit jako nedostatečné, jak vyplynulo z dotazníkového šetření. Pravdou je, že lidé si neustále stěžují na obchodníky, a přitom sami nevědí, co je zakotveno v legislativní úpravě. Bylo by vhodné, aby se tedy sami spotřebitelé více zajímali o svá práva, aby v případě potřeby mohli efektivně vyřešit problém. Nicméně měli by znát i své povinnosti, o kterých často ani nevědí, že je jako spotřebitelé mají. V případě, že by spotřebitel potřeboval pomoci s řešením nějakého problému, či by potřeboval znát svá práva a povinnosti, v České republice existuje několik spotřebitelských organizací, které poskytují poradenství, a to jak spotřebitelům, tak i podnikatelům. Základní poradenství je většinou bezplatné.

Vzhledem k tomu, že v České republice se vychází ze zásady ochrany slabší strany, a na poli Evropské unie je ochrana spotřebitele stále velmi diskutovaným tématem, nelze popřít důležitost tohoto tématu. Obecně by se dalo říci, že zvyšující se míra ochrany spotřebitele vede ke zvyšování životní úrovně, a vyšší míra ochrany spotřebitele je zaznamenávána ve vyspělejších regionech.

4 Vybraná literatura

Knižní zdroje:

BEZOUŠKA, Petr a Lucie PIECHOWICZOVÁ. *Nový občanský zákoník: nejdůležitější změny*. 1. vyd. Olomouc: ANAG, 2013, 375 s. Právo (ANAG). ISBN 978-80-7263-819-2.

NOVOTNÝ, P. a kol. *Nový občanský zákoník: Smluvní právo*. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 8024791412.

ONDŘEJ, Jan. *Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele: ekonomické, právní a sociální aspekty*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, c2013, xvi, 365 s. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-80-7400-446-9.

SELUCKÁ, Markéta. *Ochrana spotřebitele v soukromém právu*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2008, xv, 134 s. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-807-4000-379.

VEČEŘA, Jiří. *Ochrana spotřebitele v České republice a Evropské unii: (včetně úpravy podle nového občanského zákoníku 2014) : právní stav k 1.1.2013*. Vyd. 1. Praha: Leges, 2013, 268 s. Praktik (Leges). ISBN 978-80-87576-34-2.

Legislativní zdroje:

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. In: *Sbírka zákonů*. Zde dne 3. 2. 2012. Ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích. In: *Sbírka zákonů*. Zde dne 19. 5. 1997. Ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. In: *Sbírka zákonů*. Zde dne 16. 12. 1992. Ve znění pozdějších předpisů.