

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Diplomová práce

**Ochrana spotřebitele – nedostatky z pohledu
prodávajícího**

Zuzana Dvořáková

© 2015 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra obchodu a financí
Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Zuzana Dvořáková

Podnikání a administrativa

Název práce

Ochrana spotřebitele nedostatky z pohledu prodávajícího

Název anglicky

Consumer Protection Drawbacks from the Seller s Point of View

Cíle práce

Cílem diplomové práce je charakterizovat, jak se s novou právní úpravou zákona 89/2012 Sb., občanský zákoník, změnila povinnosti podnikatelů při prodeji zboží spotřebitelům a zkoumat dopad daných zákonných ustanovení na řešení reklamací vybranou společností.

Metodika

Diplomová práce bude vycházet ze srovnání původní a nové právní úpravy kupní smlouvy a spotřebitelských práv v občanském právu. Východiskem bude přehled nových povinností prodávajícího podnikatele, který bude zpracován pomocí komparativní metody právních textů, vycházející z jazykové, logické, systematické a účelové interpretace textů zákonů. Situace s implementací nových ustanovení do běžného fungování podniku bude zkoumána ve vybrané firmě, kde dojde k analýze příslušných firemních dokumentů a meziročnímu srovnání vybraných dat tak, aby se zjistilo, jakým způsobem se tyto změny odrazily v chodu firmy. Informace získané touto analýzou budou použity pro dílčí zhodnocení dopadu změn na podnikání jako celku.

Doporučený rozsah práce

60 – 80

Klíčová slova

Kupní smlouva, reklamace, náklady, spotřebitel, nový občanský zákoník, etika.

Doporučené zdroje informací

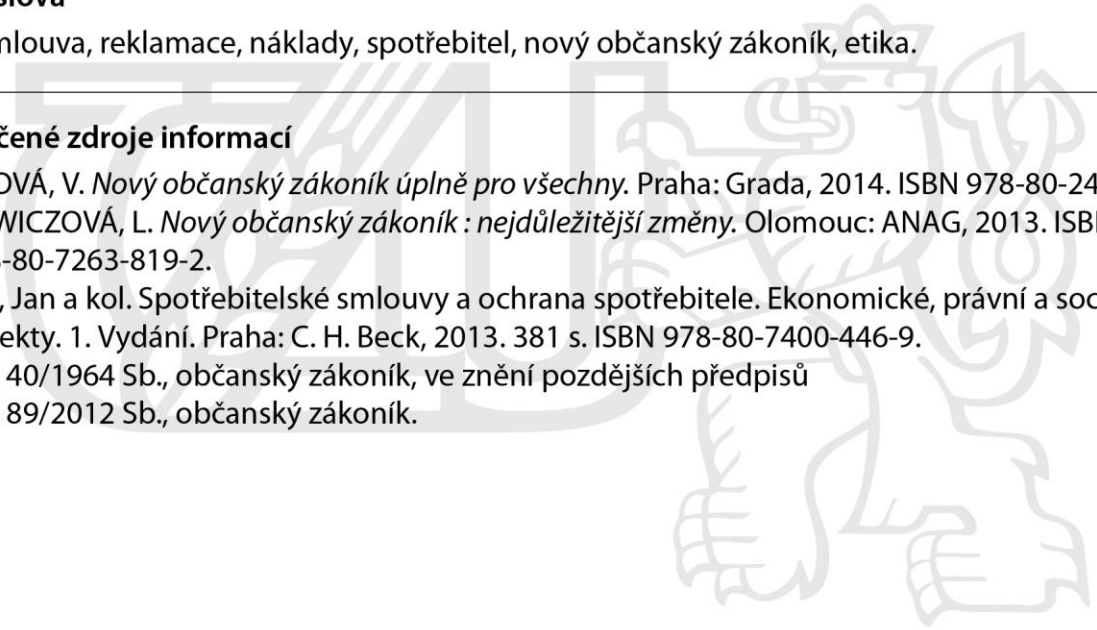
RYŠÁVKOVÁ, V. *Nový občanský zákoník úplně pro všechny*. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-5157-3.

PIECHOWICZOVÁ, L. *Nový občanský zákoník : nejdůležitější změny*. Olomouc: ANAG, 2013. ISBN 978-80-7263-819-2.

ONDŘEJ, Jan a kol. *Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele. Ekonomické, právní a sociální aspekty*. 1. Vydání. Praha: C. H. Beck, 2013. 381 s. ISBN 978-80-7400-446-9.

Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.



Předběžný termín obhajoby

2015/06 (červen)

Vedoucí práce

Ing. Daniela Šálková, Ph.D.

Elektronicky schváleno dne 31. 3. 2015

Ing. Helena Čermáková, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 31. 3. 2015

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 31. 03. 2015

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Ochrana spotřebitele – nedostatky z pohledu prodávajícího" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové 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 diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31.3.2015

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala paní Ing. Daniele Šálkové, Ph.D. za cenné rady, věcné připomínky a vstřícnost při konzultacích a vypracování diplomové práce. Děkuji firmě Elektro Kutílek s.r.o. a především panu Ing. Janu Kutílkovi za jeho ochotný přístup a poskytnuté informace z reálného chodu firmy. Můj dík patří také paní Mgr. Alžbětě Krausové a panu Mgr. Tomáši Liškutínovi, jejichž konzultace vnesly světlo do právních aspektů této práce.

Ochrana spotřebitele – nedostatky z pohledu prodávajícího

Consumer protection – drawbacks from the seller's point of view

Souhrn

Tato diplomová práce si klade za cíl nalézt změny plynoucí ze zavedení nového občanského zákoníku, zákona č. 89/2012 Sb., které významným způsobem ovlivňují požadavky na způsob vyřizování reklamací, a zhodnotit jejich vliv na vybranou společnost.

Ke správnému pochopení nastoleného tématu je v teoretické části popsáno podnikání jako takové, analyzován vztah ekonomiky a práva, vylíčeny skutečnosti týkající se spotřebitelských smluv a nastíněny změny v nově přijatých či upravených ustanoveních.

Praktická část se zaměřuje na zkoumání situace v reálné firmě, která byla vybrána dle logických požadavků této práce. Po základním představení společnosti a její filosofie jsou již zkoumány postupy a dokumenty vztahující se k objednávkám a reklamacím přijatých touto firmou. Pro srovnání situace mezi roky 2013 a 2014 jsou použita poskytnutá data, která jsou následně zpracována do podoby umožňující porovnání vybraných informací.

Zjištěné nedostatky či diskutabilní problémy jsou v závěrečné části zhodnoceny a jsou navržena jejich možná řešení.

Klíčová slova: podnikání, podnikatel, spotřebitel, kupní smlouva, reklamace, náklady, nový občanský zákoník, informační povinnost, reklamační řád, objednávky pomocí prostředků komunikace na dálku

Summary

This diploma thesis has set a goal to find out changes resulted from implementation of new Civil code, act 89/2012 Sb. which influence demands for handling warranty claims by significant way and evaluate their influence on chosen company.

For correct understanding of established theme there is described entrepreneurship, analysed relationship between economics and law, depicted facts related to sales contract and mentioned changes in new or adjusted regulations.

Practical part is focused on examining of situation in real company which was chosen according to logical demands of this thesis. Process and documents related to purchase orders and warranty claims received by this firm are examined after basic introduction of this company and its philosophy. Provided data are used for comparing situation of year 2013 with year 2014 which are transformed afterwards into form which enables comparing of chosen information.

Discovered drawbacks or arguable problems are assessed at the final part of work and are suggested their possible solutions.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneur, consumer, sales contract, warranty claim, costs, new Civil code, informational obligation, set of warranty claims rules, orders made by communication mediums

OBSAH

1. Úvod.....	9
2. Cíl práce a metodika.....	11
2.1. Metodika.....	12
3. Teoretická východiska	13
3.1. Podnikání.....	13
3.2. Cíle podnikání	15
3.2.1. Úspěch v podnikání.....	16
3.3. Vztah ekonomiky a práva.....	17
3.3.1. Ekonomika a právo z pohledu ekonomie.....	17
3.3.2. Ekonomika a právo z pohledu práva	18
3.4. Spotřebitelské smlouvy	21
3.4.1. Definice podnikatele a spotřebitele	22
3.4.2. Potřeba specifické regulace spotřebitelských smluv	23
3.4.3. Postavení podnikatele ve vztazích ze spotřebitelských smluv	24
3.5. Uplatňování práv z vad	28
3.5.1. Práva z vadného plnění	29
3.5.2. Záruka za jakost.....	29
4. Reklamacie u společnosti Elektro Kutílek s.r.o.	31
4.1. Výběr vhodné společnosti.....	33
4.2. Historie společnosti Elektro Kutílek.....	34
4.3. Filosofie společnosti Elektro kutílek	35
4.4. Skupina Expert Elektro	36
4.5. Objednávky pomocí prostředků komunikace na dálku	37
4.5.1. Letáky	37
4.5.2. Telefonická objednávka	38
4.5.3. Emailová objednávka.....	39
4.5.4. Objednávky přes webové stránky Expert Elektro.....	40
4.6. Postup při řešení reklamací	43
4.7. Reklamační řád.....	48
4.8. Srovnání reklamací v letech 2013 a 2014.....	52
4.8.1. Počet reklamací v jednotlivých měsících let 2013 a 2014.....	53
4.8.2. Průměrná doba vyřízení reklamací v měsících let 2013 a 2014.....	55
5. Zhodnocení a návrhy řešení	58
5.1. Objednávky pomocí prostředků komunikace na dálku.....	58
5.2. Postup při řešení reklamací	61
5.3. Reklamační řád.....	64
5.4. Srovnání situace před a po zavedení NOZ u elektro kutílek.....	66
5.5. Diskutabilní ustanovení NOZ.....	67
6. Závěr.....	70
7. Seznam použitých zdrojů:	72
8. Přílohy:	75

1. Úvod

V oblasti vztahů mezi podnikateli a spotřebiteli právo výrazně zasahuje do ekonomických vztahů tím, že je podrobně reguluje. Stává se jedním z faktorů, které mohou ovlivnit nabídku, poptávku anebo cenu nabízeného zboží, protože právo svým způsobem motivuje nebo naopak odrazuje podnikatele a spotřebitele vstupovat mezi sebou za určitých podmínek do ekonomických vztahů. Vzhledem ke své významné pozici tedy mnohdy rozhoduje o samotném vzniku kupní smlouvy a následné realizaci či nerealizaci obchodu. Právo tak hraje významnou roli pro celý ekonomický systém a ovlivňuje hospodářský růst či pokles dané země.

Datum 1. ledna 2014 znamenalo přelomový okamžik v právním prostředí České republiky. V účinnost vstoupil nový občanský zákoník, zákon č. 89/2012 Sb. (dále též „NOZ“), který po téměř padesáti letech nahradil dřívější občanský zákoník, zákon č. 40/1964 Sb., ve znění pozdějších předpisů (dále též „OZ“). Tento nový zákoník změnil stávající zavedené postupy při formování smluv jak mezi občany, tak i mezi podnikateli. Novým způsobem jsou upravena práva spotřebitelů a spotřebitelské smlouvy, které pro mnohé podnikatele představují hlavní zdroj příjmů.

Vzhledem ke vztahu práva jako jedné ze sil ovlivňující ekonomické vztahy lze rozumně předpokládat, že se tato soukromoprávní reforma dotkne i podnikání a ekonomických výsledků ovlivněných skutečnostmi z těchto změn plynoucích. Podnikání přitom hraje významnou roli v ekonomickém rozvoji. Z tohoto důvodu je nutné každou sílu ovlivňující podnikatelskou sféru podrobněji zkoumat a volit jen ta řešení, která výrazněji nenaruší její chod a nezasáhnou společnosti negativním způsobem. Je tedy vhodné analyzovat, jak nová právní úprava NOZ působí na podnikatelské vztahy v porovnání s tím, jak na tyto vztahy působil OZ.

NOZ v oblasti spotřebitelských smluv reagoval na evropskou legislativu a oproti úpravě v OZ rozšířil pravidla týkající se těchto smluv a zároveň posílil pozici spotřebitele na úkor podnikatelů. Spotřebitel je zde považován vždy za slabší smluvní stranu, jelikož jedná mimo souvislost s vlastním podnikáním nebo výkonem práce a má mu být poskytnuto více ochrany oproti podnikateli, u kterého je předpoklad profesionálního

zázemí. Nové povinnosti podnikatelů tak mají například potenciál zvýšit transakční náklady podnikání či stavět firmu do obtížnější situace při vyjednávání se zákazníkem. Jako příklad lze uvést velmi sporné ustanovení zakotvené v § 1829 NOZ, tj. právo spotřebitele odstoupit od smlouvy uzavřené distančním způsobem ve lhůtě 14 dnů od jejího uzavření, případně ve lhůtě až do jednoho roku a čtrnácti dnů nebyl-li poučen o tomto svém právu od smlouvy odstoupit. Z hlediska podnikatele představuje tato lhůta riziko, že nedojde k zisku přes to, že on sám již určitým způsobem investoval. Kromě toho pak po odstoupení od smlouvy nemusí získat zpět jím investovanou hodnotu, ale hodnotu sníženou. K tomu přispívá § 1833 NOZ, podle něž má spotřebitel pouze omezenou odpovědnost za snížení hodnoty jemu dodaného zboží. Toto ustanovení otevírá prostor pro zneužívání práva spotřebiteli v případech, kdy chtějí krátkodobě užít nějakou věc a následně ji vrátit. Případné následky a míru zneužívání je vzhledem k nedávnému zavedení NOZ možné pouze odhadovat, ovšem lze se domnívat, že právě toho ustanovení by mohlo významně zasáhnout do ekonomického výsledku firem zabývajících se prodejem pomocí prostředků komunikace na dálku a nedodržující všechny zákonné informační povinnosti.

S ohledem na uvedený problém rozdílnosti určitých právních úprav by tato diplomová práce měla podat dílčí odpověď na výše nastíněnou otázku vlivu nové úpravy spotřebitelských smluv v NOZ na pozici podnikatelů. Konkrétně se zaměřit na nejběžnější typ obchodních vztahů, a to na kupní smlouvu mezi podnikatelem a spotřebitelem a pokusit se posoudit, jaký dopad mají nová či upravená ustanovení v NOZ na chod firmy.

2. Cíl práce a metodika

Kupní smlouva je nejběžnějším typem smlouvy uzavírané mezi podnikateli a spotřebiteli. Tvoří tak základní zdroj příjmů podnikatelů. Zisk z těchto obchodních vztahů představuje hlavní motivaci podnikatele pro jeho obchodní činnost. Při kalkulaci pravděpodobného zisku musí podnikatel brát v úvahu i náklady vztahující se k dané činnosti či ke zboží. Jedním z takových nákladů je i vrácení zboží spotřebitelem či uplatnění záruky na základě jemu garantovaného práva.

Pro podnikatele představuje vrácení zboží nebo reklamace nepředvídatelný náklad a zvýšení nejistoty ohledně rizik při podnikání. S novou právní úpravou se pro zhodnocení účinku práva jeví jako vhodné ověřit, zda se v souvislosti s přijetím nového občanského zákoníku výrazně změnila povinnosti firem a zda se zvýšily náklady podnikatelů na reklamace výrobků zakoupených spotřebiteli. Cílem této diplomové práce je tedy identifikovat a analyzovat změny plynoucí ze zavedení nového občanského zákoníku, zákona č. 89/2012 Sb., zhodnotit dopad daných zákonných ustanovení na podnikání vybrané firmy a navrhnout řešení problematických částí.

Je zřejmé, že s ohledem na ověřování položených otázek pouze na jedné případové studii není možné tyto závěry následně vztáhnout obecně na všechny případy. Analýza prováděná pro potřeby této práce ovšem poskytla data, s jejichž pomocí bylo možné vysledovat, jakým způsobem konkrétně může firma na změnu reagovat a jak se mohly měnit náklady vynaložené na tyto skutečnosti. V závěru práce pak byla s pomocí těchto vysledovaných trendů formulována praktická doporučení pro vybranou firmu, jakým způsobem nejlépe postupovat při reklamacích tak, aby byla dodržena zákonná ustanovení a také jak by bylo vhodné některá diskutabilní ustanovení NOZ upravit.

2.1. METODIKA

Klíčovým problémem bylo zjištění příčinné souvislosti mezi právními pravidly, konkrétními oprávněními spotřebitelů a povinnostmi podnikatelů. To probíhalo ve dvou fázích:

1) Teoretická fáze zkoumající ekonomický a právní rámec problému

Zde získané informace sloužily k popisu základních termínů týkající se tématu této diplomové práce a dále byly rozklíčovány změny vycházející ze znění nového občanského zákoníku.

2) Empirická fáze zahrnující sběr a analýzu potřebných dat

Otázky uvedené výše byly ověřovány s pomocí případové studie zkoumající způsob vyřizování reklamací v reálném podniku. Část informací týkající se této společnosti byla podána ústně při rozhovorech s jednatelem vybrané společnosti a část zaslána pomocí emailové komunikace. Data k jednotlivým reklamacím, vyřizovaných touto firmou, byla poskytnuta ze dvou různých časových období – z roku před účinností NOZ a v roce vstupu NOZ v účinnost. Dále byly analyzovány firemní dokumenty a pozornost byla zaměřena na body korespondující se změnami v občanském zákoníku.

Kombinovaná metodologie:

a) Porovnání příslušných ustanovení občanského zákoníku a nového občanského zákoníku za účelem identifikace změn v nárocích a povinnostech spotřebitelů při reklamaci zboží. Pro tuto část byla použita metoda právní komparace vycházející z jazykové, logické, systematické a účelové interpretace textů zákonů.

b) Analýza vztahu mezi právními nároky a jejich uplatňováním při reklamaci, analýza příslušných firemních dokumentů a meziroční srovnání vybraných skutečností.

3. Teoretická východiska

Cílem této kapitoly je podat přehled o základních teoretických přístupech k problému ekonomické analýzy práva na ochranu spotřebitele a odpovídajících povinností prodávajících. Pro podchycení problematiky za účelem identifikace nedostatků právní úpravy pro prodávající a stanovení obecného rámce pro případovou studii je třeba vycházet ze tří tematických okruhů.

Prvním tématem je samotné podnikání a jeho teorie. Ta totiž poskytuje informace o hlavních a vedlejších cílech prodávajících (podnikatelů), o způsobech kalkulace příjmů a nákladů a o přístupech k problémům souvisejících s podnikáním vůbec.

Druhým tematickým okruhem je vztah mezi ekonomikou a právem. Celá tato práce vychází z legislativní úpravy ochrany spotřebitele a pro analýzu jejích nevýhod pro podnikatele používá ekonomický přístup. Kombinuje tedy dva obory, jejichž vzájemný vztah je nutno nejdříve definovat.

Třetí tematický okruh tvoří samotná právní úprava ochrany spotřebitele, která definuje subjekty a určuje mezi nimi právní vztahy. Zejména konkrétně stanoví povinnosti podnikatelů a jim odpovídající práva spotřebitelů. Tyto vztahy je nejdříve nutno popsat a s ohledem na porovnávání zákonného stavu před a po účinnosti NOZ rovněž identifikovat rozdíly mezi starou a novou právní úpravou.

3.1. *PODNIKÁNÍ*

Analýza podnikatelské činnosti, konkrétně prodeje, v souvislosti s právní úpravou spotřebitelských smluv bude tvořit hlavní jádro práce. Z teoretického hlediska bude však nejdříve nutné ujasnit si, co to vůbec podnikání je, jakým způsobem probíhá, jaké jsou jeho hlavní a vedlejší cíle a jak jich podnikatelé dosahují.

Podnikání soukromých subjektů představuje jednu ze základních sil ovlivňujících ekonomiku. Co to však podnikání je? Tato zdánlivě jednoduchá otázka nemá v literatuře jednoduchou odpověď. S ohledem na historický vývoj lze říci, že pojetí podnikání se odvíjí zejména od postavení, jaké měl v průběhu času podnikatel jako osoba podle tehdejších měřítek. „Podnikání znamená pro různé historiky různé věci. Zřídka je definováno

explicitně a spory o podnikání často zahrnují otázky jak sémantické, tak faktické.“[2, s. 25] Ústředním pojmem podnikání je tedy podnikatel jako osoba, která určitým způsobem vykonává činnost za účelem vytvoření nových hodnot a vyznává určitý žebříček hodnot.[13, s. 5,6]

Teorie podnikání se při zkoumání činnosti těchto subjektů zaměřila zejména na tři oblasti: na úlohu podnikatele při ovlivňování ekonomického rozvoje společnosti (tzv. ekonomický přístup), na osobnost podnikatele a jeho vlastnosti (tzv. psychologický přístup) a na vliv společnosti a prostředí na podnikání (tzv. Sociálně-ekologický přístup).[13, s. 19]

Všechny tři oblasti podnikání jsou významné pro praktickou analýzu v této práci a musí být vzaty v potaz. Ekonomický přístup naznačuje důležitost rozvoje malých a středních podniků pro národní ekonomiku a tudíž i pro blaho celé společnosti. Úlohou podnikatele je zejména zprostředkovatelská funkce, pro kterou musí mít zajištěny náležité podmínky. Zároveň je vystaven riziku, které by mělo být určitým způsobem limitováno, aby podnikatel zcela neztratil motivaci vykonávat nezávisle svou činnost.

Psychologický přístup vypovídá o tom, jaké vlastnosti má úspěšný podnikatel (tedy takový, který se dlouhodobě udrží aktivní na trhu) a jak se tedy bude pravděpodobně stavět k různým faktorům ovlivňujícím jeho podnikání, mimo jiné i k právním předpisům. Přestože jde o kritizovaný přístup, [13, s. 22] na základě empirických výzkumů byly obecně identifikovány určité osobnostní rysy podnikatelů. Mezi pět specifických vlastností, které v roce 1982 identifikoval Meredith, patří [13, s. 21] sebedůvěra, ochota převzít riziko, flexibilita, potřeba úspěchu a silná touha po nezávislosti.

Sociálně-ekologický přístup pak vypovídá o interakci podnikatelů s prostředím, v němž se pohybují. Toto prostředí tvoří i právo, na nějž podnikatelé musí reagovat. Reakce závisí na obsahu práva.

3.2. CÍLE PODNIKÁNÍ

A) HLAVNÍ CÍL PODNIKÁNÍ

Důležitým faktorem pro analýzu vlivu práva na ekonomické vztahy je motivace podnikatelů, tedy jejich cíle. Cílem podnikání je ekonomický zisk a jeho maximalizace. To alespoň předpokládá obor mikroekonomie.

Ekonomický zisk je „rozdíl mezi příjmy a úplnými ekonomickými náklady.“ [17, s. 48]

Definičně se rozlišuje ekonomický zisk, účetní zisk a normální zisk.

Ekonomický zisk – π_E :

Rozdíl mezi celkovými příjmy TR a celkovými náklady TC_E, kde

TR (total revenues) = P (price – cena statků) x Q (quantity – počet statků)

TC_E (total costs) = TC_{EX} (náklady explicitní, tj. účetně podložené) + TC_{IM} (náklady implicitní, tj. náklady obětovaných příležitostí)

Účetní zisk – π_A :

Rozdíl mezi celkovými příjmy TR a explicitními náklady TC_{EX}

Normální zisk – π_N :

$$\pi_N = \pi_A - \pi_E$$

B) VEDLEJŠÍ CÍLE PODNIKÁNÍ

Kromě maximalizace ekonomického zisku však existují i vedlejší cíle firem odvíjející se určitým způsobem od hlavního cíle. Jsou jimi: [17, s. 50] „1) dosažení podílu na trhu (a z toho plynoucí stabilitu a výši zisku), 2) dlouhodobé přežití, 3) expanze firmy.“ Kromě těchto cílů však lze nalézt i odlišné cíle, a to s ohledem na tři odlišné teorie. [17, s. 50]

Manažerské teorie se zaměřují na cíle odlišných subjektů – vlastníků a manažerů. Cílem firmy tak s ohledem na zájmy řídicích pracovníků mohou být právě zisky manažerů nebo maximalizace obrátu.

Behavioristické teorie rovněž berou v potaz zahrnutí různých subjektů do formování cílů podniku. Tvrdí, že například u velké organizace s různými skupinami hráčů majícími odlišnou motivaci je velmi těžké určit konkrétní cíl takovéto firmy. Cíle je pak třeba formovat a identifikovat v závislosti na struktuře firmy.

Poslední důležitou teorií je model zaměstnanecké firmy, v níž se podnikateli stávají sami zaměstnanci, protože jsou motivováni podílem na zisku. Cíle se tak odvíjejí právě od požadavků zaměstnanců.

3.2.1. ÚSPĚCH V PODNIKÁNÍ

Úspěch nebo neúspěch v podnikání představuje základní indikátor toho, zda má ve své činnosti podnikatel pokračovat nebo ne. Za úspěch se všeobecně považuje „dosažení předem naplánovaného nebo chtěného cíle.“ [13, s. 26]

V podnikání se úspěch posuzuje prostřednictvím dosažení účelu, kterým je obecně vytvoření nějaké přidané hodnoty formulované podnikatelem, a dále prostřednictvím účinnosti. Ta „[v]yjadřuje vztah mezi vstupy a výstupy nějakého procesu. V byznysu se to nazývá hospodářský výsledek. Hospodářským výsledkem může být ztráta nebo zisk. Je rozhodujícím kritériem účinnosti byznysu. Vypovídá o tom, jak podnikatel využívá nebo zachází s podnikatelskými zdroji.“ [13, s. 27]

Co se týče faktorů úspěchu v podnikání, existuje o nich více teorií. Relevantní teorií pro účely této práce je tzv. Doktrína podnikatelského makroprostředí, podle níž úspěch v podnikání závisí především na politickém a ekonomickém prostředí podporovaném např. budováním podnikatelské infrastruktury apod. [13, s. 29] Toto prostředí tvoří mimo jiné trh, politika, veřejná správa nebo kultura podnikání. Z hlediska mikroekonomie je pak rozhodující sociální prostředí a také profesionální zázemí firmy, které umožňuje také lépe se orientovat v samotném prostředí.

3.3. VZTAH EKONOMIKY A PRÁVA

Tato kapitola popisuje vztah mezi oborem ekonomiky a oborem práva. Na tento vztah se zaměřuje jednak z hlediska oboru ekonomie a následně z hlediska oboru práva. Oba dva přístupy se totiž liší, zejména co do využití poznatků z druhého oboru. Podrobněji bude popsán vztah ekonomiky a práva z pohledu práva, protože v tomto oboru došlo k rozvinutí konzistentního přístupu k využívání ekonomické analýzy pro posuzování práva, tzv. ekonomická analýza práva.

3.3.1. EKONOMIKA A PRÁVO Z POHLEDU EKONOMIE

Ekonomie a právo jsou dva odlišné obory s různým předmětem zkoumání. Přesto se však ekonomické a právní vztahy v reálném životě úzce prolínají. Patrné je to například z hlediska makroekonomie. Ekonomika státu je přímo ovlivněna právním rámcem státu a právo zas bývá zpětně ovlivněno ekonomickými jevy, takže neustále hledá nová řešení a nová opatření tak, aby co možná nejlépe zajistilo tradiční makroekonomické cíle hospodářské politiky – cenovou stabilitu, plnou zaměstnanost, ekonomický růst a vyrovnanost platební bilance. [3, s. 292] Vzhledem k tomu, že jsou však tyto čtyři cíle vzájemně konfliktní a nemohou být dosaženy v maximální míře všechny najednou, je nutno, aby stát prostřednictvím právní regulace určil prioritní cíle a postupy k jejich dosažení.

„Společnost, resp. její vláda, zde čelí podobnému problému, s jakým je konfrontován jednotlivec nebo domácnost s omezeným důchodem. Člověk s omezenými prostředky nemůže uspokojit všechny své potřeby a musí si zvolit z dlouhé řady možností takovou kombinaci výrobků a služeb, která bude maximalizovat jeho uspokojení. Společnost (vláda) si musí vybrat z konkurenčních cílů tak, aby maximalizovala celkový společenský blahobyť.“ [3, s. 293]

I z hlediska mikroekonomie, tj. „oboru ekonomie, který se zabývá zkoumáním rozhodování jednotlivých (individuálních) tržních subjektů, tedy domácností a firem“ [17, s. 5] má však právní regulace přímý vliv na ekonomické chování těchto subjektů. Právní záruky, vynutitelnost práva, právní jistota, neboli předvídatelnost rozhodování soudů

a další faktory hrají podstatný vliv při rozhodování subjektů při investování vlastních finančních prostředků a obchodování vůbec.

S ohledem na výše uvedené lze tedy s jistotou říci, že právo jako takové výrazně ovlivňuje jak mikroekonomické, tak i makroekonomické jevy. Konec konců, makroekonomie vychází právě z mikroekonomie, protože „za každou makroekonomickou veličinou je [...] třeba vidět nespočet mikroekonomických jevů.“ [3, s. 1] Zároveň však samo z těchto jevů následně vychází při formování nové politiky. Jde tedy o jakýsi koloběh vzájemného ovlivňování.

3.3.2. EKONOMIKA A PRÁVO Z POHLEDU PRÁVA

Předchozí podkapitola ilustrovala vztah ekonomie a práva jako systém, který pracuje ve vzájemné součinnosti a jako dvě síly, které na sebe vzájemně působí. Obor ekonomie vždy bral v potaz právní prostředí jako jeden z faktorů ovlivňující ekonomiku. Právo však k oboru ekonomie tak vstřícný přístup nemělo. Teprve ve dvacátém století se začal rozvíjet specifický přístup k právu, který bere poznatky ekonomie hlouběji v potaz. Tento směr se nazývá právo a ekonomie („law and economics“), případně ekonomická analýza práva.

Podle této teorie ekonomické analýzy práva navržené v roce 1972 americkým právním vědcem a soudcem Richardem Posnerem [15]¹ by mělo být právo efektivním nástrojem napomáhajícím dosažení blahobytu ve společnosti prostřednictvím podpory modelu otevřeného trhu, přičemž hlavním kritériem úspěchu je ekonomická efektivita. [12, s. 77] Pojem ekonomické efektivnosti se definuje pomocí vztahu mezi přínosy a náklady posuzovaného jevu. Pro určení přínosnosti určitého jevu pro společnost nebo naopak jeho škodlivosti slouží tzv. *Kaldor-Hicksovo kritérium*. „Podle něj je ekonomická změna efektivní tehdy, jestliže užitek či zisk všech, kteří na ní vydělají, převyšuje případnou ztrátu všech, kteří na ní prodělají. Efektivní jsou tedy změny, které vedou ke zvýšení blahobytu celé společnosti. Podle tohoto pravidla musíme akceptovat nevýhody pro jednotlivce, jestliže výhody pro veřejnost převažují.“ [12, s. 77]

¹ Tato teorie inspirovaná mimo jiné pracemi, které zpracovali Ronald Coase a Guido Calabresi byla publikována ve stěžejním díle POSNER, Richard. *Economic Analysis of Law*. Boston, 1972.

V České republice zatím není tento právní směr výrazně rozvinut a v teorii a metodologii práva je zde využíván pouze ojediněle. [7] Přitom potenciální přínos ekonomické analýzy pro právo je značný. Ekonomická analýza může být využita zejména ve třech rovinách: „Za prvé, užitím ekonomických nástrojů a modelů můžeme předvídat důsledky změn v právu (tj. Např. jak se změní chování subjektů práva v závislosti na změně zákona). Za druhé, ekonomický přístup nám může ukázat společný základ právních institutů. A za třetí, ekonomická analýza práva nám může pomoci dělat lepší rozhodnutí stran žádoucnosti navrhovaných legislativních změn.“ [7, s. 17]

Cílem ekonomické analýzy práva je zodpovědět si v konkrétním kontextu dvě základní otázky: [14]

- 1) Jaké účinky mají právní pravidla na chování relevantních subjektů?
- 2) Jsou tyto účinky právních pravidel společensky žádoucí?

Pro zodpovězení těchto otázek využívá ekonomická analýza práva přístup, „který se používá v ekonomické analýze obecně: chování jednotlivců a firem se popisuje za předpokladu, že plánují do budoucna a jsou racionální a pro posuzování společenské žádoucnosti se přijímá kritérium ekonomiky blahobytu.“ [14]²

Analýza práva může být pozitivní nebo normativní. Pozitivní analýzu představuje popis reakcí subjektů práva na platné právo a předpovědi budoucích reakcí. Právo je zde bráno jako neměnný fakt. Normativní analýza se oproti pozitivní analýze ptá, jak by se dalo platné právo změnit tak, aby se dosáhlo větší efektivity práva. Vychází se přitom z předpokladu, že efektivita je cílem práva. [7, s. 20]

Ekonomickou analýzu práva a její metody je možno použít téměř v jakémkoli právním kontextu. Analyzovat tak lze nejenom samotný text zákonů a dalších předpisů, ale také například smlouvy, soudní rozhodnutí, žaloby a procedury vynucování práva.

Jak již bylo nastíněno, hlavním přístupem je metodologie efektivismu. Ta podle Lavrushina vychází z několika předpokladů. Těmi jsou: [7, s. 25 - 32]

² Volně přeloženo z následujícího originálu: „the approach employed in economic analysis of law is that used in economic analysis generally: the behavior of individuals and firms is described assuming that they are forward looking and rational, and the framework of welfare economics is adopted to assess social desirability.“

- a) *Základní ekonomické předpoklady*: omezenost zdrojů, metodologický individualismus (modely jsou založeny na chování jednotlivců) a maximalizace užitku.
- b) *Asymetrie informací*: „subjekty vystupující v dané transakci mají (i přes rovné postavení v právním slova smyslu) nerovné postavení pro odlišnost jejich informovaností o dané transakci.“ [7, s. 26 - 27] Příkladem reakce práva na asymetrii informací může být právě ochrana spotřebitele, kdy zákon poskytuje spotřebiteli větší ochranu a více práv, protože předpokládá, že podnikatel má větší schopnosti i možnosti lépe se informovat o svých právech a jejich využití.
- c) *Racionalita při maximalizaci užitku*: právní normy jsou jedním ze stimulů při rozhodování. V úvahu přicházejí zejména právní sankce (pokuty, náhrada škody, apod.).
- d) *Individuální užitek ve vztahu ke společenskému blahu*: dosažení obecného blaha patří k účelům práva. Úkolem práva je minimalizovat užitky z protiprávního chování.
- e) *Aplikace maximalizace užitku*: jedinec se snaží maximalizovat svůj užitek nejenom v ekonomických situacích, ale ve všech životních situacích, kde figurují i neekonomické faktory.

Samotné pojetí efektivity práva je pak nutno posuzovat ve třech rovinách: v rovině obsahu práva (tj. Znění konkrétních právních norem), v rovině formy práva (tj. Zda byla pro určité pravidlo vybrána správná forma – zákon, vyhláška, nařízení apod.) a v rovině životnosti práva (tj. Stálost a relativní neměnnost konkrétního právního pravidla značící, že se toto pravidlo ve společnosti osvědčilo).

Optimální řešení pro jednotlivé roviny efektivity práva se pak hledá pomocí dvou přístupů. Jedním je již zmíněné a citované *Kaldor-Hicksovo kritérium* sledující zvýšení blahobytu celé společnosti a druhým je *Paretovo optimum*. „Paretovo optimum je stavem, kdy žádný jedinec nemůže zvýšit své bohatství, aniž by tím nesnížil bohatství jedince jiného.“ [7, s. 33] Pro doplnění je vhodné ještě uvést, že k efektivitě vede i šetření zdrojů a zamezení jejich mrhání. Efektivními právními normami jsou tedy takové, které vedou i ke snižování transakčních nákladů.

Závěrem lze uvést, že při ekonomické analýze právních předpisů lze vycházet ze tří teorémů formulovaných Lavrushinem. Prvním z nich je *teorém efektivní cesty* pro výběr optimálního stavu. K jeho určení vedou dvě podmínky: minimalizace transakčních nákladů a legálnost zdrojů. Druhým teorémem je *teorém dovoleného jednání*, podle nějž ne každé společensky nežádoucí chování má být právem zakazováno. Třetí teorém, tzv. *teorém právní nejistoty*, stanoví, „že optimálního stavu lze dosáhnout nejenom za plně vynutitelného a jasně definovaného práva, ale i za právní nejistoty.“ [7, s. 65]

3.4. SPOTŘEBITELSKÉ SMLOUVY

Spotřebitelské smlouvy představují specifickou formu právního vztahu, v níž je jedna ze stran – spotřebitel – chráněna pomocí právních ustanovení zaručujících mu určitý standard chování podnikatele. Důvodem je předpoklad, že spotřebitel je fakticky slabší stranou oproti podnikateli. [4, s. 3]

Právní úprava spotřebitelských smluv prošla s přijetím NOZ významnou revizí. Hlavním důvodem byla implementace směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES. [11] Dalším důvodem bylo vytvoření nové koncepce komplexní regulace soukromého práva a systematické řazení institutů v novém kodexu.

V OZ [9] byla úprava spotřebitelských smluv zařazena do části první (Obecná ustanovení), hlavy V. (Spotřebitelské smlouvy) v §§ 51a – 71. Zařazena byla za hlavu IV., Právní úkony, která popisuje obecné podmínky platnosti právních úkonů a uzavírání smluv. Vzhledem k historickému vývoji to bylo pravděpodobně logické místo pro zařazení této právní úpravy do tak již výrazně fragmentovaného kodexu, kdy spousta jeho původních částí byla nahrazena nebo bez dalšího vypuštěna.

Nově jsou spotřebitelské smlouvy upraveny v části čtvrté Relativní majetková práva, hlavě I. (Vznik závazků a jejich obsah), díle 4 - Ustanovení o závazcích ze smluv

uzavíraných se spotřebitelem. Jedná se o §§ 1810 - 1867. [10] Zde se jedná již o strukturálně přehledné řešení.

Vzhledem k tomu, že se obsah právní úpravy změnil a pro účely této diplomové práce bude nutno porovnávat jak předchozí, tak i současnou úpravu, následující podkapitoly se budou věnovat srovnání nejdůležitějších oblastí v těchto smlouvách. Po úvodních definicích spotřebitele a podnikatele a jejich srovnání s předchozím stavem budou krátce popsány důvody pro specifické řešení těchto vztahů. Následovat pak bude popis postavení podnikatele ve spotřebitelských vztazích s hlavním důrazem na jeho povinnosti.

3.4.1. DEFINICE PODNIKATELE A SPOTŘEBITELE

Pojem podnikatele lze definovat jednak z obecného hlediska, jednak právně. Z teoretického hlediska se lze na podnikatele dívat jako na osobu, která vykonává určitou specifickou, relativně samostatnou činnost, nebo jako na osobu, která má specifický přístup k životu, případně jako na osobu s určitou hodnotovou orientací. [13, s. 5 - 6] Konkrétně v tomto směru podnikatel může být chápán jako samostatný člověk, který má za cíl vytvořit nové hodnoty a je ochoten nést za jejich vytvoření a zpeněžení riziko a zodpovědnost. Pro tuto činnost má psychologické kvality pomáhající mu překlenout období nejistoty a dále disponuje schopnostmi sebeřízení.

Právní definice podnikatele je oproti uvedené definici poměrně strohá. Podnikatele definuje NOZ v § 420, odst. 1 jako osobu, která „samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku.“ v rámci spotřebitelských smluv jsou však za podnikatele považovány i další osoby a podnikatelem je tak podle § 420, odst. 2 NOZ „každá osoba, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností či při samostatném výkonu svého povolání, popřípadě osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele.“

V porovnání s předchozí úpravou spotřebitelských smluv v OZ jde v NOZ o určité rozšíření působnosti těchto vztahů. Dříve totiž ve vztazích se spotřebitelem nefiguroval „podnikatel“, ale „dodavatel“. Toho OZ definoval v § 52, odst. 2 jako osobu, „která při

uzavírání a plnění smlouvy jedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti.“ Tato vágní definice způsobovala oproti současné definici výkladové potíže. Navíc každý dodavatel byl podnikatelem a v současné době se pro účely spotřebitelských smluv považuje za podnikatele i jiná osoba, než jen dodavatel. [8]

Pojem spotřebitele není v ekonomické teorii nijak zvlášť definován. Pohlíží se na něj abstraktně jako na tzv. *homo oeconomicus*, tedy jako na člověka, který platí za zboží a služby a jako subjekt na trhu „se rozhoduje rozumně na základě vlastních zájmů. Zvažuje osobní užitek a osobní náklady svých činů a zvolí vždy tu možnost, která slibuje přinést nejvyšší čistý užitek.“ [17, s. 5]

Spotřebitele definuje NOZ v § 419: „Spotřebitelem je každý člověk, který mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná.“ v dřívější úpravě podle § 52, odst. 3 OZ byla spotřebitelem „fyzická osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání.“

Spotřebitelem tedy je a dříve i byla pouze osoba fyzická. Před účinností zákona č. 155/2010 Sb. Však v České republice bylo možno za spotřebitele považovat i právnickou osobu, pokud nejednala v rámci podnikatelské činnosti. [8] S odkazem na uvedenou směrnici 2011/83/EU bylo možno podle čl. 13 využít v českém právním řádu znovuzavedení ochrany spotřebitele, který je právnickou osobou a nazývat jej ale pojmem „neprofesionál“. Tato možnost však v českém NOZ nebyla využita. [8]

3.4.2. POTŘEBA SPECIFICKÉ REGULACE SPOTŘEBITELSKÝCH SMLUV

Spotřebitelskými smlouvami jsou takové smlouvy, v nichž jednou ze stran je podnikatel a druhou spotřebitel. Typicky má podle zákona podnikatel mnohem více povinností vůči spotřebiteli, než spotřebitel vůči podnikateli. Přestože soukromé právo vychází z rovnosti stran, uznává zákonný text to, že realita je jiná a posílením pozice spotřebitele se snaží kompenzovat jeho faktické oslabení. Toto faktické oslabení může být způsobeno různými příčinami, například tím, že podnikatel má profesionální zázemí, větší finanční prostředky, kvalifikované pracovníky, lepší povědomí o svých právech

a zkušenosti s vyjednáváním a marketingovými strategiemi, které nemusí být vždy poctivé. Spotřebitel je někdy rovněž nucen pro uspokojení určité potřeby uzavřít tzv. adhezní smlouvu, neboli smlouvu s přesně danými podmínkami a volbou buď přijmout, nebo nechat být. Jejím znakem je faktická nemožnost vyjednat o podmínkách smlouvy bez ohledu na to, zda spotřebitel o těchto podmínkách jednat chce nebo nechce. [6, s. 21]

3.4.3. POSTAVENÍ PODNIKATELE VE VZTAZÍCH ZE SPOTŘEBITELSKÝCH SMLUV

Povinnosti podnikatele (dříve dodavatele) se v OZ a NOZ liší. V této kapitole bude popsán tento rozdíl s tím, že nejprve budou obecně představeny povinnosti dodavatele podle OZ a následně bude pozornost věnována postavení a tudíž povinnostem podnikatele dle NOZ.

DODAVATEL PODLE OZ

Hlavní povinností dodavatele je podle OZ informační povinnost vůči spotřebiteli. Ta se však primárně omezuje na situace, kdy byla spotřebitelská smlouva uzavřena „prostředky komunikace na dálku“.³ Spotřebitel musí mít s dostatečným předstihem od dodavatele následující informace (§ 53, odst. 4 OZ):

- a) obchodní firma nebo jména a příjmení a identifikační číslo dodavatele, sídlo právnické osoby a bydliště v případě fyzické osoby, u zahraniční osoby rovněž adresu podniku nebo organizační složky na území České republiky, byly-li zřízeny, údaj o zápisu v obchodním rejstříku nebo jiné obdobné evidenci, včetně spisové značky, pokud je přidělena, a kontaktní údaje, zejména poštovní adresu pro doručování, telefonní číslo, případně adresu pro doručování elektronické pošty,
- b) údaje o příslušném kontrolním orgánu, podléhá-li činnost dodavatele režimu povolení,
- c) název a hlavní charakteristiky zboží nebo služeb,

³ Prostředky komunikace na dálku jsou definovány v § 53, odst. 1 OZ následovně: „...umožňují uzavřít smlouvu bez současné fyzické přítomnosti smluvních stran. Prostředky komunikace na dálku se rozumí zejména neadresovaný tisk, adresovaný tisk, typový dopis, reklama v tisku s objednávkovým tiskopisem, katalog, telefon s (lidskou) obsluhou, telefon bez (lidské) obsluhy (automatický volací přístroj, audiotext), rozhlas, videotelefon (telefon s obrazovkou), videotext (mikropočítač a televizní obrazovka), elektronická pošta, faxový přístroj, televize (televizní nákup, teleshopping), veřejná komunikační síť, například internet.“

- d) cena zboží nebo služeb, z níž jednoznačně vyplývá, zda je uvedena včetně všech daní a poplatků, mají-li k ní být připočítávány,
- e) náklady na dodání,
- f) způsob platby, dodání nebo plnění,
- g) poučení o právu na odstoupení, s výjimkou případů služeb, jestliže s jejich plněním bylo s jeho souhlasem započato před uplynutím lhůty 14 dnů od převzetí plnění, zboží nebo služeb, jejichž cena závisí na výchytkách finančního trhu nezávisle na vůli dodavatele, zboží upraveného podle přání spotřebitele nebo pro jeho osobu, jakož i zboží, které podléhá rychlé zkáze, opotřebení nebo zastarání, audio a video nahrávek a počítačových programů, porušil-li spotřebitel jejich originální obal, novin, periodik a časopisů a plnění spočívajících ve hře nebo loterii
- h) náklady na použití komunikačních prostředků na dálku,
- i) doba, po kterou zůstává nabídka nebo cena v platnosti.

Kromě toho musí dodavatel poskytnout spotřebiteli informace i po uzavření smlouvy (§ 53, odst. 6 OZ) a dále zaručit co možná nejlepší ochranu spotřebitele při zpracovávání kontaktních a dalších údajů při zpracovávání objednávek elektronickou formou (§ 53a OZ).

Co se týče práva na odstoupení od spotřebitelské smlouvy uzavřené prostředky komunikace na dálku, upravuje tento případ § 53, odst. 7 OZ. Podle něj má spotřebitel právo od smlouvy odstoupit bez uvedení důvodu a bez jakékoliv sankce do 14 dnů od převzetí plnění. Sankce je uložena pro případy, kdy dodavatel nesplnil řádně svou informační povinnost, jak byla popsána výše. Pak může spotřebitel od smlouvy odstoupit ve lhůtě 3 měsíců od převzetí plnění. „Jestliže však jsou informace řádně předány v jejím průběhu, dochází k ukončení tříměsíční lhůty a počíná od té doby běžet lhůta čtrnáctidenní.“ (§ 53, odst. 7 OZ)

PODNIKATEL DLE NOZ

Úprava spotřebitelských smluv má několik částí. První část právních pravidel je obecná a vztahuje se na všechny spotřebitelské smlouvy uzavřené mezi podnikateli a spotřebiteli bez výjimky. Jedná se o §§ 1810 – 1819. Podle těchto ustanovení má

podnikatel povinnosti vůči spotřebitelům bez ohledu na to, jakou formou byla smlouva se spotřebitelem uzavřena a bez ohledu na její konkrétní zaměření.

Hlavní povinností podnikatele je informační povinnost vůči spotřebiteli. Podnikatel musí spotřebiteli poskytnout v dostatečném předstihu před uzavřením smlouvy informace podle § 1811, odst. 2. Těmito informacemi jsou

- a) totožnost podnikatele, popřípadě telefonní číslo nebo adresa pro doručování elektronické pošty nebo jiný kontaktní údaj,
- b) označení zboží nebo služby a popis jejich hlavních vlastností,
- c) cena zboží nebo služby, případně způsob jejího výpočtu včetně všech daní a poplatků,
- d) způsob platby a způsob dodání nebo plnění,
- e) náklady na dodání, a pokud tyto náklady nelze stanovit předem, údaj, že mohou být dodatečně účtovány,
- f) údaje o právech vznikajících z vadného plnění, jakož i o právech ze záruky a další podmínky pro uplatňování těchto práv,
- g) údaj o době trvání závazku a podmínky ukončení závazku, má-li být smlouva uzavřena na dobu neurčitou,
- h) údaje o funkčnosti digitálního obsahu, včetně technických ochranných opatření, a
- i) údaje o součinnosti digitálního obsahu s hardwarem a softwarem, které jsou podnikateli známy nebo u nichž lze rozumně očekávat, že by mu mohly být známy.

Kromě informační povinnosti zákon výslovně zmiňuje zakázaná ustanovení, která nesmí být obsažena ve smlouvě se spotřebitelem. V § 1813 se zakazují obecně ustanovení, která “zakládají v rozporu s požadavkem přiměřenosti významnou nerovnováhu práv nebo povinností stran v neprospěch spotřebitele. To neplatí pro ujednání o předmětu plnění nebo ceně, pokud jsou spotřebiteli poskytnuty jasným a srozumitelným způsobem.” Následující ustanovení pak uvádí příklady takovýchto nedovolených smluvních ujednání.

Zvláštní pravidla a povinnosti podnikatelům stanovena pro případy, kdy smlouvu se spotřebitelem uzavírají distančním způsobem nebo mimo své obchodní prostory. Typicky jde o příklad elektronických obchodů, které uzavírají obchody prostřednictvím webových formulářů. S ohledem na to, že moderním trendem jsou v dnešní době nákupy

přes internet a obrat uskutečněný tímto způsobem neustále roste, pro účely této diplomové práce jsou tato ustanovení rovněž relevantní.

U spotřebitelských smluv uzavíraných na dálku se pro podnikatele výrazně rozšiřuje informační povinnost. Podle § 1820, odst. 1 sdělí podnikatel spotřebiteli:

- a) náklady na prostředky komunikace na dálku, pokud se liší od základní sazby,
- b) údaj o případné povinnosti zaplatit zálohu nebo obdobnou platbu, je-li vyžadována,
- c) v případě, že se jedná o smlouvu, jejímž předmětem je opakované plnění, nejkratší dobu, po kterou bude smlouva strany zavazovat,
- d) v případě smlouvy uzavírané na dobu neurčitou nebo jejímž předmětem je opakované plnění, údaj o ceně nebo způsobu jejího určení za jedno zúčtovací období, kterým je vždy jeden měsíc, pokud je tato cena neměnná,
- e) v případě smluv uzavíraných na dobu neurčitou nebo jejímž předmětem je opakované plnění, údaje o veškerých daních, poplatcích a nákladech na dodání zboží nebo služby určených způsobem podle písmena b),
- f) pokud lze využít práva na odstoupení od smlouvy, podmínky, lhůtu a postupy pro uplatnění tohoto práva, jakož i formulář pro odstoupení od smlouvy, jehož náležitosti stanoví prováděcí právní předpis,
- g) údaj, že v případě odstoupení od smlouvy ponese spotřebitel náklady spojené s navrácením zboží, a jde-li o smlouvu uzavřenou prostřednictvím prostředku komunikace na dálku, náklady za navrácení zboží, jestliže toto zboží nemůže být vráceno pro svou povahu obvyklou poštovní cestou,
- h) údaj o povinnosti uhradit poměrnou část ceny v případě odstoupení od smlouvy, jejímž předmětem je poskytování služeb a jejichž plnění již začalo,
- i) jde-li o smlouvu o dodání digitálního obsahu, údaj, že spotřebitel nemůže odstoupit od smlouvy, popřípadě za jakých podmínek mu právo na odstoupení od smlouvy zanikne, a
- j) údaj o existenci, způsobu a podmínkách mimosoudního vyřizování stížností spotřebitelů včetně údaje, zda se lze obrátit se stížností na orgán dohledu nebo státního dozoru

Jak bylo uvedeno už v úvodu práce, jedním z nejvýznamnějších ustanovení je v NOZ § 1829, které dává spotřebiteli právo odstoupit od smlouvy uzavřené distančním způsobem ve lhůtě čtrnácti dní. V případě kupní smlouvy tato lhůta běží ode dne převzetí

zboží. O tomto právu musí podnikatel spotřebitele poučit. Pokud tak neučiní, prodlužuje se lhůta pro odstoupení o jeden rok. Spotřebitel pak může podnikateli vrátit dodané zboží, jehož cena se mohla v průběhu lhůty snížit. Podnikatel musí informovat spotřebitele o jeho právu odstoupit od smlouvy, jinak spotřebitel vůbec neodpovídá za snížení hodnoty vraceného zboží. V případě, že byl spotřebitel informován, tak podnikateli odpovídá “pouze za snížení hodnoty zboží, které vzniklo v důsledku nakládání s tímto zbožím jinak, než je nutné s ním nakládat s ohledem na jeho povahu a vlastnosti” (§ 1833 NOZ).

3.5. UPLATŇOVÁNÍ PRÁV Z VAD

Při koupi zboží je spotřebitelem očekáváno, že obdrží zboží bezvadné a funkční (případně s vadami, na které byl upozorněn a na které byla poskytnuta sleva). Na tuto skutečnost myslel již OZ, kde povinnost prodávajícího dodat kupujícímu zboží bez vad byla zakotvena v § 616 odst.2 OZ:

"Nestanoví-li tento zákon jinak, shodou s kupní smlouvou podle odstavce 1 se dále rozumí, že prodávaná věc má jakost a užitné vlastnosti smlouvou požadované, prodávajícím, výrobcem nebo jeho zástupcem popisované, nebo na základě jimi prováděné reklamy očekávané, popřípadě jakost a užitné vlastnosti pro věc takového druhu obvyklé, že odpovídá požadavkům právních předpisů, je v tomu odpovídajícím množství, míře nebo hmotnosti a odpovídá účelu, který prodávající pro použití věci uvádí nebo pro který se věc obvykle používá..."

Přestože v NOZ se toto ustanovení co do slovního vyjádření pozměnilo a přibyl požadavek na zboží odpovídající jakostí nebo provedením smluvenému vzorku nebo předloze, § 2161 NOZ lze považovat za obsahově téměř shodný s výše uvedeným ustanovením OZ. Ukládá totožné povinnosti prodávajícího ku kupujícímu. Pokud zboží neodpovídá některému z výše zmíněného, nelze považovat povinnost prodávajícího o řádném dodání zboží za splněnou.

V případě, že se vada u zboží projeví do 6 měsíců od jejího převzetí, oba právní předpisy nahlíží na tuto situaci shodně. A to tím způsobem, že se má za to, že vada existovala již při převzetí věci kupujícími. Pokud by o vzniku vady vznikly jakékoli

pochybnosti, je povinností prodávajícího tuto skutečnost dokázat, v opačném případě je nutné reklamaci uznat.

3.5.1. PRÁVA Z VADNÉHO PLNĚNÍ

Tato část se bude věnovat odpovědnosti prodávajícího za vadná plnění, tedy za vady, které existovaly již při převzetí věci kupujícím. Pokud zboží není ve shodě s kupní smlouvou (nejedná se tedy o kvalitativně a kvantitativně bezvadné zboží se znaky, jakostí a užitnými vlastnostmi smluvenými nebo oprávněně očekávanými), má zákazník dle § 2165 odst. 1 NOZ právo na uplatnění práva z vady, které se u zboží vyskytne v době 24 měsíců od převzetí.

Pokud zboží není ve shodě s kupní smlouvou, měl kupující dle § 616 odst. 3 OZ právo na to, aby prodávající bezplatně a bez zbytečného odkladu věc uvedl do stavu odpovídajícího kupní smlouvě, a to podle požadavku kupujícího buď výměnou věci, nebo její opravou; nebyl-li takový postup možný, mohl kupující požadovat přiměřenou slevu z ceny věci nebo od smlouvy odstoupit. NOZ v tomto ohledu přihlédl na stranu prodávajícího a stanovil korektiv pro případy neuměrného požadavku na výměnu zboží. Dle § 2169 NOZ může i nyní kupující požadovat dodání nové věci bez vad, ovšem pouze pokud to není vzhledem k povaze vady nepřiměřené. Také pokud se vada týká pouze součásti věci, může kupující požadovat jen výměnu součásti. Až když toto není možné, může odstoupit od smlouvy. Je-li to však vzhledem k povaze vady neúměrné, zejména lze-li vadu odstranit bez zbytečného odkladu, má kupující právo na bezplatné odstranění vady. Nově je v tomto paragrafu také zavedena možnost požadovat přiměřenou slevu z kupní ceny namísto jakéhokoli z výše zmíněných nároků.

3.5.2. ZÁRUKA ZA JAKOST

Vedle práv kupujícího z vadného plnění existují i práva ze záruky za jakost. Zde prodávající nese odpovědnost i za vady, které v době převzetí ještě neexistovaly, ale které vznikly až v průběhu záruční doby. Tedy kdy garantuje, že si zboží zachová smluvené nebo deklarované vlastnosti. Záruky za jakost existují dvojího typu:

- záruka za jakost vyplývající ze zákona

- záruka za jakost dohodnutá smluvními stranami nebo poskytnutá prodávajícím

Dále již bude věnována pozornost pouze zárukám vyplývajícím ze zákona, jelikož druhý typ záruk je dán filosofií a obchodním plánem každé společnosti. Vhodné je podotknout, že pokud prodávající poskytne zákazníkovi záruku delší než zákonem danou, je platná tato delší domluvená doba.

V OZ byla dle § 620 odst. 1 stanovena zákonná záruční odpovědnost za prodané zboží tak, že při prodeji spotřebního zboží je záruční doba 24 měsíců. Z tohoto ustanovení se tedy vycházelo při dodržování dvouleté lhůty pro zachování vlastností prodané věci.

Dle nového občanského zákoníku § 2165 odst. 1 NOZ je kupující oprávněn uplatnit právo z vady, která se vyskytne u zboží v době 24 měsíců od převzetí. Kvůli slovu "vyskytne" není interpretace tohoto ustanovení jednoznačná, ale lze se domnívat, že zamýšlený význam je projev vady z vadného plnění a tedy že zákonná záruka za jakost není v NOZ zakotvena.

"Prodávající ze zákona neručí za to, že si zboží uchová po dobu 2 let své obvyklé vlastnosti, a že bude způsobilé k používání pro obvyklý účel. [...] Je třeba dodat, že tato právní úprava plně odpovídá požadavkům příslušné evropské směrnice, podle které zákonná záruka neexistuje. Ostatně je to zřejmé i ze zahraničních právních úprav, které vycházejí ze stejné evropské úpravy a rovněž zákonnou záruku nezajímají." [1, s. 306]

Zda je tento výklad správný bude rozhodnuto až v průběhu času, kdy dojde k soudnímu rozhodnutí, které by tuto otázku jednoznačně řešilo.

4. Reklamace u společnosti Elektro Kutílek s.r.o.

Pro pochopení problematiky aplikace zákonných ustanovení do praxe je nutné zkoumat jejich vliv a dopad do fungování a hospodaření reálné firmy. Prvotní snahou tedy bude nalezení společnosti, která by byla schopná v maximální míře podat validní informace k vyřizování reklamací v běžném provozu, jakožto i data pro srovnání faktů vztahujících se k uplatňování zákaznických záruk za vady garantované zákonem.

Pozornost tedy bude zaměřena na sledování situace vyřizování spotřebitelských reklamací v konkrétní společnosti, která bude vybírána dle dále nastíněných požadavků a logických předpokladů pro nejvhodnější firmu. Vybraný kandidát bude představen a zařazen dle své místní působnosti a velikosti. K dokreslení obrazu o fungování zkoumané společnosti bude ve zkratce uvedena její historie a filosofie, kterou lze považovat za jeden ze základních kamenů úspěchu firmy. Proto je příhodné se zmínit o firemních idejích a umožnit tak čtenáři přesnější představu o zaměření společnosti a z toho odvozených a nabízených služeb.

Dále pak budou analyzovány skutečnosti vztahující se ke konkrétní firmě, její případný vztah s dalšími partnerskými subjekty trhu, jejich vzájemné fungování a z toho plynoucí povinnosti a práva. Detailně bude popsán postup vyřizování reklamací a náležitosti tohoto se týkající, především reklamační protokol a reklamační řád firmy. Tomu je věnována samostatná kapitola, v níž dojde ke komparaci uvedených podmínek daných firmou se zákonnými ustanoveními.

Dle získaných statistických dat poskytnutých společnostmi dojde nejdříve k jejich vysvětlení. Porovnávána budou data z let 2013 a 2014 týkající se reklamací nahlášených této společnosti v přesně daných časových rozmezích. Informace budou očištěny o případné chyby ve výstupech z počítačových programů, zpracovány a zaneseny do tabulky a grafů. Posledním krokem této fáze bude srovnání získaných výstupů, ze kterých budou vyvozeny relevantní závěry.

U objednávek, které byly u zkoumané firmy provedeny pomocí prostředků komunikace na dálku, bude popsán jejich charakter a způsob uskutečnění. Vzhledem k určitým povinnostem náležející společností, které provádějí prodej tímto způsobem,

a které jdou nad rámec standardních povinností firem majících prodej pouze v kamenné prodejně, bude zhodnocen současný stav splnění těchto povinností a popsány shledané nedostatky. Při objevení skutečností nenaplňujících zákonnou povinnost dojde k určení možných způsobů řešení.

Jelikož s sebou nový občanský zákoník přinesl několik více či méně zásadních změn, dojde ke srovnání chování firmy v oblasti reklamací před změnou občanského zákoníku a po zavedení nového. K této komparaci budou použity jak výsledky získané v analýze dat a závěrů z ní učiněných, tak i vyjádření společnosti ke změně situace mezi zkoumanými roky a zavedenými opatřeními, pokud takové byly.

V konečné části dojde ke shrnutí nejdůležitějších bodů zjištěných v průběhu zpracování praktické části diplomové práce a bude zhodnocen celkový přínos práce a závěrů z ní vyvozených.

4.1. VÝBĚR VHODNÉ SPOLEČNOSTI

Vzhledem k tématu diplomové práce bylo nutné zaměřit pozornost na výběr vhodné firmy představující ideální subjekt jak šíří poskytnutých dat týkajících se vyřizování reklamací, tak i prokázanou historií a růstem. Tato skutečnost je důležitá především pro nezpochybnitelnost o trvalé a rostoucí úspěšnosti a konkurenceschopnosti na vybraném segmentu trhu. Díky tomu by volba firmy mohla sloužit jako vhodný vzorek pro zjištění informací a vyvození závěrů k otázkám nastíněných touto prací.

Pro rozhodnutí o ideálním subjektu bylo pracováno s domněnkou, že v kategorii elektronických výrobků dochází k častější poruchovosti zboží či obecně možnosti vady než u jiného sortimentu a je zde tedy větší pravděpodobnost reklamací než u ostatních výrobků. To také znamená předpoklad pro širší datovou základnu, ze které by mohly být čerpány informace pro srovnání údajů týkajících se uplatnění záruky za vady pro vybrané časové úseky. K získání dat byla z výše zmíněných důvodů a z důvodu přátelského a ochotného přístupu vybrána firma zabývající se prodejem tohoto typu sortimentu, společnost Elektro Kutílek s.r.o. (dále jen Elektro Kutílek).

Elektro Kutílek je rodinná firma s dlouholetou tradicí, která má sídlo v okresním městě Nymburk. O spokojenost zákazníků se zde stará personál čítající 12 zaměstnanců, každý obsluhující jinou sekci nabízeného sortimentu či věnující se jiné pracovní činnosti tak, aby byl zajištěn plynulý chod společnosti. Roční obrat 45 miliónů řadí firmu Elektro Kutílek dle definice obsažené v Doporučení Evropské komise REC 2003/361/EC mezi firmy malé. [19] Ovšem je nutno podotknout, že ve zmíněném městě a okolí patří mezi jedny z největších a nejúspěšnějších neřetězcových společností. Pro tento fakt hovoří i velikost prodejní plochy, která po několika rekonstrukcích nyní dosahuje 650metrů čtverečních, stejně tak jako široká nabídka sortimentu obsahující nabídku přes 5500 výrobků, které jsou k prohlednutí v kamenné prodejně přímo na ústředním náměstí města Nymburk. Jako úctyhodný údaj, sloužící k dokreslení objemu prodaných výrobků, patří fakt, že denně je zde obslouženo zhruba 590 zákazníků, což znamená průměrně více než 1 zákazník za minutu.

4.2. HISTORIE SPOLEČNOSTI ELEKTRO KUTÍLEK

Firma K&H elektro, předchůdce společnosti Elektro Kutílek, byla založena jako sdružení podnikatelů Kutílek-Hudzík před třiatvaceti lety v roce 1991. Toho roku došlo v rámci restitucí k navrácení budovy provozovny rodině Kutílkových, která do první poloviny 20.století fungovala jako rodinné železářství. Po navrácení domu mohlo tedy dojít k obnovení rodinné tradice obchodu.

Dva roky po vzniku, v roce 1993, došlo k osamostatnění a vyplacení společníka Karla Hudzíka a založení firmy Elektro Kutílek. Tento rok znamenal počátek čistě rodinné firmy, kdy majiteli byl pan Jan Kutílek a jeho sestra. Od této chvíle do společnosti majetkově již nevstoupil nikdo cizí.

S rostoucí potřebou zvětšení plochy pro elektroniku a bílé spotřebiče proběhla v roce 1998 první velká rekonstrukce, kdy došlo k zdvojnásobení prodejního prostoru. Vzhledem k následnému rozšíření sortimentu o svítidla a rostoucím nárokům na prostor, muselo dojít v roce 2001 k druhé velké rekonstrukci a opětovnému zdvojnásobení prodejní plochy a počtu zaměstnanců.

V následujícím roce se společnost rozhodla pro vstup do skupiny Expert, která funguje jako záštita společného marketingu a centralizovaných nákupů. O tomto vztahu bude pojednáno samostatně v kapitole 4.5.

Firma Elektro Kutílek podnikala jako fyzická osoba až do roku 2005, kdy došlo k založení nástupnické společnosti s ručením omezeným Elektro Kutílek s.r.o. Jednateli zde byli jmenováni dva bratři Ing. Jan Kutílek ml. a Ing. Michal Kutílek a jejich otec Ing. Jan Kutílek. V témže roce zahrnula firma do svého portfolia i nabídku výpočetní techniky.

Zatím poslední rekonstrukce proběhla v roce 2010, kdy byl přikoupen vedlejší objekt a bylo vybudováno parkoviště pro zákazníky. Vzhledem k rostoucí motorizaci obyvatelstva a nedostatku parkovacích míst v okolí prodejny bylo zřízení parkovací plochy nezbytným krokem k udržení zákazníků a splnění jejich stále se zvyšujících nároků.

4.3. FILOSOFIE SPOLEČNOSTI ELEKTRO KUTÍLEK

Pro spotřebitele je jedním z hlavních směrodatných ukazatelů k rozhodnutí o koupi výrobku jeho cena. Firmy se tedy snaží přilákat zákazníka cenou daného produktu, avšak vzhledem k neustále se zvyšující konkurenci v tomto sektoru dochází k postupnému stlačování prodejních cen. Je tomu tak především díky internetovým společnostem, které nemusí nést náklady spojené s kamennou prodejnou. Firma zabývající se prodejem na reálném místě není ve většině případů schopná nabídnout ceny nastavené internetovým obchodováním. Je zde tedy nutnost zákazníka získat nabídkou „něčeho navíc“. Pokud chce firma uspět v nepřeborném množství eshopů i kamenných prodejen s elektro sortimentem, je nutné zákazníkovi dopřát určité nadstandardní služby, díky kterým se firma odliší od své konkurence.

Jako svou konkurenční výhodu si Elektro Kutílek vybralo osobní přístup k zákazníkovi a rozsáhlou nabídku nadstandardního servisu zdarma. V rámci ceny zakoupeného zboží má kupující možnost dovozu produktu až domů,⁴ odos přímo na místo určení bez ohledu na horší přístupnost či vyšší patro a dále vybalení výrobku. V případě zájmu následně dojde zdarma i k odvozu starého spotřebiče, obalového materiálu právě umístěného výrobku a jejich ekologické likvidaci. Pokud se v garantované záruční době projeví vada zboží, má zákazník možnost požádat o bezplatné zapůjčení náhradního výrobku po dobu vyřizování reklamace. Jako vstřícnost vůči zákazníkovi je zde také možnost nákupu na splátky či telefonické objednání zboží z letáku, jeho doručení a platba až při převzetí zboží.

„Naše filosofie je dělat obchod jinak, než jak to dělá většina velkých řetězců. Stejně jako ostatní se snažíme mít velký výběr a dobré ceny, k tomu ale přidáváme opravdovou odbornost, osobní přístup a nadstandardní služby. Jedině tak budou od nás zákazníci odcházet s pocitem dobrého nákupu a budou se k nám chtít opakovaně vracet. Už přes 23 let se nám tato cesta ukazuje jako správná.“ [16]

⁴ Tato služba je nabízena především pro větší spotřebiče jako např. televize, pračky, lednice a pro malé produkty (nabíječky, flash disky...) není využívána. Nabídka je omezena na okolí Nymburka v dosahu cca. 40km ovšem s tím, že v případě větších objednávek je možnost individuální dohody.

4.4. SKUPINA EXPERT ELEKTRO

Jak bylo řečeno v kapitole 4.3., Elektro Kutílek vstoupilo do obchodní skupiny Expert Elektro v roce 2005 a to především z důvodu čerpání výhod plynoucích ze společné strategie a obchodní politiky. Ta členům umožňuje: „vytvářet jednotný image silné celoevropské nákupní kooperace se všemi výhodami při jednání s dodavatelskými subjekty. Díky tomu získávají expertní partneři optimální nákupní podmínky.“ [20]

Skupina tedy poskytuje také výhodu při nákupech zboží společností Elektro Kutílek. Díky hromadným objednávkám členů skupiny jsou uplatňovány množstevní slevy, a tak zajištěna výhodnější nákupní cena pro jednotlivé firmy. Tím je Elektro Kutílek umožněna lepší konkurenceschopnost na trhu elektroniky a jeho lepší adaptabilita na měnící se požadavky klientů.

„Společnost Expert Elektro je nákupní sdružení, které je členem mezinárodní kooperace Expert International. Ta se svým obratem zaujímá mezi evropskými řetězci celkově 4. místo. V současnosti se česká expertní síť skládá z 15ti společníků a 47mi prodejen. Mezi největší společníky patří K+B Expert, dále pak Elektro Vision, Elektro Jankovský a Elektro SPEKTRUM. Společnost Expert Elektro zaznamenává v posledních letech trvalý růst a její podíl na tuzemském trhu se systematicky a plynule zvyšuje. Pokračuje výstavba velkoplošných prodejen, které nabízejí veškerý sortiment z oblasti elektroniky, elektrospotřebičů a počítačů pro domácnost včetně příslušenství a servisu. Konsolidace společnosti přináší své plody a stává se garantem dalšího trvalého rozvoje v České republice. Do budoucnosti otevírá nové perspektivy všem současným i budoucím členům společnosti.“ [20]

Expert Elektro má své vlastní webové stránky, kde je možné si zboží objednat stejným postupem jako v klasickém e-shopu. Zákazníkovi je nabídnuta možnost zaslání⁵ nebo osobního vyzvednutí na prodejně u jednoho z členů skupiny. Při výběru osobního převzetí je produkt zaplacen při koupi zboží v kamenné prodejně a prodejní doklad vystaven na firmu, u které byl nákup reálně proveden. Zde by se jednalo o firmu Elektro Kutílek.

⁵ možnost zaslání neplatí pro všechny produkty. U každého výrobku v nabídce jsou ovšem možnosti dodání uvedeny.

Skupina Elektro Expert vydává pravidelně letáky s akční nabídkou zboží a to jak v tištěné verzi, která je zákazníkovi většinou předána do poštovní schránky, tak i v elektronické, která je přístupná online formou na stránkách firmy. Výrobky z tohoto letáku je možné objednat přes internetový obchod či provést telefonickou objednávku přímo u vybrané prodejny, která je místně či jinak nejvíce výhodná pro vyzvednutí zboží zákazníkem.

Problematika objednávek, provedených pomocí webových stránek skupiny a telefonických objednávek, bude podrobněji zkoumána v následující kapitole, kde dojde k analýze obchodních podmínek přístupných na webových stránkách a budou popsány povinnosti firmy Elektro Kutílek plynoucí ze vztahu se skupinou Expert Elektro a z objednávek takto utvořených.

4.5. OBJEDNÁVKY POMOCÍ PROSTŘEDKŮ KOMUNIKACE NA DÁLKU

Hlavním předmětem zájmu společnosti Elektro Kutílek je prodej zboží v kamenné prodejně a objednávkám uskutečněným pomocí prostředků komunikace na dálku se věnuje okrajově. V rámci vstřícného přístupu k zákazníkům je však nabízena i možnost objednávky přes webové stránky skupiny Expert Elektro, emailovou komunikaci přímo s Elektrem Kutílek či telefonické objednávky.

Níže budou detailněji analyzovány zmíněné způsoby objednávek provedené mimo provozovnu, tedy distančně, a způsob jejich vyřizování zkoumanou firmou.

4.5.1. LETÁKY

Skupina Elektro Expert, jejímž členem je i firma Elektro Kutílek, vydává již zmíněné letáky s akční nabídkou zboží, které jsou platné pro všechny členy skupiny a mohou být tedy těmito firmami využívány. To má za účel rozšířit povědomí o firmě a nabízených produktech, tím zvýšit možný okruh zájemců o koupi a v důsledku toho zlepšit prodejnost těchto výrobků.

Tištěné letáky jsou umístěovány do schránek potencionálních zákazníků, což znamená v městě prodejny a případného širšího okolí. Inzerované výrobky je možné:

- objednat přes internetový obchod společnosti Elektro Expert s možností vyzvednutí na provozovně některého z členů či v případě, pokud je to pro daný výrobek možné, nechat zaslat na udanou adresu
- telefonicky objednat přímo ve firmě Elektro Kutílek nebo u Elektro Expert
- osobně zakoupit ve vybrané prodejně

Výběr způsobu provedení objednávky je čistě věcí zákazníkovi vůle a přání. Pro firmu to ale znamená mírně odlišný způsob jejího vyřízení, který bude postán dále.

4.5.2. TELEFONICKÁ OBJEDNÁVKA

Zde bude přihlíženo pouze k telefonním objednávkám přijatých přímo firmou Elektro Kutílek a nikoli skupinou Expert Elektro. Důvodem je skutečnost, že při telefonické objednávce uskutečněné u Expert Elektro to pro společnost Elektro Kutílek v podstatě neznamená nutnost změny způsobu vyřizování takovéto objednávky. Elektro Kutílek obdrží od firmy Elektro Expert shodnou informaci o provedené objednávce, specifikaci zboží a jeho množství a požadovaném datu vyzvednutí.

Dále tedy bude zkoumána pouze telefonická objednávka u firmy Elektro Kutílek. Ta začíná telefonním hovorem, kdy se zákazník spojí s personálem na prodejně. Na svých internetových stránkách uvádí Elektro Kutílek potřebné telefonní kontakty, z nichž si kupující může vybrat ten požadovaný dle druhu poptávaného zboží. Zaměstnanec, vyřizující objednávku, si poznamená přesnou specifikaci objednávaného výrobku. Dále je zákazník dotázán, zda si zboží přeje vyzvednout osobně na provozovně, kde si produkt může prohlédnout a vyzkoušet, či zda si bude přát zboží dopravit domů. V případě druhé zvolené varianty je zaznamenáno jméno zákazníka a jeho adresa pro doručení.

Zboží je v případě skladové dostupnosti pro zákazníka obratem připraveno k odběru či doručení. Pokud kupující neudal požadavek na dodání v určitém dni a uvedl

možnost okamžitého doručení, je zboží naloženo řidiči k rozvozu a dopraveno k zákazníkovi. Částka za zboží je uhrazena při předávce, kdy zákazník obdrží i fakturu.

Tato faktura je shodná s fakturou, kterou by obdržel i v případě nákupu v obchodě. Později tedy není možné pouze dle vystavené faktury určit, zda byla objednávka provedena telefonickým hovorem či zda byl výrobek zakoupen v prodejně. Zákazník neobdrží žádné jiné dokumenty.⁶

4.5.3. EMAILOVÁ OBJEDNÁVKA

Objednávky přes email jsou spíše ojedinělou záležitostí, využívanou především při větších objednávkách a při žádosti o vytvoření individuální cenové nabídky. Tento spíše výjimečný způsob, je jednou z možností, které může kupující pro svou objednávku využít.

Vše začíná tím, že spotřebitel zpravidla zašle poptávku se specifikací zboží a množstvím na firemní emailovou adresu uvedenou na internetových stránkách společnosti Elektro Kutílek. Email je poté předán zaměstnanci, který je oprávněn tvořit cenové nabídky na poptávaný druh zboží nebo je email rovnou konzultován s vedením firmy. Poté dochází ke zjišťování případné skladové dostupnosti, možnosti množstevních slev a konečně k samotnému vypracování cenové nabídky a jejímu odeslání zpět na email potencionálnímu kupujícímu.

Následuje fáze vzájemného vyjednávání podmínek (v podstatě využíváno jen v případě důležitých objednávek) a upřesňování požadavků a skutečností vztahující se k danému předmětu nabídky. To probíhá buď opět pomocí využití emailové korespondence či je sjednána osobní schůzka přímo na adrese provozovny. Jestliže jsou veškeré body vyřešené ku spokojenosti obou stran, je zákazníkem zaslán souhlasný email s potvrzením cenové nabídky a podmínek k ní se vztahujících.

Pokud je zboží skladem, může si ho kupující na základě zasláné cenové nabídky obratem zakoupit a odvést či požádat o jeho bezplatné dodání. V případě momentální

⁶ mimo samostatného záručního listu pro určité výrobky

nedostupnosti na prodejně je výrobek objednan u dodavatele a po jeho naskladnění v nejkratším možném termínu dodán zákazníkovi na určenou adresu.

4.5.4. OBJEDNÁVKY PŘES WEBOVÉ STRÁNKY EXPERT ELEKTRO

Zde je rozklíčování vztahů a z nich plynoucích povinností o něco obtížnější, jelikož do vztahu spotřebitel – prodávající vstupuje ještě třetí strana, v tomto případě společnost Expert Elektro. Jak bylo zmíněno v kapitole 4.5. Expert Elektro je sdružení několika společností s cílem využívání výhod z toho vznikajících. Každá firma figurující v této skupině podniká pod vlastním identifikačním číslem. Stejně tak i Expert Elektro funguje jako samostatná jednotka, která provozuje své webové stránky, na kterých je zřízena možnost elektronického nákupu zboží. Problémem je zde fakt, jakým způsobem probíhá celý proces vyřizování objednávky zde uskutečněné a podle jakých podmínek je třeba k takové objednávce přistupovat.

Nejdůležitější informací pro další zkoumání je skutečnost, zda je objednávka vytvořená na webových stránkách závazná a vyjadřující rozhodnutí spotřebitele o koupi nebo stránky fungují pouze jako rezervační místo, sloužící k zamluvení zboží. U objednávky provedené přes eshop, kdy provozovna Elektro Kutílek je pouze místem pro vyzvednutí a zaplacení zboží, by se tento nákup řídil obchodními podmínkami uvedenými na zmíněných webových stránkách a vztahovaly by se na něj zákonné povinnosti pro objednávky provedené prostřednictvím prostředků komunikace na dálku. V případě, kdy by stránky fungovaly pouze jako rezervační místo a vybrané zboží by bylo předvedeno a vyzkoušeno až na prodejně, a tedy rozhodnutí o pořízení výrobku by nastalo až zde, by objednávka byla považována jako tradiční nákup v kamenném obchodě.

Jak bylo zjištěno a vyzkoušeno, samotná objednávka je uskutečněna již přes webové stránky (viz příloha č. 4) a prodejna firmy Elektro Kutílek slouží jako odběrné místo a místo úhrady zboží. Před dokončením objednávky zákazník také potvrzuje souhlas s přiloženými obchodními podmínkami a reklamačním řádem. Výsledkem čehož je situace, kdy přestože je k výrobku při jeho předání vystavena faktura shodná s fakturou jako pro běžný prodej na provozovně bez objednání přes internet, daný nákup se řídí podmínkami pro elektronické uskutečnění obchodu a Elektro Kutílek je tedy musí plnit.

Níže budou analyzována vybraná ustanovení obchodních podmínek [21] internetového obchodu Elektro Expert, které se přímo dotýkají povinností udělených firmě Elektro Kutílek z titulu vyřízení takto uskutečněné objednávky:

„3. Uzavření kupní smlouvy

3.6. *Smluvní vztah mezi prodávajícím a kupujícím vzniká doručením přijetí objednávky (akceptací), jež je prodávajícím zasláno kupujícím elektronickou poštou, a to na adresu elektronické pošty kupujícího.*

3.8. *Kupující souhlasí s použitím komunikačních prostředků na dálku při uzavírání kupní smlouvy. Náklady vzniklé kupujícímu při použití komunikačních prostředků na dálku v souvislosti s uzavřením kupní smlouvy (náklady na internetové připojení, náklady na telefonní hovory) si hradí kupující sám.“*

Toto ustanovení potvrzuje výše zmíněné tvrzení, že smluvní vztah vzniká již při zaslání potvrzení objednávky, které zákazník obdrží do emailu (viz příloha č. 4) a nevzniká až na prodejně při vyzvednutí. Uzavření kupní smlouvy tedy proběhne pomocí komunikačních prostředků na dálku a jako k takovému je nutné k němu přistupovat.

„5. Odstoupení od kupní smlouvy

5.2. *Nejedná-li se o případ uvedený v čl. 5.1 či o jiný případ, kdy nelze od kupní smlouvy odstoupit, má kupující v souladu s ustanovením § 1829 odst. 1 občanského zákoníku právo od kupní smlouvy odstoupit, a to odesláním odstoupení do čtrnácti (14) dnů od převzetí zboží. Naše společnost nabízí zákazníkům prodlouženou garanci odeslání zboží do třiceti (30) dnů od převzetí zboží. Odstoupení od kupní smlouvy musí být prodávajícímu prokazatelně odesláno do třiceti (30) dnů od převzetí zboží, a to na provozovnu prodávajícího, kde kupující zboží zaplatil. V případě doručení přepravcem domů, kupující vrací zboží na adresu uvedenou ve faktuře. Písemné odstoupení včetně čísla účtu posílá kupující na e-mail: obchod@expert.cz.*

5.3. *v případě odstoupení od smlouvy dle čl. 5.2 obchodních podmínek se kupní smlouva od počátku ruší. Zboží musí být prodávajícímu vráceno na provozovnu, kde si jej kupující vyzvedl, do čtrnácti (14) dnů od momentu odeslání písemného odstoupení od smlouvy*

prodávajícímu. Odstoupí-li kupující od kupní smlouvy, nese kupující náklady spojené s navrácením zboží prodávajícímu, a to i v tom případě, kdy zboží nemůže být vráceno pro svou povahu obvyklou poštovní cestou.“

Pro Elektro Kutílek tato podmínka znamená, že takto prodané zboží může být do 30dní po převzetí vráceno na provozovnu, kde bylo zakoupeno a firma je povinna zboží přijmout zpět. Zákazník má také možnost nejprve odstoupení od smlouvy nahlásit písemně a poté do 14 dní na vlastní náklady výrobek vrátit. Kdyby zde poznámka specifikující stranu, která hradí náklady na vrácení, nebyla, musela by společnost tyto náklady kupujícímu uhradit.

„5.5. v případě odstoupení od smlouvy dle čl. 5.2 obchodních podmínek vrátí prodávající peněžní prostředky přijaté od kupujícího do čtrnácti (14) dnů od odstoupení od kupní smlouvy kupujícím, a to stejným způsobem, jakým je prodávající od kupujícího přijal. Prodávající je také oprávněn vrátit plnění poskytnuté kupujícím již při vrácení zboží kupujícím či jiným způsobem, pokud s tím kupující bude souhlasit a nevzniknou tím kupujícímu další náklady. Odstoupí-li kupující od kupní smlouvy, prodávající není povinen vrátit přijaté peněžní prostředky kupujícímu dříve, než mu kupující zboží vrátí nebo prokáže, že zboží podnikateli odeslal.“

5.6. Kupující bere na vědomí, že pokud zboží vrácené kupujícím bude poškozeno, opotřebeno či částečně spotřebováno, vzniká prodávajícímu vůči kupujícímu nárok na náhradu škody jemu tím vzniklé. Nárok na úhradu vzniklé škody je prodávající oprávněn jednostranně započíst proti nároku kupujícího na vrácení kupní ceny. Stejně tak nárok na smluvní pokutu dle čl. 5.3 obchodních podmínek je prodávající oprávněn jednostranně započíst proti nároku kupujícího na vrácení kupní ceny.“

Firma má povinnost vrátit přijaté peněžní prostředky do 14 dní od převzetí vráceného zboží od kupujícího. V případě, že kupující nevrátí zboží kompletní a nepoškozené, v původním obalu, vč.všech jeho součástí, příslušenství a příslušných dokladů, má prodávající právo účtovat kupujícímu náklady spojené s uvedením vráceného zboží do bezvadného stavu. Na přezkoumání a zjištění stavu vráceného výrobku má Elektro Kutílek 10 dní od jeho převzetí od zákazníka. [21] V tomto časovém úseku by

mělo být zjištěno, zda bude zákazníkovi plnění určitým způsobem kráceno či mu bude vrácen celý obnos.

7. Odpovědnost za vady, záruka

7.5. Práva kupujícího vyplývající z odpovědnosti prodávajícího za vady, včetně záruční odpovědnosti prodávajícího, uplatňuje kupující u prodávajícího nebo jeho smluvních partnerů na adresách sítě prodejen expert.

Z tohoto odstavce jasně vyplývá, že reklamace zboží vyzvedávaného na prodejně, bude mít na starosti společnost Elektro Kutílek jakožto smluvní partner skupiny Expert. Veškeré náklady a povinnosti spojené s vyřízením takovéto reklamace tedy nese firma, u které bylo zboží vyzvednuto.

Reklamační řád firmy Expert Elektro [22] je v podstatě shodný s řádem společnosti Elektro Kutílek a to včetně chybných či diskutabilních ustanovení uvedených v kapitole 4.8. Nad rámec dále popsaného řádu je zde rozšíření o část věnovanou odstoupení od smlouvy bez udání důvodu, jejíž body byly ovšem již z velké části analyzovány při zkoumání uvedených obchodních podmínek. V této části reklamačního řádu lze nalézt i odkaz na formulář pro odstoupení od smlouvy, který zákazník může v případě zájmu použít, a který je pro hladké a rychlé vyřízení žádosti vhodný.

4.6. POSTUP PŘI ŘEŠENÍ REKLAMACÍ

Na prodejně se po celou provozní dobu nachází pracovník pověřený vyřizováním reklamací. Do srpna 2014 byl k tomuto účelu určen samostatný pracovník, ale jako efektivnější způsob bylo od října 2014 zvoleno střídání zaměstnanců na této pozici. Nyní je každý zaměstnanec pověřen vyřizováním reklamací vždy na jeden určitý den a následující den vystřídán. Je zde kladen důraz i na logiku věci, a proto je část reklamací delegována zaměstnancům jednotlivých oddělení, kteří jsou danému produktu logicky nejbližší.

Níže bude zkoumán proces vyřizování reklamací firmou Elektro Kutílek po jednotlivých krocích:

1) Reklamační proces začíná návštěvou kupujícího v kamenné prodejně a předáním reklamované věci prodávajícímu.⁷ Pracovník se se zákazníkem usadí na klidném místě a vyslechne popis závady zboží. V tomto momentě se zjišťuje, zda je avizovaná vada předmětem záruky či zda se jedná o chybu prostředí či o chybu obsluhy. Již při tomto kroku je odfiltrováno průměrně 10-15% reklamací, kdy se nejedná o vadu výrobku.

2) V případě shledání oprávněnosti reklamace je se zákazníkem sepsán reklamační protokol (viz příloha č. 2). Reklamaci je nejprve přiděleno pořadové číslo pro její snadnou dohledatelnost a zařaditelnost. Následně jsou dle zákaznickova popisu vyplněny detailní informace o zboží. Tedy určení typu a výrobního čísla produktu. Důvodem je především předcházení problémů se záměnou zboží v průběhu jeho opravy či následné prokazatelnosti, pokud kupující trvá na tom, že výrobek mu byl vyměněn. Uchování těchto informací může pomoci i při zjišťování, zda je výrobek v opravě poprvé či se jedná o reklamaci opakovanou. Kompletnost, tedy vyjmenování veškerého příslušenství předaného s reklamovaným produktem, zamezuje dohadům o odevzdaných věcech či dokumentech. Dále je popsán stav výrobku, opět z důvodu možnosti prokázání, že v tom určitém stavu byl výrobek reklamován. Důležitá je specifikace závady. V případě proveditelnosti je zboží přezkoušeno přímo v průběhu sepisování protokolu a do zápisu se upřesní, zda se nahlášená závada projevila i na prodejně. V protokolu je uveden zákazník a jeho telefonní číslo, na kterém je ho možné zastihnout, a na kterém bude po ukončení reklamace avizován o jejím vyřízení. Kupující nakonec svým podpisem protokolu stvrdí, že si přečetl body o ochraně osobních údajů, možné ztráty dat nebo nastavení výrobku atd. Jedna kopie zůstává zákazníkovi a jedna Elektru Kutílek.

⁷ velké bílé zboží a televize nejsou dopravovány do prodejny, ale servis probíhá přímo u zákazníka. Jedná se o tzv. dvoufázový servis, kdy je při první návštěvě zjištěna závada, následně zajištěny náhradní díly (v případě, že je servisní pracovník nemá v době první návštěvy k dispozici), a posléze již provedena samotná oprava. Náklady na tento servis jdou na vrub dodavatele výrobku, nehradí je tedy firma Elektro Kutílek.

Obr. č. 1: Část reklamačního protokolu

<u>Potvrzení o nahlášení závady</u>	
(doklad pro zákazníka)	
ČÍSLO:	107-1355
PŘIJATO/UKONČENO:	7.10.2014 / 6.11.2014
VÝROBEK:	BlackBerry Z10
VÝROBNÍ ČÍSLO:	357033054523956
KOMPLETNOST:	telefon, baterie, kryt, záruční list, paragon, protokol ze servisu
STAV:	jeví známky běžného používání
DRUH OPRAVY:	záruční
ZÁVADA:	když zákazník telefonuje, na druhé straně ho není slyšet
ADRESA ZÁKAZNÍKA:	
TELEFON ZÁKAZNÍKA:	

- zákazník prohlašuje, že závada na věci nevznikla jeho zaviněním a že používal výrobek v souladu s návodem

- zákazník souhlasí, aby firma Elektro Kutílek s.r.o. zpracovala jím dobrovolně poskytnuté osobní údaje obsažené v tomto protokole. Údaje nebudou bez souhlasu poskytovatele předány třetím stranám. Zákazník má právo k přístupu ke svým osobním údajům v sídle firmy.

- zákazník bere na vědomí, že servisní zásah může způsobit ztrátu dat nebo ztrátu nastavení. Pokud zákazník data nezbytně potřebuje, je povinen si je zálohovat ještě před předáním výrobku.

- výrobek bude vydán zpět zákazníkovi pouze po předložení tohoto protokolu.

- pokud se prokáže, že vada vznikla nesprávným používáním výrobku, nebo že deklarovaná vada nebyla servisem zjištěna, může příslušný servis vyžadovat úhradu vzniklých nákladů.

Zdroj: interní materiály společnost Elektro Kutílek s.r.o.

3) Všechna data získaná od zákazníka jsou přenesena i do elektronické verze, tedy do firemní databáze a uložena na podnikovém serveru. List reklamace je rozdělen do několika částí, kam se vždy zapisující skutečnosti týkající se té dané reklamace a dané skupiny informací. Jedná se zde především o části (viz příloha č. 3):

- **protokol o reklamaci** – zde se nacházejí shodné informace jako v tištěném protokolu sepsaným se zákazníkem plus případné další informace (např. bydliště, zda byl výrobek přezkoušen přímo na prodejně, atd.)
- **zápůjčka** – jak bylo zmíněno v kapitole 4.4. firma nabízí možnost zapůjčení náhradního výrobku po dobu reklamace pro určité druhy produktů. V případě, že si zákazník přeje zapůjčit pro tyto účely výrobek, je zde vybrán vhodný model, zjištěna dostupnost, následně zamluven a předán k používání po dobu nutnou k vyřízení reklamace.

- **servis** – část určená výhradně pro potřeby firmy a zaměstnanců vyřizujících tuto záležitost. Zde se specifikují informace o vybraném servisním středisku, datu, kdy byl výrobek odeslán k opravě a poté kdy byl přijat nazpět a stavu reklamace. To slouží pro rychlou orientaci personálu o průběhu reklamace. Tím je myšleno, zda byla zahájena, stále probíhá či je již dokončena.
- **přeprava** – všechna data týkající se expedice, případných pokynů k přepravě, RMA číslu (viz níže) a informace o osobě, která objednávku přepravy provedla. Poté je doplněno i číslo svozu.
- **navracená reklamace** – po přijetí opraveného, vyměněného zboží či zamítnutí opravy se v této kolence označí zaměstnanec, který navracené zboží přejímal.
- **vyrozumění zákazníka o vyřízení reklamace** – konečná fáze. Je zde uloženo, kdy a jakým způsobem (telefonicky či sms) byl zákazník o vyřízení reklamace informován.
- **způsob dokončení** – v této části je označeno, jakým způsobem byla hlášená závada opravena. Reklamace může být vyřízena opravou, výměnou zboží servisem, výměnou firmou Elektro Kutílek či vrácením peněz. U neuznaných reklamací se rozlišují tři možnosti a to neuznaná, ale opravená (v rámci snahy o spokojenost zákazníka), neuznaná a neopravená a konečně neuznaná, ale opravená na náklady zákazníka (pokud s tím byl předem vyrozuměn a tento způsob odsouhlasil).

Databáze, využívaná pro vyřizování reklamací, je nejvíce pozměňovaným počítačovým programem ve firmě. Úprava probíhá na základě vlastních zkušeností, firemních požadavků a měnících se nároků dodavatelů. Nepřetržité změny umožňují lepší orientaci v problematice jednotlivých reklamací, jakožto i držet krok s neustále narůstajícími požadavky na evidenci dat a možnost okamžitě prověřit všechny validní skutečnosti k té dané určité reklamaci. Jakékoli nové informace je možné snadno doplnit a díky provázanosti celého systému i velmi dobře vyhledat a zkoumat.

4) Následuje odeslání zboží do servisního střediska dodavatele. Výjimku tvoří přibližně 1% reklamací, které jsou opraveny přímo na prodejně. Jedná se převážně o drobné opravy a ověření stability softwaru. Trendem poslední doby je vyřizování reklamací drobných

výrobků výměnou za produkty nové. Odeslání tohoto typu zboží do servisu a následné náklady na lidskou práci při jeho opravě by nebyly rentabilní.

Před samotným odesláním je většinou nutné zásilku opatřit číslem RMA.⁸ To dodavateli slouží k identifikaci reklamovaného zboží a prodejce. Zaměstnanec, pověřený touto reklamací, musí na portálu vyplnit všechny potřebné údaje k reklamaci a poté vytisknout štítek s RMA číslem a opatřit jím zásilku. Bez tohoto čísla některé servisy vůbec zboží nepřijmou k opravě. Přepravné do místa opravy je téměř vždy hrazeno firmou Elektro Kutílek a následné dodání zpět na firmu nese již dodavatel.

Oprava probíhá v nejkratším možném termínu a servisní středisko informuje společnost Elektro Kutílek o průběhu vyřízení reklamace. Ve většině případů se respektuje rozhodnutí střediska o uznání či neuznání reklamace. Z praxe firmy ovšem také vyplývá, že se někteří dodavatelé snaží v rámci dobrých obchodních vztahů vyhovět nad rámec svých povinností a opravit i zboží, jehož reklamace by nemusela být uznána, jelikož se nejednalo o závadu výrobku, nýbrž chyba vznikla na straně uživatele.

5) Po opravě zboží či zamítnutí reklamace je výrobek odeslán zpět na adresu firmy Elektro Kutílek, kde bezodkladně dochází ke kontaktování zákazníka. Ten se dostaví do prodejny, kde je mu předáno opravené zboží.

Při převzetí opraveného zboží obdrží kupující servisní protokol od servisního střediska provádějícího opravu a v případě neopravitelného zboží likvidační protokol vystavený též servisem.

V případě neopravitelného zboží je zákazníkovi nabídnuto zboží nové či mu jsou vráceny peněžní prostředky. Tyto možnosti jsou spotřebiteli nabídnuty i v případě nedodržení zákonné lhůty 30dní na vyřízení reklamace.

⁸ Společnost Alza.cz definuje RMA číslo následovně: „RMA je identifikační číslo, pod kterým můžete v celém průběhu reklamačního procesu sledovat stav konkrétní reklamace. Odkaz na RMA číslo vylučuje nedorozumění a nepřesnosti, zrychluje komunikaci. Během přidělení RMA čísla proběhne řada kontrol (ověření, zda je zboží zakoupeno v Alza.cz a.s., je-li v záruce atd.).“ [23]

4.7. REKLAMAČNÍ ŘÁD

Každá společnost by měla mít reklamační řád vypracován, ale žádný právní předpis platný na území ČR neupravuje povinnost prodávajícího mít na provozovně reklamační řád vystaven. Při případné kontrole České obchodní inspekce je ovšem firma povinna tento dokument předložit. Z tohoto důvodu je nutné mít řád k dispozici, přestože nemusí být umístěn na prodejně. U objednávek provedených pomocí prostředků komunikace na dálku je situace jiná. Zde platí informační povinnost a na webových stránkách je tedy nutné mít reklamační řád uveden tak, aby se s ním kupující mohl předem seznámit.

Elektro Kutílek se zabývá především prodejem zboží ve své prodejně a povinnost seznámit zákazníka s tímto řádem se na něj tedy nevztahuje.⁹ Níže bude zkoumán reklamační řád této firmy, který je v případě zájmu poskytnut zákazníkům při nákupu či k případným kontrolám. Vybrány k analýze byly ty části, u kterých je možné diskutovat o jejich znění či výsledných povinnostech. Celý obsah reklamačního řádu firmy Elektro Kutílek je k dispozici v příloze č. 1.

I. Úvodní ustanovení – 2. Odstavec:

„Reklamační řád se vztahuje na věci, u něhož jsou uplatňována práva kupujícího z odpovědnosti za vady v záruční době.“

Tímto odstavcem (přesněji slovy: „z odpovědnosti za vady“) se společnost zavazuje jak za dodržování záruky za vadné plnění, tak za jakost. Doposud není výklad NOZ v tomto ohledu jednotný a není tedy jasné, zda se dvouletá zákonná záruka vztahuje i na jakost výrobku. Přesvědčení pana Mgr. Liškutína je takové, že záruka za jakost již není garantovaná zákonem a prodávající tedy odpovídá pouze za vadné plnění, tedy za vady, které existovaly již v době převzetí výrobku, přestože se projeví později. Vzhledem k tomu, že se ale Elektro Kutílek rozhodlo uznávat záruky v plné výši jako dříve, není tento odstavec problém a může být takto formulován, aniž by vytvářel další závazky společnosti vůči kupujícímu, se kterými by nesouhlasila.

⁹ Problematika uvádění reklamačního řádu při objednávkách provedených pomocí prostředků komunikace na dálku bude uvedena v kapitole 5.1.

II. Převzetí zboží – 1. Odstavec:

„Kupující prohlédne věc bezprostředně při jejím převzetí v prodejně prodávajícího nebo při jejím převzetí od dopravce“

Z logiky věci by tento požadavek měl být v pořádku, ovšem zákon hovoří jinak. Spotřebitel nemá povinnost zboží prohlédnout při převzetí, ale má na to dobu shodnou s dobou zákonem garantovanou pro možné uplatnění záruky z vady, jelikož vada je zde myšlena existující vadou při převzetí zboží. O tomto hovoří § 2165, odst.1:

„Kupující je oprávněn uplatnit právo z vady, která se vyskytne u spotřebního zboží v době dvaceti čtyř měsíců od převzetí.“

A jelikož práva spotřebitele z odpovědnosti za vady není možné jakkoliv omezovat (i přes jeho případný souhlas), lze tento odstavec považovat za neplatný, respektive k němu nebude vůbec přihlíženo.

III. Záruční podmínky – 2. Odstavec:

„Kupující je oprávněn uplatnit u prodávajícího právo z vady, která se vyskytne v době dvacetičtyř měsíců od převzetí zakoupené věci (dále jen: v záruční době). Projeví-li se vada v prvním půl roce po převzetí zakoupeného zboží, má se zato, že zboží bylo vadné od počátku a zákazník může požadovat výměnu věcí za novou a bez vadnou. Pokud by taková výměna byla z povahy projevené vady věcí neúměrná, kdy lze vadu bez zbytečného odkladu odstranit, výměnu věcí nelze požadovat (drobné nepodstatné vady).“

Tento odstavec, ač je v pořádku, co se zákonné povinnosti týče, je trochu nešťastně formulován. Projeví-li se vada v prvním půlroce po převzetí zakoupeného zboží, má se zato, že zboží bylo vadné od počátku, ovšem zákazník nemá automaticky právo na výměnu zboží za nové, jak je mu zde nejprve nabídnuto. V následující větě je sice tato možnost usměrněna na vady, které jsou závažnějšího charakteru nebo by jejich oprava neúměrně zatížila kupujícího, ovšem již zde vzniká prostor pro polemiku, která by mohla být spotřebitelem zneužita v jeho prospěch a to na úkor prodávajícího. Zákon se k tomuto tématu v § 2169 vyjadřuje následovně:

„ (1) Nemá-li věc vlastnosti stanovené v § 2161, může kupující požadovat i dodání nové věci bez vad, pokud to není vzhledem k povaze vady nepřiměřené, ale pokud se vada týká pouze součásti věci, může kupující požadovat jen výměnu součásti; není-li to možné, může odstoupit od smlouvy. Je-li to však vzhledem k povaze vady neúměrné, zejména lze-li vadu odstranit bez zbytečného odkladu, má kupující právo na bezplatné odstranění vady.

III. Záruční podmínky – 4. Odstavec

„Záruční doba se prodlužuje o dobu, po kterou byla věc v záruční opravě. V případě výměny vadné věci za bezvadnou, neběží od jejího převzetí kupujícímu nová záruční doba.“

K výkladu tohoto odstavce opět existují dva proudy názorů a teprve praxe ukáže, ke kterému se bude soudní systém přiklánět, viz. Vyjádření pana Mgr. Liškutína k tomuto problému:

„Nový občanský zákoník je účinný teprve od 1.1.2014 a jediný, kdo je oprávněn autoritativně určit, jak se bude vykládat, je soud a bohužel mi není znám žádný rozsudek, který by tuto otázku doposud řešil. Do doby, než se jednoznačná odpověď objeví, nelze vyloučit více právních názorů.“

Dle jedné strany je tedy výše zmíněné tvrzení v pořádku, což lze nalézt např. v knize Nový občanský Zákoník úplně pro všechny, [5, s. 212] který se snaží problematiku části NOZ vysvětlit i širší veřejnosti:

„Lhůta pro reklamaci se nyní počítá od převzetí věci poté, co jste ji koupili. Pokud si necháte věc v rámci reklamace vyměnit, nepoběží vám nová záruka, ale stále bude platit ta původní. Výhodnější proto bývá požádat o vrácení peněz, zboží si znovu koupit, a tím znovu získat i možnou záruku“

Ovšem už zde je možné pozorovat nesrovnalost s příslušným paragrafem § 2165, který uvádí pouze od převzetí (nikoli koupě), což by v tomto případě mohlo znamenat od převzetí věci, která byla vyměněna za věc reklamovanou:

„Kupující je oprávněn uplatnit právo z vady, která se vyskytne u spotřebního zboží v době dvaceti čtyř měsíců od převzetí.“

S tímto názorem se ztotožňuje i pan Mgr. Liškutín, jelikož dle jeho tvrzení není v zákoně specifikováno, od jakého převzetí se má na mysli:

„podle mého názoru běží nová lhůta k uplatnění vadného plnění, jelikož příslušné ustanovení říká „od převzetí“. Pokud by zákonodárce chtěl, mohl uvést „ode dne koupě zboží“ a pak by nebylo pochyb o tom, že při výměně zboží a jeho novém převzetí běží stále původní lhůta ode dne koupě. Takto však příslušné ustanovení nezní, a proto se domnívám, že od převzetí nově dodaného zboží opět běží celá lhůta k uplatnění vadného plnění.“

Také je třeba přihlédnout k faktu, že v případě nejasností se příslušná ujednání vyloží ve prospěch spotřebitele, což by v tomto případě byla jednoznačně nová dvouletá záruční doba.

Ostatní body reklamačního řádu lze považovat za platné a korespondující s požadavky zákona. Vyzdvihnout lze například odstavec:

IV. Reklamace – 1. + 2. Odstavec

„Při zjištění vad v záruční době, je kupující oprávněn vady reklamovat přímo v autorizovaných servisech. Autorizované servisy bývají specifikovány v příloze k záručnímu listu nebo je na dotaz kupujícího označí prodávající.“

„Reklamaci lze také uplatnit v prodejně prodávajícího. V případě uplatnění reklamace přímo v autorizovaném servisu se vyřízení reklamace značně urychlí.“

Tímto Elektro Kutílek dává zákazníkovi možnost provést reklamaci přímo v servisním středisku a nemusí (ale může) reklamovat zboží v prodejně firmy. Nevzniká zde tedy problém, že by zákazníkovi bylo odmítnuto vyřízení reklamace na prodejně s tvrzením, že je potřeba věc odnést do jiné provozovny. Zboží může vždy reklamovat přímo v prodejně v Nymburce, ale zároveň, např. pokud je mu místně blíže určité servisní středisko, může zboží odnést i tam. Tomu svědčí zákon: „spotřebitel má právo uplatnit reklamaci v kterékoli provozovně, v níž je přijetí reklamace možné s ohledem na stejný nebo podobný sortiment zboží (§ 19 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele).“ [18]

IV. Reklamace – 3. Odstavec

„Kupující při reklamaci věci prokazuje, kdy a kde reklamované zboží zakoupil, zejména předložením vyplněného záručního listu nebo dokladu o zaplacení kupní ceny, resp. jiným věrohodným způsobem.“

Z tohoto je patrné, že si je společnost plně vědoma, že paragon není povinnou náležitostí při uplatnění reklamace, přestože to mnohé firmy stále požadují. Ale že:

„Jedinou věc, kterou musí spotřebitel doložit, je jakýkoli důkaz o tom, že danou věc v daný den u obchodníka koupil. Nejčastěji to pak může být svědek, výpis z účtu při platbě kartou, záruční list, v krajních případech stačí i čestné prohlášení s notářsky ověřeným podpisem. Důvod? Zákon totiž nijak neupravuje povinnost spotřebitele ponechat si účtenku a následně ji při reklamaci předložit.“ [18]

4.8. SROVNÁNÍ REKLAMACÍ V LETECH 2013 A 2014

Ke srovnání dat týkajících se vyřizování reklamací byl firmou Elektro Kutílek poskytnut soubor v excel formátu. Tato tabulka byla vygenerována z databáze, kterou firma využívá jako úložiště všech potřebných skutečností a jako pomocníka při řešení reklamací. Soubor obsahoval informace o průběhu jednotlivých reklamací v letech 2013 a 2014. Vzhledem k tomu, že data byla pořizována v říjnu roku 2014 a pro analýzu bylo tedy možné využít pouze měsíce leden-září roku 2014, byl tento časový úsek aplikován i na předcházející rok 2013.

Pro účely této diplomové práce ovšem nebyl validní celý jeho obsah, proto byly vybrány pouze ty části, které jsou pro další postup podstatné, umožňují identifikaci reklamace (přidělené číslo reklamace, typ produktu) nebo dokreslují charakter tabulky, se kterou bylo pracováno (závada, stav výrobku, způsob dokončení opravy). Vynechány byly např. informace o druhu servisu či expedici, poznámka o zaslání sms zprávy atd. Závěry byly vyvozovány pouze z kategorie oprav záručních. V počátku byly zkoumány chyby programu a při jejich zjištění vymazány řádky obsahující logickou či programovou chybu. Z tohoto důvodu byla pro kontrolu správnosti údajů prováděna kontrola pomocí

srovnání data dokončení s datem přijetí výrobku ze servisu, které muselo předcházet termínu dokončení vyřízení reklamace.

Obr. č. 2: Výběrové informace ke každé vyřizované reklamaci:

nové číslo	820-923
zákazník	/
předmět	Sencor Element 8D101 White
Závada	Tablet se stále restartuje, nebo se nezapne vůbec.
stav výrobku	Lehce poškrábaný
datum zahájení	st 20.8.2014
do servisu	čt 21.8.2014
ze servisu	po 25.8.2014
dokončeno	st 27.8.2014
způsob dokončení	opravou servisem
kategorie	Záruční

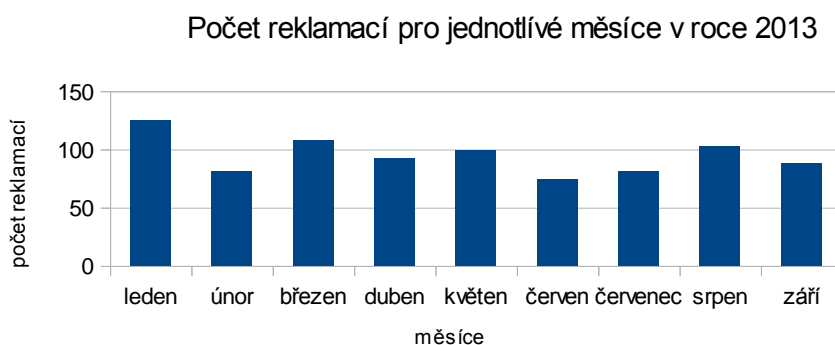
Zdroj: interní materiály společnost Elektro Kutílek s.r.o.

4.8.1. POČET REKLAMACÍ V JEDNOTLIVÝCH MĚSÍCÍCH LET 2013 A 2014

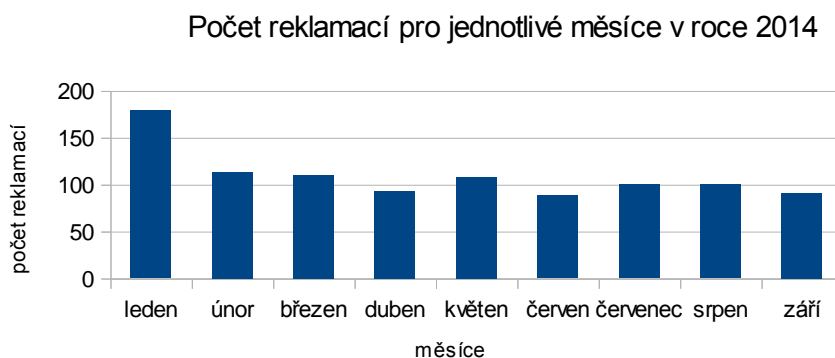
Z poskytnuté tabulky došlo k extrakci informací pro jednotlivé měsíce v roce se záměrem vysledovat trend průměrného počtu nahlášených reklamací. Zde se pracuje s předpokladem, že u firmy nabízející takto široký sortiment zboží není možné vysledovat trend zvýšené celkové poruchovosti jednotlivých prodaných výrobků. Není zde tedy sledována poruchovost jednotlivých kategorií produktů¹⁰, nýbrž celkový počet reklamací pro dané měsíce. Pro snadnou orientaci byly číselné údaje převedeny do podoby grafu.

¹⁰ Např. při sledování poruchovosti výrobků s chladicím agregátem –např. absorpčních minibarů je možné pozorovat zvýšenou poruchovost v letních měsících, kdy okolní teplota stoupá a tím dochází k poklesu chladicího výkonu agregátu a případné následné poruše.

Obr. č. 3: Počet reklamací v jednotlivých měsících roku 2013



Obr. č. 4: Počet reklamací v jednotlivých měsících roku 2014



Zdroj: vlastní analýza interních materiálů poskytnutých společností Elektro Kutílek s.r.o.

Celkový počet reklamací v roce 2014 dosáhl čísla 982, což je oproti roku 2013 nárůst o cca.15%. Toto číslo se ovšem nedá přisuzovat zvýšené poruchovosti zboží, ale nárůstu množství prodaných výrobků a celkovému růstu firmy.

Po srovnání získaných informací nebyla zjištěna souvislost mezi roky 2013 a 2014 a průměrným počtem reklamací připadající na jednotlivé měsíce. Toto tvrzení ovšem neplatí pro měsíc leden, který se zde ukázal jako nadprůměrný v obou případech. Tento fakt si lze vysvětlit zvýšeným objemem prodeje o Vánočních svátcích v prosinci předchozího roku, který se vyznačuje jako prodejně abnormálně úspěšný oproti ostatním měsícům v roce. Větší počet reklamací v lednu je tedy adekvátní k vyššímu počtu prodaných výrobků v prosinci.

4.8.2. PRŮMĚRNÁ DOBA VYŘÍZENÍ REKLAMACÍ V MĚSÍCÍCH LET 2013 A 2014

Dle zákona je prodávající povinen o reklamaci rozhodnout okamžitě, ve složitějších případech poté do tří dní. V případě uznání hlášené vady jako oprávněné k dalšímu přezkoumání by měla být reklamáce vyřízena bez zbytečného odkladu, a to maximálně do třiceti dní. Pokud je tato doba překročena bez souhlasu kupujícího, má se za to, že jde o podstatné porušení smlouvy a spotřebitel má dle § 2106 NOZ, odst.1 právo na:

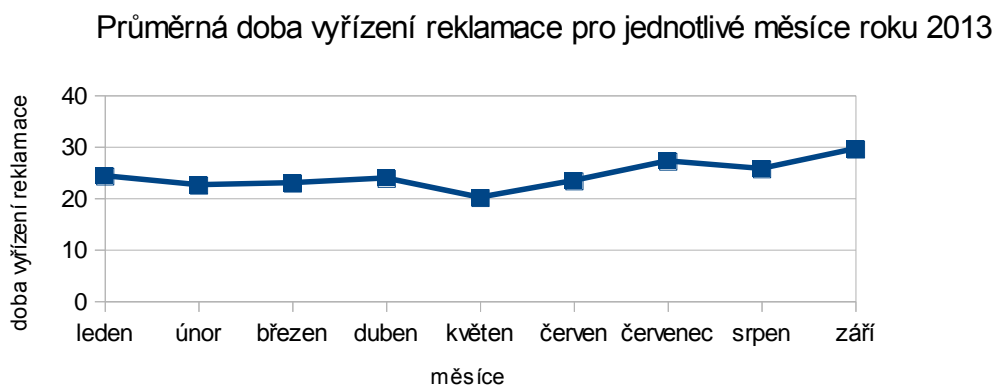
- a) na odstranění vady dodáním nové věci bez vady nebo dodáním chybějící věci,
- b) na odstranění vady opravou věci,
- c) na přiměřenou slevu z kupní ceny, nebo
- d) odstoupit od smlouvy.

Jelikož překročení této lhůty vkládá do rukou spotřebitele velké rozhodovací pravomoci včetně možnosti odstoupení od smlouvy, je samozřejmě i v zájmu firem tento termín dodržovat. Elektro Kutílek klade velký důraz na image firmy a snaží se tedy zákazníkům vyjít vstříc a co nejvíce urychlit dobu řešení reklamací. Vzhledem k tomu, že zboží, které není vyměněno za nové,¹¹ je zasíláno do servisního střediska, kde dojde k opravě a následnému zaslání zpět na prodejnu, dochází tím ke zvýšení časové náročnosti opravy a tedy větší obtížnosti při snaze dodržet zákonný termín třiceti dní.

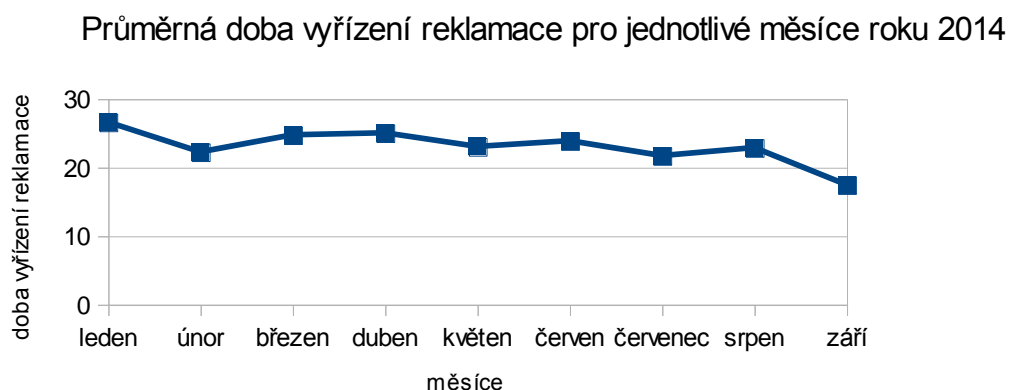
Dle poskytnutých údajů byla zjišťována průměrná doba vyřizování reklamací v jednotlivých měsících ve dvou po sobě následujících letech:

¹¹ za nové je většinou měněno zboží malé hodnoty, které by se nevyplatilo zasílat do servisu z důvodů nákladů na poštovné a lidskou práci převyšující náklady na pořízení zboží.

Obr. č. 5: Průměrná doba vyřízení reklamací v jednotlivých měsících 2013



Obr. č. 6: Průměrná doba vyřízení reklamací v jednotlivých měsících 2014



Zdroj: vlastní analýza interních materiálů poskytnutých společností Elektro Kutílek s.r.o.

Při srovnání křivek vzniklých z proložení jednotlivých bodů grafu nelze vyvodit závěr vztahující se obecně k průběhu doby potřebné k vyřízení reklamací během roku. Září v tomto případě nebude sloužit jako opěrný bod informující o rozdílnosti mezi roky, i přestože je zde rozdíl největší. Důvodem je fakt, že září roku 2014 mohlo být ovlivněno určitý počtem reklamací neukončených k datu sběru dat pro tuto diplomovou práci. Proto pro ukázkou odlišnosti mezi těmito roky lze použít měsíc červenec. V roce 2013 patřil mezi měsíce s nejdělsí průměrnou dobou vyřizování reklamací, přesněji zaujímá druhé místo, naopak v roce 2014 ho lze považovat za měsíc s nejrychlejším ukončením reklamací (při abstrahování od měsíce září z výše zmíněných důvodů). Důležitým poznatkem tohoto

srovnání je to, že v obou letech firma průměrně vyřizovala reklamace do třiceti dnů od zahájení a tedy ve většině případů dodržela zákonem stanovený termín. Kupujícím, u jejichž reklamace nemohla být dodržena lhůta pro vyřízení (ať již pro nedostatečnou rychlost opravy v servisním středisku, nedostupnosti náhradních dílů atd.), jsou nabídnuty možnosti výběru na další postup dle zákona a jejich rozhodnutí je respektováno.

5. Zhodnocení a návrhy řešení

Společnost byla vybrána dle požadovaných kritérií uvedených v kapitole 4.2. a mohla tedy poskytnout údaje, které byly následně zpracovány a použity ke zhodnocení situace a vyvození dílčích závěrů. V části věnované analýze vybrané společnosti došlo k jejímu představení a popsání firemních procesů klíčových pro tuto diplomovou práci. Hodnocení nastavených postupů a fungování firmy během těchto procesů se bude zabývat tato kapitola. Zde by mělo dojít i návrhům možných zlepšení situací, které nejsou společností Elektro Kutílek optimálně řešeny či kde dochází ke kolizi se zákonnými povinnostmi dle NOZ.

5.1. OBJEDNÁVKY POMOCÍ PROSTŘEDKŮ KOMUNIKACE NA DÁLKU

V předešlé části byly detailně popsány možnosti vytvoření objednávky u zkoumané firmy Elektro Kutílek a jejich vyřizování touto společností. Během analýzy jednotlivých způsobů objednávek provedených pomocí prostředků komunikace na dálku bylo shledáno několik nedostatků. U telefonické a emailové objednávky se jednalo především o nesplnění informační povinnosti, která zakládá povinnost prodejce seznámit kupujícího s údaji uvedených v kapitole 3.4.3., dále se svými obchodními podmínkami a reklamačním řádem.

Problematika informační povinnosti pro objednávky provedené výše zmíněnými způsoby není v této firmě v současné době nijak podchycena. Příčiny pro stávající situaci jsou následující:

- Elektro Kutílek neprovozuje vlastní internetový obchod, proto na jejich internetových stránkách nenalezneme ani obchodní podmínky, které by byly při případné objednávce potvrzeny, ani zde není uveden reklamační řád
- objednávka zasláná přes email se v konečné fázi ve většině případů řeší osobně přímo na provozovně nebo při převzetí zboží a je vystaven totožný doklad jako při koupi v prodejně
- telefonické objednávky jsou obratem zpracovány a zboží dodáváno v nejkratším možném termínu, vystavený doklad je totožný s dokladem vystaveným na prodejně

Situace je zde komplikována faktem, že při dodání či převzetí zboží je pro tyto objednávky vystaven shodný doklad jako pro nákupy uskutečněné na prodejně. Pokud by si tedy zákazník přál zboží vrátit bez udání důvodu v zákonné lhůtě 14 dní od dodání, je nutné, aby prokázal, že objednávka byla provedena distančně a ne na prodejně. Toto důkazní břemeno není problémem, pokud objednávka proběhla přes emailovou komunikaci, kdy lze díky písemné formě prokázat způsob vzniku smluvního vztahu. Komplikace nastává u telefonní objednávky, kdy jediným způsobem k prokázání by mohl sloužit telefonní výpis dokazující, že v určitém datu bylo voláno na telefonní číslo patřící Elektru Kutílek.

Tato situace není ideální a vzhledem k přesunutí určitých povinností na zákazníka ani vhodná k zachování do budoucna. Jako optimálním řešením pro snadné a rychlé určení způsobu provedení objednávky daného výrobku se naskytá možnost vystavení prodejního dokladu v odlišné formě od faktur či paragonů tištěných pro nákupy uskutečněné na prodejně. Při změně formy či přidání poznámky, jak byla objednávka přijata, by byly tyto skutečnosti jasně patrné a nedocházelo by k přímé mezi zákazníkem a firmou. Kupující by tedy nebyl zatěžován případným dokazováním uskutečnění objednávky.

V těchto případech není splněna ani informační povinnost uložená zákonem, jelikož zákazník není nijak předem informován o faktech, vztahující se k prodávajícímu, jakožto není ani seznámen s obchodními podmínkami a reklamačním řádem. Vhodným návrhem řešení by mohlo být potvrzení telefonické či emailové objednávky pomocí emailu s následujícími přílohami:

- příloha s informacemi vyžadovanými § 1811, odst. 2, NOZ, kterými jsou např. totožnost podnikatele, popřípadě telefonní číslo nebo adresa pro doručování elektronické pošty nebo jiný kontaktní údaj, označení zboží nebo služby a popis jejich hlavních vlastností, cena zboží nebo služby, způsob platby a způsob dodání nebo plnění, náklady na dodání atd.
- obchodní podmínky
- reklamační řád s formulářem pro odstoupení od smlouvy

Dle mínění pana Ing. Jana Kutílka ovšem není toto řešení vždy možné. Jedná se zde především o případy, kdy zákazník nevládní emailovou adresu či s ní neumí pracovat.

(především senioři). A vzhledem k tomu, že část zákazníků, hlavně u telefonických objednávek, je tvořena touto skupinou, je třeba k tomuto faktu při návrzích řešení přihlížet. Dalším problémem by zde mohla být nutnost prokázat, že kupující byl s těmito informacemi seznámen. Pro tento případ by to znamenalo potřebu obdržet výslovné potvrzení o souhlasu s obchodními podmínkami emailem nebo alespoň potvrzení o přečtení emailu, jehož přílohou byly výše zmíněné informace. Případně by firma musela dokázat, že emailová adresa je funkční a patřící danému zákazníkovi. bez tohoto by nebylo možné potvrdit, že byl kupující s potřebnými informacemi předem seznámen.

Další variantou by mohlo být vytvoření tištěných verzí výše zmíněných dokumentů ve dvou vyhotoveních. Při předání zboží by jedna kopie byla přenechána zákazníkovi a druhá by jím musela být potvrzena. Následně by došlo k uschování a archivaci podepsaného výtisku ve firmě. V případě dohadů by poté uschovaný dokument sloužil jako důkaz o splnění informační povinnosti.

Ovšem i z tohoto řešení by plynuly určité nevýhody. Jednou by samozřejmě bylo zvýšení nákladů a to o náklady na práci a čas zaměstnance, který by musel tyto podklady připravit, vytisknout, svázat a předat zákazníkovi. Bylo by zde nutné počítat i se zvýšenou spotřebou materiálu potřebného pro tisk, tedy papíru a tiskařské barvy, stejně tak jako určité opotřebení stroje. Hlavním problémem by ovšem mohly být reakce zákazníků. Vzhledem k tomu, že by se jednalo o mnohastránkové dokumenty, spotřebitel by neměl příležitost si je v klidu prostudovat a mohl by tedy nabýt dojmu, že neví, co přesně podepisuje a firma se ho tak snaží dotlačit k něčemu, s čím by nemusel souhlasit. Následkem čehož by firma mohla pomalu ztrácet image čestné společnosti, která se pro zákazníky snaží udělat maximum. V případě, že by si dokumenty kupující chtěl před podpisem důkladně prostudovat, zdržovalo by to personál, který se stará o rozvoz objednaného zboží a docházelo by tak ke zpožděním a dalším nákladům na práci řidiče.

Z důvodů komplikovanosti řešení této situace firma do současnosti nerozlišovala, zda se jedná o nákup v jejich kamenné prodejně či o objednávku zboží přes email či telefon a všechny zakázky tedy byly vyřizovány obdobně. Doposud dle slov pana Ing. Jana Kutílka nedošlo se zákazníkem ani ke sporu, který by souvisel s formou provedení objednávky, a tak zatím nebylo Elektro Kutílek nuceno se této problematice blíže věnovat.

S nástupem nového občanského zákoníku ale nesplnění zákonné informační povinnosti znamená významné riziko. Dle § 1829, 2. Odstavce by kupující, který nebyl dle zákona informován, mohl zboží vrátit po roce a čtrnácti dnech od zakoupení a dle § 1833 by ani neodpovídal za snížení hodnoty výrobku způsobeného jeho používáním. Bylo by tedy vhodné najít řešení, jak své zákazníky informovat o záležitostech a právech předepsaných zákonem a tomuto riziku vrácení výrobku předejít.

U objednávek provedených přes elektronický obchod skupiny Expert Elektro je Elektro Kutílek povinen dodržovat obchodní podmínky a reklamační řád platný pro tuto objednávku. Zde tedy nevzniká problém s nedodržením informační povinnosti, jelikož vše potřebné se kupující dozví na těchto stránkách a obchodní podmínky a reklamační řád jsou potvrzeny při dokončení objednávky. Elektro Expert provádí zálohu vytvořených objednávek na firemním serveru a je tedy případně možné prokázat souhlas kupujícího se všemi uvedenými údaji.

Při převzetí věci na firmě je zákazníkovi vystaven shodný doklad jako při koupi zboží v kamenné prodejně a opět zde není rozlišován způsob provedení objednávky. Vzhledem k tomu, že i zde se jedná o smluvní vztah uskutečněný distančně a pouze dle vystaveného dokladu firmou Elektro Kutílek není možné zjistit, že objednávka byla provedena přes eshop, by bylo vhodné tuto situaci řešit obdobně, jak bylo nastíněno výše u vystavování faktur pro telefonické či emailové objednávky.

5.2. POSTUP PŘI ŘEŠENÍ REKLAMACÍ

Samotný proces řešení reklamací je správný a jako celek nevyžaduje potřebu změny jednotlivých uplatňovaných kroků. Nedostatky ovšem vykazují jeho dílčí části a ty by bylo vhodné pozměnit. Jedná se především o poznámku v reklamačním protokolu:

„pokud se prokáže, že vada vznikla nesprávným používáním výrobku, nebo že deklarovaná vada nebyla servisem zjištěna, může příslušný servis vyžadovat úhradu vzniklých nákladů“

Toto prohlášení mělo mít preventivní charakter, kterým se firma snažila chránit proti neopodstatněným reklamacím, kdy vada nebyla způsobena výrobkem samotným, ale

k jeho poškození došlou vinou spotřebitele. Měla působit i jako pojistka pro případy, kdy by servis po Elektru Kutílek vyžadoval úhradu nákladů spojených s neoprávněnou reklamací. Dle zjištění ovšem není tato poznámka přípustná, jelikož zkracuje spotřebitelova práva vyplývající ze zákona. Dle vyjádření pana Mgr. Liškutína, se kterým byl tento problem konzultován: “Nejvyšší správní soud vydal judikát, ve kterém potvrzuje zdánlivost¹² takového tvrzení a správně by toto tvrzení vůbec nemělo být v reklamačním protokolu zahrnuto. Stejným způsobem k problému přistupuje i Česká obchodní inspekce, která za tuto skutečnost může společnosti pokutovat.“

Dle slov pana Ing. Jana Kutílka byla tato poznámka uvedena v protokolu v minulosti, kdy si firma nebyla vědoma jejího rozporu se zákonem. Po zjištění nepřipustnosti tohoto ustanovení bylo rozhodnuto o jejím odstranění, avšak nedopatřením nebyla poznámka vymazána. Při zjištění její stálé přítomnosti v protokolu došlo k jejímu trvalému odstranění a tento nedostatek byl tedy vyřešen tímto způsobem.

Dalším nedostatkem protokolu je nezanesení poznámky o požadavku zákazníka k vyřízení reklamace. Dle § 2106 odstavce 2 NOZ:

„Kupující sdělí prodávajícímu, jaké právo si zvolil, při oznámení vady, nebo bez zbytečného odkladu po oznámení vady. Provedenou volbu nemůže kupující změnit bez souhlasu prodávajícího; to neplatí, žádal-li kupující opravu vady, která se ukáže jako neopravitelná. Neodstraní-li prodávající vady v přiměřené lhůtě či oznámí-li kupujícímu, že vady neodstraní, může kupující požadovat místo odstranění vady přiměřenou slevu z kupní ceny, nebo může od smlouvy odstoupit.“

Dle tohoto ustanovení by Elektro Kutílek mělo vyslechnout a uvést rozhodnutí o preferovaném druhu vyřízení reklamace do protokolu. V momentě sepsování se ovšem nezkoumá oprávněnost požadavku, pouze je potřeba tuto skutečnost uvést. Následně poté může být zamítnuta, jelikož u nepodstatného porušení smlouvy nemá spotřebitel dle § 2107 NOZ automaticky právo na odstranění vady dodáním nové věci bez vady či odstoupení od smlouvy, ale má prioritně právo na odstranění vady opravou, anebo na přiměřenou slevu z kupní ceny. Zamítnutí spotřebitelova rozhodnutí by mělo

¹² Termín zdánlivost vysvětlují § 551- 554 Zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. Dle § 554 se k zdánlivému právnímu jednání nepřihlíží a jedná se tedy v podstatě o nejtvrďší formu neplatnosti.

proběhnout formou písemného prohlášení, kde bude uvedeno, co spotřebitel požadoval, ovšem vada byla opravitelná a tedy reklamace bude vyřízena formou opravy, nikoli např. výměnou zboží požadovanou zákazníkem.

Jelikož zákon neukládá povinnost prodávajícího uposlechnout žádost kupujícího, mohla by být tato poznámka o jeho přání vyřízení reklamace pro zákazníka matoucí. Následně by také mohla způsobovat potíže mezi Elektro Kutílkem a zákazníkem. Znalost zákona nelze považovat za všeobecně rozšířenou, a tak by bylo nutné zákazníkům vždy vysvětlit, že jimi vyslovený požadavek k vyřízení reklamace není pro firmu závazný a reklamace bude vyřízena dle zákona. To by mohlo vnést mezi zákazníky určitou nespokojenost a následné komplikace při vyřizování nahlášených závad.

Z tohoto důvodu je nutné zvážit výhody plynoucí z neuvádění této poznámky a rizika, která to firmě může přinést. V případě přání společnosti Elektro Kutílek o dodržení zákonných ustanovení by bylo vhodné reklamační protokol rozšířit i o tuto část. Poté by bylo nutné při vyřízení reklamace a vydání prohlášení o opravě písemně uvést důvody, kvůli kterým nebyla oprava vyřízena dle přání spotřebitele.

Dalším zjištěným nedostatkem je situace s vystavováním protokolu o vyřízení, resp. ukončení reklamace. Při převzetí opraveného zboží obdrží kupující servisní protokol a v případě neopravitelného zboží likvidační protokol od servisu. Tento postup ale dle vyjádření pana Mgr. Liškutína není správný, jelikož doklady vystavené servisem jsou určeny primárně firmě Elektro Kutílek, nikoli konečnému zákazníkovi (to ovšem neznamená, že je zákazník nesmí obdržet). § 2173 OZ specifikuje tyto povinnosti následovně:

„Uplatní-li kupující právo z vadného plnění, potvrdí mu druhá strana v písemné formě, kdy právo uplatnil, jakož i provedení opravy a dobu jejího trvání.“

Kupující by tedy měl získat i písemné vyjádření přímo od firmy Elektro Kutílek o průběhu a způsobu vyřízení a ukončení reklamace.¹³ Předání pouze servisního či

¹³ § 19, odst. 1 Zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele se k tomuto problému vyjadřuje obsáhleji: „s výjimkou případů, kdy je k provedení opravy určena jiná osoba, je prodávající povinen přijmout reklamaci v kterékoli provozovně, v níž je přijetí reklamace možné s ohledem na sortiment prodávajícího

likvidačního protokolu není dostačující a bylo by třeba je doplnit protokolem přímo od firmy s výše zmíněnými údaji.

5.3. REKLAMAČNÍ ŘÁD

Reklamační řád byl zkoumán v samostatné kapitole 4.8. A sporné body zde byly detailněji popsány. U dvou z nich by bylo ale vhodné zhodnotit jejich pokračující existenci či navrhnout vhodné změny:

„Kupující prohlédne věc bezprostředně při jejím převzetí v prodejně prodávajícího nebo při jejím převzetí od dopravce“

Tato část byla zhodnocena jako odporující § 2165, odst.1 a v reklamačním řádu by tedy správně neměla být zahrnuta. Z pohledu firmy by ovšem bylo možno na tento problém nahlížet tak, že pokud k tomuto bodu nebude přihlíženo, jelikož ustanovení bude zdánlivé, bylo by možné ho tam ponechat alespoň z preventivních důvodů. Zákazníka by tak mohlo donutit zboží prohlédnout co nejdříve a neponechávat kontrolu až na později, a tak předejít problémům s případnou pozdější reklamací. Co se ovšem týká dodržování zákona, bylo by vhodné tento odstavec odstranit.

„Záruční doba se prodlužuje o dobu, po kterou byla věc v záruční opravě. V případě výměny vadné věci za bezvadnou, běží od jejího převzetí kupujícímu nová záruční doba.“

Jak bylo řečeno v kapitole věnující se této problematice, u tohoto bodu nelze v současné chvíli zhodnotit jeho správnost. Názory k nové záruční době při výměně zboží se liší a teprve praxe ukáže, ke kterému výkladu bude přihlíženo. Pokud by totiž firma tento odstavec upravila na znění, že při výměně zboží běží nová záruční doba a praxe by ukázala, že tomu tak není, byla by firma nucena toto ustanovení, garantující určité skutečnosti poskytované nad rámec zákonné povinnosti, dodržovat. Naopak pokud by se

zboží nebo poskytovaných služeb, případně i v sídle nebo místě podnikání. Prodávající je povinen spotřebiteli vydat písemné potvrzení o tom, kdy spotřebitel právo uplatnil, co je obsahem reklamace a jaký způsob vyřízení reklamace spotřebitel požaduje; a dále potvrzení o datu a způsobu vyřízení reklamace, včetně potvrzení o provedení opravy a době jejího trvání, případně písemné odůvodnění zamítnutí reklamace. Tato povinnost se vztahuje i na jiné osoby určené k provedení opravy.“

v soudních sporech rozhodlo o tom, že při výměně běží nová záruční doba, toto ustanovení by bylo zdánlivé a dále by se postupovala dle zákona a nikoli dle tohoto bodu uvedeného v reklamačním řádu. Proto lze v současné době doporučit Elektro Kutílek zachovat ustanovení ve stávající podobě, která je pro firmu příznivější.

Ostatní body reklamačního řádu jsou v pořádku a není tedy nutná jejich změna. Ovšem vzhledem k tomu, že firma Elektro Kutílek umožňuje přijetí i objednávek provedených distančním způsobem, bylo by vhodné rozšířit reklamační řád o část vztahující se k odstoupení od smlouvy bez udání důvodu. K tomu by mohl posloužit reklamační řád Elektro Expert, který je shodný s reklamačním řádem Elektro Kutílek vyjma právě této části. Proto by bylo vhodné navrhnout změnu o tyto body, které obsahově vycházejí právě z reklamačního řádu skupiny Expert Elektro, [22] ale jsou upraveny pro potřeby společnosti Elektro Kutílek:

Odstoupení od kupní smlouvy bez udání důvodu

- 1. Kupující má právo odstoupit od smlouvy a zboží vrátit ve lhůtě čtrnácti dní ode dne jeho převzetí od dopravce či na prodejně. Prodávající se zavazuje vrátit přijaté peněžní prostředky kupujícímu do čtrnácti dnů ode dne, kdy mu bude zboží vráceno.*
- 2. v případě využití tohoto práva na odstoupení od kupní smlouvy je kupující povinen zboží vrátit kompletní a nepoškozené, v původním obalu, vč.všech jeho součástí, příslušenství a příslušných dokladů. V opačném případě má prodávající právo účtovat kupujícímu náklady spojené s uvedením vráceného zboží do bezvadného stavu. Formulář pro odstoupení od smlouvy naleznete v příloze tohoto řádu.*
- 3. v případě úhrady sjednaných nadstandardních služeb spojených s užíváním výrobku, jejichž plnění již začalo, vrátí prodávající kupujícímu přijaté peněžní prostředky snížené o poměrnou hodnotu spotřebované části služby.*

Dále by bylo vhodné také uvést jako přílohu zmíněný formulář pro odstoupení od smlouvy (viz příloha – formulář Elektro Expert). Tímto by reklamační protokol Elektro Kutílek byl úplný a splňující všechny zákonné náležitosti.

5.4. SROVNÁNÍ SITUACE PŘED A PO ZAVEDENÍ NOZ U ELEKTRO KUTÍLEK

Koncem roku 2013 a s blížící se velkou hlášenou změnou občanského zákoníku se firma Elektro Kutílek rozhodla pro konzultaci očekávaných změn se svým právním zástupcem. Nejvíce diskutovaným tématem při tomto sezení bylo dodržování záruk z vady a záruk za jakost a především snaha porozumět, jaké nové povinnosti zákon se začátkem roku 2014 uloží. Hlavním cílem firmy bylo zjistit, jaké změny bude muset zavést a na co se bude potřeba zaměřit, aby dokázala veškeré zákonné povinnosti dodržet.

Vzhledem ke skutečnosti, že již před zavedením NOZ vyvstaly otázky týkající se diskutabilních ustanovení a jejich správného výkladu, nebyla Elektru Kutílek poskytnuta jednoznačná odpověď, co pro firmu bude tato změna znamenat a jak tedy dále postupovat. Rozhodnutím tedy bylo setrvat ve stejném režimu řešení reklamací jako před změnou občanského zákoníku a takto postupovat po několik následujících měsíců, dokud nebudou známy odpovědi na nastolené otázky.

První měsíce začátku roku 2014 byly plné nejistoty ohledně dalšího vývoje situace a byly bedlivě sledovány názory na různé výklady znění NOZ. Bohužel ani plynoucí měsíce nepřinesly jasná řešení a firma tedy nadále pokračovala v zaběhlém režimu. Tento fakt se týkal i zákazníků, u kterých nebyly pozorovány nestandardní požadavky nebo odvolávání se na nová ustanovení.

Z důvodu trvající nejednoznačnosti právního výkladu týkající se záruky za vady a termínů pro její uznávání, neshledala společnost Elektro Kutílek významnější změny v chodu firmy, které by promítla do systému řešení reklamací. Proto při srovnání dat z let 2013 a 2014 nebyla zpozorována žádná tendence, která by nasvědčovala změně počtu nahlášených reklamací či nárůstu nebo poklesu délky doby nutné pro vyřízení nahlášené závady.

Vzhledem ke snaze o maximální spokojenost zákazníků a budování dobrého jména společnosti, řeší Elektro Kutílek reklamace v podstatě stále stejným způsobem jako před změnou občanského zákoníku. A jelikož do února roku 2015 není výklad sporných ustanovení stále sjednocen, firma nadále uznává i dvouletou záruku za jakost. Tento fakt

samozřejmě předpokládá spolupráci a ochotu dodavatelů a servisních středisek postupovat v uznávání záruk shodným způsobem tak, aby mohlo dojít k plynulému a bezproblémovému chodu řešení reklamací.

Z výše zmíněných důvodů zachování stávajících postupů řešení reklamací a uznání dvouletých záruk za vady i za jakost jako před zavedením NOZ, nedošlo u společnosti Elektro Kutílek k nárůstu či poklesu nákladů spojených s reklamacemi. Náklady na jednotlivé reklamace samozřejmě vykazují určitou variability s ohledem na daný typ výrobku, způsob opravy atd., ovšem vliv NOZ na výši nákladů nutných k vyřešení reklamace lze u této firmy považovat za nulový.

Lze také předpokládat, že dokud nedojde k vyřešení diskutabilních částí NOZ, budou záruky firmou společností Elektro Kutílek uznávány ve stejném rozsahu jako doposud a nelze tedy do té doby předpokládat změnu výše vynaložených nákladů na reklamace.

5.5. DISKUTABILNÍ USTANOVENÍ NOZ

V průběhu zpracování této práce byla nalezena problematická ustanovení nového občanského zákoníku, jejichž výklad nebyl do této doby jednoznačně určen či které by bylo vhodné upravit tak, aby prodávajícímu nevznikaly nepřiměřeně rozsáhlé povinnosti vůči kupujícímu. Zde budou uvedena a zhodnocena právě taková ustanovení, která by bylo vhodné určitým způsobem pozměnit a zajistit tak jasnou interpretovatelnost platného práva. Jedná se o:

- **§ 1829 odst. 2 NOZ:** *"Nebyl-li spotřebitel poučen o právu odstoupit od smlouvy v souladu s § 1820 odst. 1 písm. f), může spotřebitel od smlouvy odstoupit do jednoho roku a čtrnácti dnů ode dne počátku běhu lhůty pro odstoupení podle odstavce 1. Jestliže však byl spotřebitel poučen o právu odstoupit od smlouvy v této lhůtě, běží čtrnáctidenní lhůta pro odstoupení ode dne, kdy spotřebitel poučení obdržel."*

Tento paragraf znamená velké riziko pro podnikatele, kteří ať záměrně či nevědomky nedodrží informační povinnost. Vzhledem k faktu, který byl zjištěn při zpracovávání poznatků z reálné firmy, není vždy snadné své zákazníky při objednávkách uskutečněných pomocí prostředků komunikace na dálku informovat o všech zákonných náležitostech. Důsledky z nedodržení této povinnosti se jeví jako velmi přísné a to především v souvislosti s následujícím.

- **§ 1833 odst. 2 NOZ:** *"Spotřebitel odpovídá podnikateli pouze za snížení hodnoty zboží, které vzniklo v důsledku nakládání s tímto zbožím jinak, než je nutné s ním nakládat s ohledem na jeho povahu a vlastnosti. To neplatí, pokud podnikatel nesdělil spotřebiteli informace podle ustanovení § 1820 odst. 1 písm. f)."*

Pokud by tedy spotřebitel nebyl dle zákona informován, pro firmu by tato ustanovení mohla být v podstatě likvidační. Vzhledem k právům, která jsou mu tímto dána, by mohl zboží vrátit po roce a čtrnácti dnech poté, co ho intenzivně používal a prodávající by mu byl povinen vrátit plnou částku za zakoupené zboží. Z důvodu výše zmíněného, kdy např. tato povinnost byla firmou zcela nezáměrně opomenuta, by bylo vhodné toto tvrzení upravit do podoby, která by prodávajícího sice motivovala k dodržování tohoto zákona, ovšem nepřinášela s sebou i neúměrné sankce plynoucí z jeho nedodržení.

V § 53 odst. 7 OZ byla tato situace řešena pouze prodloužením doby k možnému vrácení zboží na 3 měsíce od převzetí plnění. Tento případ se jeví jako vhodnější a pro podnikatele podstatně příznivější. Proávajícího motivuje, ovšem neodrazuje od samotného podnikání, jelikož rizika z toho plynoucí jsou v tomto případě ještě snesitelná.

Ustanovení § 1833 odst. 2 by mohlo být pro firmu více problematické než zákonná možnost vrácení zboží po roce. Důvodem je fakt, že pokud by zboží bylo sice vráceno až po roce, ale bylo by nepoužité a s původním obalem, je možné určitou hodnotu získat opětovným prodejem zpět. Pokud ovšem zákazník vrátí výrobek opotřebovaný častým užíváním, je velmi obtížné dostat zpět byť i jen zlomek původní hodnoty zboží. Vzhledem k možné a poměrně snadné zneužitelnosti tohoto práva spotřebitelem by z pohledu prodávajícího bylo přínosné, aby toto právo nebylo spotřebiteli vůbec poskytnuto.

- **§ 2165 odst. 1 NOZ:** *"Kupující je oprávněn uplatnit právo z vady, která se vyskytne u spotřebního zboží v době dvaceti čtyř měsíců od převzetí."*

Jak bylo řečeno v kapitole 3.5.2., výklad tohoto ustanovení není do této chvíle jednoznačný, ovšem jako logické se jeví přiklonění se k tvrzení, že záruka za jakost již není garantována zákonem. Tomu nasvědčuje i fakt, že toto ustanovení je zařazeno do části týkající se práv z vadného plnění (tedy z vady, kterou měla věc v okamžiku převzetí kupujícím). Dále je potřeba přihlídnout k § 2 odst. 2 NOZ, který v podstatě říká, že smysl zákona musí mít přednost před jeho literou a není tedy možné mu přikládat jiný význam, než jaký plyne z vlastního smyslu slov a jejich souvislostí.

Z důvodu přetrvávajících protichůdných názorů by bylo vhodné pozměnit znění tohoto paragrafu tak, aby byl jeho význam jednoznačný. A to například použitím spojení "uplatnit právo z vadného plnění" namísto nyní uvedeného "uplatnit právo z vady". Poté by již bylo patrné, že se jedná o vadu, kterou mělo zboží při převzetí, přestože se případně projevila až později. Sjednocený výklad neuznávání zákonné záruky za jakost by byl samozřejmě velmi výhodný pro prodávající, jelikož v ceně výrobku by nemusely být zahrnuty náklady na možné opravy (ze záruky za jakost), a tak by bylo možné odpovědět na tlak kupujících na nižší cenu.

Dalším problémem tohoto ustanovení je použití slova od převzetí a to především v situaci při vyřízení reklamace výměnou věci za novou. Tento problém byl podrobněji popsán v kapitole 4.8., kde se dospělo k závěru, že správná interpretace znamená, že při výměně zboží začíná běžet nová lhůta pro uplatnění práva z vadného plnění. K zamezení pochybností o způsobu výkladu by bylo ovšem vhodné doplnit toto ustanovení např. částí, kterou obsahoval § 627 OZ:

"Dojde-li k výměně, začne běžet záruční doba znovu od převzetí nové věci. Totéž platí, dojde-li k výměně součástky, na kterou byla poskytnuta záruka"

6. Závěr

Nový občanský zákoník s sebou přinesl mnoho nového a to včetně takových změn, kterým lze přisuzovat tendence výrazného zásahu do zaběhlého způsobu chodu společnosti, především jejích určitých skupin. Tato diplomová práce se zaměřila právě na jednu z těchto skupin, a to na podnikatele zabývající se prodejem zboží spotřebitelům. Vztahy mezi prodávajícím a spotřebitelem a z nich plynoucí skutečnosti hrají klíčovou roli v celém ekonomickém systému a jakýkoli zásah do těchto vztahů je tedy důležitou součástí a indikací dalšího vývoje situace. S ohledem na změny, které vstoupily v účinnost 1.1.2014, hledala tato práce odpovědi na dopad nových ustanovení na vybranou skupinu.

Při srovnávání částí OZ a NOZ, vztahujících se k vybrané tématice, byly shledány určité odlišnosti a ty, které vztahy mezi prodávajícím a kupujícím zasáhly nebo by ze své podstaty mohly zasáhnout podstatným způsobem, byly podrobněji zkoumány. Při této analýze bylo zjištěno, že zákonodárci převážně navýšili povinnosti prodávajícího a do rukou spotřebitelů tak vložili více práv, která mohou být využita, ovšem bohužel i zneužita. Jedná se zde především o zmiňované ustanovení, které spotřebiteli umožňuje vrátit použité zboží po roce a čtrnácti dnech, pokud prodávající při prodeji pomocí prostředků komunikace na dálku nesplnil svou informační povinnost. Jak bylo prokázáno v případové studii, informovat zákazníka o všech zákonných náležitostech se v některých případech jeví jako velmi problematické a možná rizika plynoucí z tohoto ustanovení jsou příliš vysoká a zdají se být neúměrná k prohřešku firmy.

Naopak vstřícný krok pro podnikatele byl proveden korektivem přiměřenosti, kdy při uplatnění práv z vadného plnění spotřebitel již nemá právo na automatickou výměnu zboží, ale v první řadě na jeho opravu. Díky tomu mohou být podniku ušetřeny určité finanční prostředky, které mohou být následně použity například pro jeho rozvoj.

Ovšem hlavní pozitivní změnu pro prodávajícího lze přisuzovat nestanovení zákonné záruky za jakost. Pokud se výklad tohoto zákona v budoucnu sjednotí a závěr bude shodný s poznatky této práce, bude to pro české podnikatele znamenat otevření nových možností. Vzhledem k tomu, že v zahraničí záruka za jakost není běžná a jedná se spíše o výjimečnou záležitost, nebyly české firmy schopny u některých výrobků cenou

konkurovat zahraničním prodejčům. Tato situace by se tedy mohla do budoucna změnit, jelikož cena zboží by mohla být upravena dle nabízené či nenabízené záruky za jakost. A protože záruka za vadná plnění zůstává i nadále 24 měsíců, spotřebitel by i přesto měl určitou jistotu kvality výrobku.

Problémem zatím zůstává právě nepotvrzený výklad zákona, a tak firmy z převážné většiny dodržují záruky jako do doby zavedení nového občanského zákoníku. Tento fakt potvrdila i analýza situace firmy Elektro Kutílek, pro kterou v tomto směru nenastaly v podstatě žádné změny a reklamace vyřizuje stále stejným způsobem. A i pokud tento výklad soudy potvrdí, jeho implementace do vědomí spotřebitelů bude vyžadovat delší čas. Kupující byl po dlouhou dobu zvyklý na určitý servis, tedy na možnost reklamace zboží ve lhůtě dvou let. Pokud mu bude tato možnost firmou upřena, lze se domnívat, že se pokusí nákup uskutečnit tam, kde mu bude tato záruka nabídnuta. Do budoucna lze tedy očekávat, že se situace ohledně dodržování záruky za jakost bude měnit pozvolna, případně bude její dodržování firmami využíváno jako konkurenční výhoda.

Tato práce podala přehled o zásadních změnách povinností prodávajících a práv kupujících. Jejich vliv a dodržování zkoumala na reálné firmě, kde se snažila vysledovat, zda nový občanský zákoník zasahuje i mimo teoretickou rovinu. Jak bylo zjištěno, ač NOZ obsahuje i pro firmy problematické části, zatím pro zkoumanou společnost nepřinesl žádné zásadnější důsledky a spotřebitelé svých práv nezačali ani více zneužívat. Z důvodu krátké doby od zavedení, kdy okolo NOZ stále panují určité nejasnosti, tedy nebyl shledán jeho zásadnější dopad na vybranou firmu, a to ani v pozitivním ani negativním smyslu. Lze se rozumně domnívat, že obdobná situace se vyskytuje i u většiny ostatních společností a teprve soudní systém ukáže, jak výrazné a rychlé změny bude tento zákoník do budoucna představovat. Tato diplomová práce ke zmíněným diskutabilním ustanovením navrhla i vhodná řešení, která by mohla vnést světlo do jejich výkladu, zajistit tak jednoznačnost zákona a zamezit nejistotě z toho plynoucí.

7. Seznam použitých zdrojů:

Tištěné dokumenty

- [1.] BEZOUŠKA, Petr a Lucie PIECHOWICZOVÁ. Nový občanský zákoník 2014 – nejdůležitější změny. Praha: Anag, 2013, 376 s. ISBN 978-80-7263-819-2.
- [2.] CASSON, Mark a Andrew GODLEY. Entrepreneurship and Historical Explanation. In: CASSIS, Youssef a Ioanna PEPELASIS MINGOLU (eds). Entrepreneurship in Theory and History. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2005. 211 s. ISBN 1-4039-3947-0.
- [3.] JUREČKA, Václav, JÁNOŠÍKOVÁ, Ivana a kol. *Makroekonomie. Základní kurs*. Ostrava: Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava, 2009. 299 s. ISBN 978-80-248-2065-1
- [4.] ONDŘEJ, Jan a kol. *Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele. Ekonomické, právní a sociální aspekty*. 1. Vydání. Praha: C. H. Beck, 2013. 381 s. ISBN 978-80-7400-446-9.
- [5.] RYŠÁVKOVÁ, JUDr.Ing. Veronika, Ing. Pavla BENÁTČANOVÁ, Mgr.et Mgr. Dana PRUDÍKOVÁ PH.D. a Mgr. František KORBEL, PH.D. *Nový občanský zákoník úplně pro všechny*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2014, 304 s. ISBN 978-80-247-5157-3.

Vysokoškolské kvalifikační práce

- [6.] KRAUSOVÁ, Alžběta. *Uzavírání smluv, adhezni smlouvy*. Brno, 2007. Diplomová práce na Právnické fakultě Masarykovy univerzity na Katedře obchodního práva. Vedoucí práce prof. JUDr. Karel Marek, CSc.
- [7.] LAVRUSHIN, Konstantin. *Právo a ekonomie. Kritický přístup*. Brno, 2011, 70 s. Diplomová práce na Právnické fakultě Masarykovy univerzity na Katedře teorie práva. Vedoucí práce JUDr. et Mgr. Martin Škop, Ph. D.
- [8.] ROBOTKA, Ladislav. *Ochrana spotřebitele v NOZ*. Brno, 2013, 63 s. Diplomová práce na Právnické fakultě Masarykovy univerzity na Katedře občanského práva. Vedoucí práce Mgr. Miloslav Hrdlička.

Legislativní dokumenty

- [9.] Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
- [10.] Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.
- [11.] Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU

Elektronické dokumenty

- [12.] BAUMANN, Wolfgang. Ekonomická analýza práva. Výzva pro notáře. *Ad Notam* [online]. 2008, roč. 14, č. 3 [cit. 2014-05-25]. Dostupné z: <http://www.nkcr.cz/doc/adnotam/2008_3.pdf>. ISSN 1211-0558
- [13.] JÜNGER, Josef. *Management a podnikání I.* [online]. Ostrava: Ostravská univerzita, 2007 [cit. 2014-05-25]. Dostupné z: <http://projekty.osu.cz/pvsos/doc/management_podnikani.pdf>.
- [14.] KAPLOW, Louis a Steven SHAVELL. *Economic Analysis of Law* [online]. 1999 [cit. 2014-05-29]. Dostupné z: <http://www.law.harvard.edu/programs/olin_center/papers/pdf/251.pdf>.
- [15.] KORNHAUSER, Lewis. The Economic Analysis of Law. In: *Stanford Encyclopedia of Philosophy* [online]. 12. 8. 2011 [cit. 2014-04-10]. Dostupné z: <<http://plato.stanford.edu/entries/legal-econanalysis/>>.
- [16.] KUTÍLEK, Jan a Michal KUTÍLEK. Pár slov o Elektro Kutílek. Elektro Kutílek [online]. 2014 [cit. 2015-03-16]. Dostupné z: <http://www.elektro-kutilek.cz/>
- [17.] NEUGEBAUER, Richard. *Mikroekonomie* [online]. Opava: Slezská univerzita v Opavě, 2012 [cit. 2014-05-25]. Dostupné z: <<http://www.slu.cz/math/cz/lide/neugebauer-richard/teaching/docs/OporaMikroekonomieNeugebauersinteraktivitouasopravamipodlerecoenze.pdf>>.
- [18.] ŽILOVÁ, Denisa. Práva spotřebitelů a povinnosti obchodníků: Na co se nejde vymlouvat při reklamaci zboží. *Probyznys.info* [online]. 2014 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <http://probyznysinfo.ihned.cz/c1-62119010-prava-spotrebitelu-a-povinnosti-obchodniku-na-co-se-nejde-vymlouvat-pri-reklamaci-zbozi>

- [19.] Uplatňování definice malého a středního podniku (MSP). Businessinfo.cz [online]. 2009 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/uplatnovani-nove-definice-maleho-a-3760.html>
- [20.] O nás. *Expert Elektro* [online]. 2013 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <http://www.expert.cz/o-nas/>
- [21.] Obchodní podmínky. *Expert Elektro* [online]. 2014 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <http://www.expert.cz/obchodni-podminky/>
- [22.] Reklamace. *Expert Elektro* [online]. 2014 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <http://www.expert.cz/reklamace/>
- [23.] Přidělení reklamačního čísla (RMA). *Alza* [online]. 2013 [cit. 2015-01-16]. Dostupné z: <https://www.alza.cz/servis-alza-reklamace-primo-u-nas-w1.htm>

8. Přílohy:

Příloha č.1 – REKLAMAČNÍ ŘÁD

vydaný ve smyslu občanského zákoníku č. 89/2012 Sb. V platném znění Obchodní společností K+B Expert, s.r.o., IČ: 40613666, se sídlem u expertu 91, 250 69 Klíčany, okres Praha-východ, IČ: 40762157, zapsané v OR u Městského soudu v Praze oddíl C, vložka 3554.

I. Úvodní ustanovení

1. Reklamačním řádem se blíže vymezují některá vzájemná práva a povinnosti prodávajícího, tj. K+B Expert, s.r.o. A kupujícího.
2. Reklamační řád se vztahuje na věci, u něhož jsou uplatňována práva kupujícího z odpovědnosti za vady v záruční době.
3. Jednání prodávajícího a kupujícího by měla směřovat zásadně k zachování kupní smlouvy a k odstranění vady či k poskytnutí slevy z ceny reklamovaného zboží. Pokud by však odstraňování vady mělo přinést stranám výrazné narušení jejich hospodářských zájmů ve vztahu k reklamované věci, je namíste preferovat odstranění vady výměnou věci za bezvadnou nebo odstoupení od smlouvy.

II. Převzetí zboží

1. Kupující prohlédne věc bezprostředně při jejím převzetí v prodejně prodávajícího nebo při jejím převzetí od dopravce.
2. Jsou-li zjištěny zjevné vady věci, za které se považují všechny vady zjistitelné při převzetí věci, je kupující oprávněn požadovat od prodávajícího v prodejně dodání věci bezvadné a pokud mu je věc dopravována na jím určené místo, je kupující povinen vyhotovit záznam o charakteru a rozsahu zjištěných vad, který potvrdí dopravce svým podpisem. Kupující je oprávněn v tomto případě věc nepřevzít a požadovat dodání věci bez vad.

III. Záruční podmínky

1. Prodávající kupujícímu odpovídá za to, že prodávaná věc má předpokládanou jakost při převzetí kupujícím.
2. Kupující je oprávněn uplatnit u prodávajícího právo z vady, která se vyskytne v době dvacetičtyř měsíců od převzetí zakoupené věci (dále jen: v záruční době). Projeví-li se vada v prvním půl roce po převzetí zakoupeného zboží, má se zato, že zboží bylo vadné od počátku a zákazník může požadovat výměnu věci za novou a bez vadnou. Pokud by taková výměna byla z povahy projevené vady věci neúměrná, kdy lze vadu bez zbytečného odkladu odstranit, výměnu věci nelze požadovat (drobné nepodstatné vady).

3. Má-li věc vadu, která nebrání užívat věc k určenému účelu, lze ji prodat jen za nižší cenu. u věcí prodávaných za nižší cenu se záruka nevztahuje na vady, pro které byla nižší cena sjednána.
4. Záruční doba se prodlužuje o dobu, po kterou byla věc v záruční opravě. V případě výměny vadné věci za bezvadnou, neběží od jejího převzetí kupujícím nová záruční doba.

IV. Reklamace

1. Při zjištění vad v záruční době, je kupující oprávněn vady reklamovat přímo v autorizovaných servisech. Autorizované servisy bývají specifikovány v příloze k záručnímu listu nebo je na dotaz kupujícího označí prodávající.
2. Reklamaci lze také uplatnit v prodejně prodávajícího. V případě uplatnění reklamace přímo v autorizovaném servisu se vyřízení reklamace značně urychlí.
3. Kupující při reklamaci věci prokazuje, kdy a kde reklamované zboží zakoupil, zejména předložením vyplněného záručního listu nebo dokladu o zaplacení kupní ceny, resp. jiným věrohodným způsobem.
4. Je-li vadné plnění nepodstatným porušením smlouvy, má kupující právo na odstranění vady v dohodnuté přiměřené lhůtě nebo na přiměřenou slevu z kupní ceny. Neodstraní-li prodávající vadu řádně a včas má kupující právo na slevu z kupní ceny nebo může od smlouvy odstoupit.
5. V případě porušení smlouvy podstatným způsobem a zjištění vady, která brání tomu, aby věc mohla být užívána řádně jako věc bez vady (prokázané zejména písemným stanoviskem autorizovaného servisního střediska, pokud si to vyžaduje povaha věci), má kupující právo:
 - a) na odstranění vady dodáním nové věci bez vady nebo dodáním chybějící věci,
 - b) na odstranění vady opravou věci,
 - c) na přiměřenou slevu z kupní ceny, nebo
 - d) odstoupit od smlouvy.
6. Jde-li sice o nepodstatné porušení smlouvy, zpravidla pro vady odstranitelné, avšak kupující nemůže věc pro opětovné vyskytnutí vady po opravě (stejná vada se po opravě opakovaně projeví nejméně třikrát) nebo pro větší počet vad (nejednou se projeví alespoň čtyři různé vady) věc řádně užívat má právo na odstranění vady výměnou za věc bez vady nebo od smlouvy odstoupit.
7. V případě oprávněného odstoupení od smlouvy za podmínek stanovených občanským zákoníkem, se smlouva od počátku ruší a smluvní strany jsou si povinny vrátit vzájemná plnění.

8. Pokud byla reklamace věci posouzena jako neoprávněná, kdy závada vznikla, např. běžným opotřebením věci nebo její součástí způsobené používáním nebo nesprávným použitím nebo nesprávnou montáží nebo chybnou manipulací apod., bude kupujícímu věc vrácena neopravená. Na písemnou žádost kupujícího může servisní středisko věc opravit na náklady kupujícího.
9. O každé reklamované vadě a způsobu vyřízení reklamace, musí být vyhotoven písemný protokol.
10. Prodávající je povinen vyřídit reklamaci podle povahy reklamované vady bezodkladně, nejpozději však do 30 dnů ode dne jejího uplatnění kupujícím. Po uplynutí této 30-ti denní lhůty nebo delší dohodnuté lhůty k odstranění vad má kupující stejná práva, jako v případě porušení smlouvy podstatným způsobem.
11. Práva z odpovědnosti za vady věci zaniknou, nebyla-li uplatněna řádně a včas v záruční době.

V. Důvody pro neposkytnutí záruky

1. Prodávající neposkytuje záruku na vady vzniklé z důvodů nedodržení podmínek pro odbornou montáž, instalaci nebo údržbu reklamovaného zboží, nebo při zjištění, že jsou porušeny ochranné servisní pečeti nebo nálepky na reklamovaném zboží nebo v případě, že reklamované zboží bylo používáno k jinému než obvyklému účelu nebo za podmínek, které neodpovídají parametrům uvedeným v dokumentaci ke zboží, a důsledkem toho vada vznikla a nebo v případě zjištění, že byly pozměněny údaje v záručním listě nebo v dokladu o koupi za účelem získání výhody reklamovat vady zboží.
2. Záruka se nevztahuje na vady reklamovaného zboží :
 - způsobené živelnou katastrofou, povětrnostními vlivy, mechanickým opotřebením nebo poškozením, elektrostatickým nábojem,
 - způsobené spotřebou spotřebního materiálu jako jsou zejména tonery, pásky, tiskové hlavy, skenovací hlavy, magnetické nosiče, náplně, baterie, lampy atd.
3. Za vadu se nepovažuje:
 - pokud se u LCD monitoru a televizoru neprojeví závada tří a více barevných pixelů nebo šesti a více subpixelů (dle ISO 13406-2)

VI. Závěrečná ustanovení

1. Záruční podmínky v tomto Reklamačním řádu neopravené se řídí platnými právními normami právního řádu České republiky.
2. Tento Reklamační řád nabývá účinnosti 1.1.2014 a platí až do odvolání.

Zdroj: interní materiály společnost Elektro Kutílek s.r.o.

Příloha č. 2 - REKLAMAČNÍ PROTOKOL

Potvrzení o nahlášení závady (8e.2)

(zákazníkem potvrzený doklad určený pro archivaci v.3.0)

ČÍSLO: 107-1355
PŘIJATO/UKONČENO: 7.10.2014 /
VÝROBEK: BlackBerry Z10
VÝROBNÍ ČÍSLO: 357033054523956
KOMPLETNOST A STAV: telefon, baterie, kryt, záruční list, paragon, protokol ze servisu / jeví známky běžného používání
DRUH OPRAVY: záruční
ZÁVADA: když zákazník telefonuje, na druhé straně ho není slyšet
ADRESA ZÁKAZNÍKA:
TELEFON ZÁKAZNÍKA:
PŘIJAL:

- zákazník prohlašuje, že závada na věci nevznikla jeho zaviněním a že používal výrobek v souladu s návodem

- zákazník souhlasí, aby firma Elektro Kutílek s.r.o. zpracovala jím dobrovolně poskytnuté osobní údaje obsažené v tomto protokole. Údaje nebudou bez souhlasu poskytovatele předány třetím stranám. Zákazník má právo k přístupu ke svým osobním údajům v sídle firmy.

- zákazník bere na vědomí, že servisní zásah může způsobit ztrátu dat nebo ztrátu nastavení. Pokud zákazník data nezbytně potřebuje, je povinen si je zálohovat ještě před předáním výrobku.

- výrobek bude vydán zpět zákazníkovi pouze po předložení tohoto protokolu.

- pokud se prokáže, že vada vznikla nesprávným používáním výrobku, nebo že deklarovaná vada nebyla servisem zjištěna, může příslušný servis vyžadovat úhradu vzniklých nákladů.

Podpis zákazníka

.....

Potvrzení o nahlášení závady

(část pro servis)

ČÍSLO: 107-1355
DATUM: 7.10.2014
VÝROBEK: BlackBerry Z10
VÝROBNÍ ČÍSLO: 357033054523956
KOMPLETNOST A STAV: telefon, baterie, kryt, záruční list, paragon, protokol ze servisu / jeví známky běžného používání
DRUH OPRAVY: záruční
ZÁVADA: když zákazník telefonuje, na druhé straně ho není slyšet. Výrobek byl zkoušen na prodejně, závada se projevila.

ELEKTRO KUTÍLEK

Elektro Kutílek s.r.o., Boleslavská třída 132/2 NYMBURK
Tel. elektronika: 325 512 790, Tel. domácí spotřebiče: 325 514 289, Email info@elektro-kutilek.cz, Online chat: elektro-kutilek.cz

Zdroj: interní materiály společnost Elektro Kutílek s.r.o.

Potvrzení o nahlášení závady

(doklad pro zákazníka)

ČÍSLO: 107-1355
PŘIJATO/UKONČENO: 7.10.2014 / 6.11.2014
VÝROBEK: BlackBerry Z10
VÝROBNÍ ČÍSLO: 357033054523956
KOMPLETNOST: telefon, baterie, kryt, záruční list, paragon, protokol
ze servisu
STAV: jeví známky běžného používání
DRUH OPRAVY: záruční
ZÁVADA: když zákazník telefonuje, na druhé straně ho není slyšet
ADRESA ZÁKAZNÍKA:
TELEFON ZÁKAZNÍKA:

- zákazník prohlašuje, že závada na věci nevznikla jeho zaviněním a že používal výrobek v souladu s návodem

- zákazník souhlasí, aby firma Elektro Kutílek s.r.o. zpracovala jím dobrovolně poskytnuté osobní údaje obsažené v tomto protokole. Údaje nebudou bez souhlasu poskytovatele předány třetím stranám. Zákazník má právo k přístupu ke svým osobním údajům v sídle firmy.

- zákazník bere na vědomí, že servisní zásah může způsobit ztrátu dat nebo ztrátu nastavení. Pokud zákazník data nezbytně potřebuje, je povinen si je zálohovat ještě před předáním výrobku.

- výrobek bude vydán zpět zákazníkovi pouze po předložení tohoto protokolu.

- pokud se prokáže, že vada vznikla nesprávným používáním výrobku, nebo že deklarovaná vada nebyla servisem zjištěna, může příslušný servis vyžadovat úhradu vzniklých nákladů.

**V okamžiku vyřízení Vás budeme informovat na uvedený kontakt.
Pokud nebudete zastížení, informujte se prosím sami do 6.11.2014 od 8:00-17:30 na tel. číslo
312 315 355.**

Vyřízeno způsobem: (op./vý./vp/neuz)

.....

**Výrobek přijat
Podpis pracovníka EK**

Podpis zákazníka dne:

.....

Dne:

ELEKTRO KUTÍLEK

Elektro Kutílek s.r.o., Boleslavská třída 132/2 NYMBURK
Tel. elektronika: 325 512 790, Tel. domácí spotřebiče: 325 514 289, Email info@elektro-kutilek.cz, Online chat: elektro-kutilek.cz

Zdroj: interní materiály společnost Elektro Kutílek s.r.o.

107-1355
BlackBerry Z10
7.10.2014

1. zabalit

Kdo balil:

Martin	Jirka	Pavel	Kuba	Robert	David	Lukáš	Barča	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kdy balil: _____

2. objednat svoz

Datum objednávky svozu z outlooku: _____

Spedice:

Platba:

Pokyny:

3. vyplnit svoz na

8214078971

4. po odesání odkliknout v outlooku na „odesláno“

Zdroj: interní materiály společnost Elektro Kutílek s.r.o.

Příloha č.3 – VZHLED DATABÁZE ELEKTRO KUTÍLEK

The screenshot displays a software interface for managing service requests. It includes the following sections and data:

- Header:** Ionic-Care Triton X6 čistička Black - Reklama 12.1
- Service Info:**
 - Značka: Ionic-CARE –čističky vzedledu
 - Ukaz servisy: Krabicovina a Voraček
 - Do servisu: 6.10.2014
 - Ze servisu: Žádné
 - Objednal: XXXX
 - Objednáno: Žádné
- Shipping:**
 - Číslo svazku: 6.10.2014
 - Odeslal: XXXX
 - Navrácená reklama: Navráčeno dnes
 - Přijal: Voláno dnes
 - Vyrozměření: po 1.1.1601.0:00
 - Žádné: SMS dnes
- Form Fields:**
 - Číslo: 106-1240, Datum od: 6.10.2014, do: 5.11.2014
 - Vyměna (seznam výměných modelů): Ionic-Care Triton X6 čistička Black
 - Kompletnost: přístroj, původní obal, paragon, tv reklam
 - Závazek: přístroj je neopravené hlukový, (chrčí), přístroj byl už s touto závadou jed
 - Číslo PRG: 100.1pas31-4008780
 - Seržál: XXXX
 - Probl: Ne
- Phone List:** A dropdown menu showing a list of mobile phone numbers, including numbers from various carriers like ECG, SGP, and various GSM networks.
- Buttons:** Vytvoř novou zápolku, Otevři propojenou zápolku, and a green 'Volná' status indicator.

Zdroj: interní materiály společnost Elektro Kutílek s.r.o.

Příloha č.4 – POTVRZENÍ OBJEDNÁVKY z ESHOPU EXPERT.CZ

Objednávka :1450025037

<p>Dodavatel:</p> <p>expert ČR s.r.o U Expertu 91 250 69 Klíčany Česká republika</p> <p>Telefon:800 121 120 Fax:</p> <p>IČ:63993503 DIČ:CZ63993503</p> <p>Číslo účtu: 5040019649/5500</p> <p>Jsme plátcí DPH.</p> <hr/> <p>Příjemce:</p> <p>Zuzana Dvořáková</p> <p>Telefon: Telefon: E-mail:</p>	<p>IČ odběratele: DIČ odběratele:</p> <hr/> <p>Odběratel:</p> <p>Zuzana Dvořáková</p> <p>000 00</p> <hr/> <p>Objednávka:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datum objednávky: 26.02.2015, 17:43:55 • Způsob odběru: Osobní odběr na prodejně • Způsob platby: Hotovost • Doplnující informace:
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Název	Cena/J bez DPH	DPH [%]	Množství	Jednotka	Cena bez DPH	Cena s DPH
341580019999 UNI SCHOLL Velvet + 1 váleček gratis	742,93	21%	1,0	KS	742,93	899,00
Doprava		0%	1,0		0,00	0,00
PAYSERVICE	0,00	0%	1,0		0,00	0,00

Zdroj: vlastní objednávka uskutečněná na webových stránkách www.expert.cz

Příloha č.5 – FORMULÁŘ pro ODSTOUPENÍ od SMLOUVY



dobrá rada, dobrá cena

(vyplňte tento formulář a pošlete jej zpět pouze v případě, že chcete odstoupit od smlouvy)
Oznámení o odstoupení od smlouvy

- Adresát: **expert ČR, s.r.o., u expertu 91, 250 69 Klíčany, okres Praha-východ**

- Oznamuji/oznamujeme(*), že tímto odstupuji/odstupujeme(*) od smlouvy o nákupu tohoto zboží:

.....

-Datum objednání zboží:

- Jméno a příjmení kupujícího spotřebitele/spotřebitelů:

- Adresa kupujícího spotřebitele/spotřebitelů:

.....

- Číslo prodejního dokladu¹⁴:

- Číslo objednávky¹⁵:

- Kupní cena má být vrácena¹⁶:

(*) bezhotovostním převodem na bankovní účet číslo:

..... /

- Podpis kupujícího spotřebitele/spotřebitelů (pouze pokud je tento formulář zasílán v listinné podobě):

.....

- Datum

.....

(*) Nehodící se škrtněte nebo údaje doplňte.

¹⁴ Jedná se o nepovinný údaj, jeho uvedení však urychlí vyřízení Vašeho požadavku

¹⁵ Jedná se o nepovinný údaj, jeho uvedení však urychlí vyřízení Vašeho požadavku

¹⁶ Jedná se o nepovinný údaj, jeho uvedení však urychlí vyřízení Vašeho požadavku

Expert ČR, s.r.o., u expertu 91, 250 69 Klíčany, tel.: 272 122 196, www.EXPERT.cz, e-mail: obchod@expert.cz

Zákaznická linka ZDARMA: 810 121 120

IČO: 63993503, DIČ: CZ63993503, zapsané v OR u Městského soudu v Praze, oddíl C, vložka 39211

Zdroj: formulář dostupný na webových stránkách <http://www.expert.cz/obchodni-podminky/>