

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra práva



Bakalářská práce

**Ochrana spotřebitele se zaměřením na smlouvy
uzavírané mimo provozovnu**

Šárka Rozsypalová

© 2011 ČZU v Praze

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Šárka Rozsypalová

obor Provoz a ekonomika

Vedoucí katedry Vám ve smyslu Studijního a zkušebního řádu ČZU v Praze
čl. 16 určuje tuto bakalářskou práci.

Název práce: **Ochrana spotřebitele se zaměřením na smlouvy
uzavírané mimo provozovnu**

Osnova bakalářské práce:

1. Úvod
2. Cíl práce a metodika
3. Základní pojmy
4. Právní úprava spotřebitelských smluv v EU a v ČR
5. Právní úprava smluv uzavíraných mimo provozovnu v EU a v ČR
6. Reklamace ve vybraných zemích
7. Praktický příklad
8. Poznatky a doporučení
9. Závěr
10. Seznam použitých zdrojů
11. Přílohy

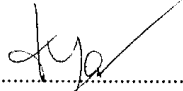
Rozsah hlavní textové části: 30 - 40 stran

Doporučené zdroje:

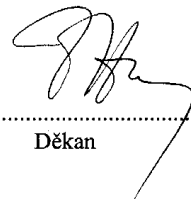
- Dupal, L. – Michálková, I. – Novák, K. Rádce spotřebitele – rizika při nákupu zboží. 1. vydání. Brno: CP Books, a.s., 2005. 254 s. ISBN 80-251-0507-5
- Houdek, D. Jak úspěšně reklamovat – rádce spotřebitele i obchodníka. 1. vydání. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2007. 164 s. ISBN 978-80-247-2201-6
- Hulva, T. Ochrana spotřebitele. Praha: ASPI, a. s., 2005, 452 s. ISBN 80-7357-064-5
- Libánský, P. – Štěpán, P. Průvodce spotřebitele Evropskou unií. 1. vydání. Praha: Ministerstvo zahraničních věcí ČR, 2001. 76 s. ISBN 80-86345-12-12
- Mračko, M.: Živnostenské právo a právo ochrany spotřebitele, EPOS, 2007. ISBN 978-80-8057-729-2
- Švestka, J. – Spáčil, J. – Škárová, M. – Hulmák, M. a kolektiv. Občanský zákoník. Komentář. 2. vydání, Praha: C.H. Beck, 2009. 2528 s. ISBN 978-80-7400-180-6 Praha 2009
- Tomancáková, B. Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady. Linde Praha, a.s., 2008. 224 s. ISBN 978-80-7201-695-2
- Zdražil, M. Ochrana spotřebitele: praktická příručka se vzory a judikaturou, Praha: Linde 2000, 231 s. ISBN 80-720-124-01
- Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník (v platném znění)
- Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele (v platném znění)
- Zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon (v platném znění)
- Směrnice rady 85/577/EHS ze dne 20. prosince 1985 o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory
- Směrnice rady 93/13/EHS ze dne 5. dubna 1993 o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách
- Směrnice rady 85/374/EHS ze dne 25. července 1985 o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se odpovědnosti za vady výrobků
- a další literatura po dohodě s vedoucí bakalářské práce

Vedoucí bakalářské práce: **JUDr. Jitka Mráčková, CSc.**

Termín odevzdání bakalářské práce: duben 2011



Vedoucí katedry



Děkan

V Praze dne: 19. 2. 2010

Čestné prohlášení

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

V Praze dne 1. 4. 2011

Ráda bych touto cestou poděkovala své vedoucí bakalářské práce
paní JUDr. Jitce Mráčkové, CSc., za její ochotu, cenné připomínky a odborné vedení, které
vedly k dokončení práce.

Ochrana spotřebitele se zaměřením na smlouvy uzavírané mimo provozovnu

Consumer protection focused on contracts concluded away from business premises

ABSTRAKT

V bakalářské práci z hlediska ochrany spotřebitele věnuji pozornost základním pojmům, které sebou tato problematika přináší (spotřebitel, dodavatel, spotřebitelská smlouva apod.), dále obecné právní úpravě spotřebitelských smluv v EU a v ČR a obecným otázkám reklamací. Část práce se zabývá problematikou při uzavírání spotřebitelských smluv mimo prostory obvyklé k podnikání.

Práce je rozdělena do dvou částí – na část teoretickou, kde je popsána právní úprava v EU a ČR a část praktickou, ve které popisují nákup výrobků při podomním prodeji a dále zde na základě ankety zjišťuji povědomí lidí o reklamacích.

K vypracování práce jsem používala nejčastěji občanský zákoník č. 40/1964 Sb., v platném znění, zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v platném znění a některé ze směrnic Evropské unie týkající se ochrany spotřebitele (směrnice Rady č. 85/577/EHS a další).

KLÍČOVÁ SLOVA

Spotřebitel, dodavatel, smlouvy uzavírané mimo provozovnu, ochrana spotřebitele, spotřebitelská smlouva.

ABSTRACT

In the bachelor essay I take into account elementary matters connected to consumer protection by talking about elementary notions (consumer, supplier, consumer contract, etc.), further I deal with general legislation of consumer contracts in the European Union and in the Czech Republic and general problems of claims.

A part of the essay considers the problems of signing up the consumer contracts out of usual trade scope. The essay is divided into two parts - the theoretical part where the legislations in the EU and in the Czech Republic are described and the practical part where I describe the doorstep selling and furthermore I give an account of people's knowledge when solving the claims, which is based on my questionnaire.

When writing this essay I used mainly the Civil Code, article 40/1964, in valid version, law no.634/1992, consumer protection, in valid version and some of the European Union directions regarding to consumer protection (direction of Council of the European Union no.85/577/EEC, etc.)

KEY WORDS

Consumer, contractor, contracts concluded away from business premises, consumer protection, consumer contracts.

OBSAH

1.	ÚVOD.....	10
2.	CÍL PRÁCE A METODIKA	11
3.	ZÁKLADNÍ POJMY	14
3.1.	Úvod do problematiky.....	14
3.2.	Spotřebitel.....	14
3.3.	Poskytovatel výrobku	15
3.4.	Spotřebitelská smlouva.....	16
3.5.	Podomní obchod	16
3.6.	Jiné formy prodeje	17
4.	PRÁVNÍ ÚPRAVA SPOTŘEBITELSKÝCH SMLUV V EU A ČR	20
4.1.	Právní úprava spotřebitelských smluv v EU	20
4.1.1.	Úvod do problematiky.....	20
4.1.2.	Vývoj v oblasti ochrany spotřebitele v EU.....	20
4.1.3.	Směrnice v oblasti ochrany spotřebitele.....	21
4.2.	Právní úprava spotřebitelských smluv v ČR	23
4.2.1.	Vývoj právní ochrany.....	23
5.	PRÁVNÍ ÚPRAVA SMLUV UZAVÍRANÝCH MIMO PROVOZOVNU V EU A ČR.....	25
5.1.	Úvod do problematiky.....	25
5.2.	Právní úprava smluv uzavíraných mimo provozovnu v EU	25
5.2.1.	Slovenská republika.....	26
5.3.	Právní úprava smluv uzavíraných mimo provozovnu v ČR	28
6.	REKLAMACE VE VYBRANÝCH ZEMÍCH	30
6.1.	Právní úprava reklamací v ČR.....	30
6.1.1.	Vady.....	31
6.1.2.	Reklamační řízení	32

6.1 3. Reklamce při koupi zboží mimo stálou provozovnu.....	34
6.2. Reklamace ve státech EU	35
6.2.1. Reklamace ve vybraných zemích EU	36
7. PRAKTICKÁ ČÁST	39
7.1. Praktický příklad.....	39
7.2. Vyhodnocení ankety: Povědomí spotřebitele o reklamacích	40
7.2.1. Obecné údaje o anketě	40
7.2.2. Hodnocení základních identifikačních otázek	40
7.2.3. Vyhodnocení otázek týkajících se povědomí o reklamacích.....	41
8. POZNATKY A DOPORUČENÍ	44
9. ZÁVĚR	47
10. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	48
11. PŘÍLOHY.....	50
11.1. Příloha 1: Doporučený dopis.....	50
11.2. Příloha 2: Kupní smlouva.....	51
11.1. Příloha 3: Obchodní podmínky a reklamační řád	52
11.2. Příloha 4: Anketa – Povědomí spotřebitele o reklamacích	53
11.3. Příloha 5: Grafy.....	55
11.4. Příloha 6: Směrnice č. 85/577/EHS.....	60
11.5. Příloha 7: zákon č. 108/2000 Z.z.....	65

1. ÚVOD

Problematika ochrany spotřebitele se dotýká každého z nás, bez ohledu na pohlaví, věk, postavení ve společnosti či povolání. Téměř každý den nakupujeme výrobky (potraviny, oblečení) nebo využíváme služeb nabízených podnikateli a společnostmi (poštovní, stravovací, ubytovací), a tím uzavíráme různé kupní smlouvy.

Možná právě proto je ochraně spotřebitele věnována zvláštní pozornost. I přes tuto pozornost není však spotřebitel dostatečně informován o svých právech a nemá dostatek zkušeností, které by mu mohly pomoci při rozhodování o uzavření či neuzavření spotřebitelských smluv. Je tedy právem považován za slabší smluvní stranu. Stále vznikají nové a nové problémy související s prodejem zboží nebo poskytováním služeb.

Vedle tradičních forem prodeje zboží v kamenných obchodech se v posledních letech rozmáhají také další možnosti, kde nakupovat zboží či služby. Jedná se například o prodej zboží na ulici, v místě bydliště, při různých zájezdových akcích a podobně. Z hlediska ochrany spotřebitele je tento druh obchodu velice zrádný. Kupující je ve většině případů nabídkou prodejce zaskočen a musí se velice rychle rozhodnout, zda výrobek koupí či nikoliv. Tyto obchodní praktiky je třeba právně regulovat a tím spotřebitele ochránit.

V České republice poskytují právní ochranu orgány veřejné moci na veřejnoprávní a soukromoprávní bázi. Kontrolou se zabývají například orgány státní správy, orgány územní samosprávy a jiné. Dále se také můžeme zmínit o orgánech zabývajících se dozоровáním, mezi které patří Česká obchodní inspekce, Státní veterinární správa ČR a mnoho dalších. Na ochranu spotřebitele se v současné době soustředí také řada spotřebitelských organizací, a to nejen v České republice, ale i v rámci Evropské unie. Tyto organizace jsou nezávislé a vzájemně spolupracují a chrání tak spotřebitele na nadnárodní úrovni. Zdá se, že spotřebitelé jsou z právního hlediska poměrně dobře chráněni, ale mnohdy neumí tyto zákony vhodně použít na svoji situaci nebo zákony vůbec neznají. I z tohoto důvodu existují organizace na ochranu spotřebitele, které bojují za práva spotřebitelů a zároveň se je snaží i vzdělávat.

2. CÍL PRÁCE A METODIKA

Cíl práce

Cílem mé bakalářské práce je analýza současné situace právní úpravy spotřebitelských smluv se zaměřením na smlouvy uzavřené mimo provozovnu. Dále se budu věnovat oblastem týkajících se reklamace nebo také problémům, které mohou vzniknout při odstoupení od spotřebitelských smluv.

Bakalářskou práci jsem rozčlenila do jedenácti kapitol. Ve třetí kapitole se zaměřím na ochranu spotřebitele v obecné rovině. Vysvětlím pojmy spotřebitel, poskytovatel výrobku, spotřebitelská smlouva a stručně nastíním nejběžnější formy podnikání mimo stálou provozovnu.

Ve čtvrté kapitole budu popisovat rozdíly mezi úpravou spotřebitelských smluv v Evropské unii a v České republice. Zmíním se také o vývoji ochrany spotřebitele v EU či institucích zde působících.

Pátá kapitola bude věnována problematice právní úpravy smluv uzavřených mimo provozovnu. Opět půjde o srovnání zemí Evropské unie s Českou republikou.

Další tedy šestá kapitola bude věnována reklamacím. Zaměřím se hlavně na rozdíly v podmínkách reklamace v zemích patřících k Evropské unii.

Sedmou kapitolu nazvanou praktická část jsem rozdělila do dvou částí. V první části budu popisovat příběh ze života - prodej výrobku na zájezdu a jeho následnou reklamaci. Ve druhé části jsem si připravila anketu zaměřenou na povědomí spotřebitelů o reklamacích. Otázky jsou zaměřené na to, zda spotřebitelé znají, jaká mají v případě reklamce výrobků práva a zda vědí, na koho se mají obrátit.

V osmé kapitole jsou shrnuty veškeré mé poznatky týkající se předchozích kapitol.

Metodika

Základní metodou, kterou jsem ve své práci použila, je výklad právních norem. Výkladem práva rozumíme objasnění smyslu a obsahu právních norem vyjádřených v normativních právních aktech, za účelem jejich pochopení a používání.¹ Metodou výkladu právní normy je tedy chápán způsob, kterým se snažíme dojít ke správným poznatkům o smyslu textu zákona.² Mezi výkladové metody patří:

- metody jazykového výkladu - tento výklad rozebírá smysl jednotlivých slov a vět podle gramatických, morfologických a syntaktických pravidel. Právní text je psán odborným (právním) jazykem, a proto jsou kladeny vysoké nároky na přesnost vyjadřování.³
- metody logického výkladu – tyto metody jsou založeny na zjištění smyslu normy pomocí vědeckých poznatků a pravidel formální logiky. Tato pravidla jsou využívána tak, aby byla zajištěna správnost myšlenkových postupů a pravdivost jejich výstupů. Logický výklad používá specifické metody, které jsou nazvány argumenty. Paří sem například argumentum a contrario (důkaz z opaku) – spočívá v tom, že jsou jen dvě možnosti A nebo B, možnost C neexistuje.⁴
- metody systematického výkladu – tento výklad využívá pro zjištění smyslu normy srovnávání s jinými normami. Normu nelze poznat, zkoumat a vyložit izolovaně. Obecně platí, že výklad zákona musí být v souladu s Ústavou a ústavními zákony.⁵
- historický výklad – spolu s teleologickým výkladem patří mezi nestandardní metody. Je založen na objasnění smyslu právní normy v souvislosti s cílem, který byl sledován při jejím vydání.⁶
- teleologický výklad – při výkladu právních norem je třeba brát v potaz také vývoj společnosti. Teleologický výklad proto zkoumá, jaký je účel a funkce dané právní

¹ Boguszak, J., Čapek, J., Gerloch, J. Základy teorie práva. Praha: ASPI., 2004, s. 143.

² Boguszak, J., Čapek, J., Gerloch, J. Základy teorie práva. Praha: ASPI., 2004, s. 149.

³ Boguszak, J., Čapek, J., Gerloch, J. Základy teorie práva. Praha: ASPI., 2004, s. 150.

⁴ Boguszak, J., Čapek, J., Gerloch, J. Základy teorie práva. Praha: ASPI., 2004, s. 152.

⁵ Boguszak, J., Čapek, J., Gerloch, J. Základy teorie práva. Praha: ASPI., 2004, s. 155.

⁶ Boguszak, J., Čapek, J., Gerloch, J. Základy teorie práva. Praha: ASPI., 2004, s. 156.

normy v souvislostech s potřebami společnosti a sociálními podmínkami, ve kterých se má tato norma realizovat.⁷

V praktické části jsem použila kvalitativní výzkum. Data byla získávána na základě písemného dotazování (viz. Příloha 4).

⁷ Boguszak, J., Čapek, J., Gerloch, J. Základy teorie práva. Praha: ASPI., 2004, s. 156.

3. ZÁKLADNÍ POJMY

3.1. Úvod do problematiky

Dříve než se začneme podrobněji věnovat problematice týkající se ochrany spotřebitele, je třeba vysvětlit některé pojmy, se kterými se v práci budeme setkávat. Jedná se o pojmy spotřebitel, poskytovatel výrobku, spotřebitelská smlouva, podomní obchod, stánkový prodej, prodej na tržištích, pojízdné prodejny, automaty a prodej na dálku.

3.2. Spotřebitel

V dostupné literatuře můžeme nalézt mnoho definic, které vysvětlují pojem spotřebitel. Spotřebitele chápeme jako subjekt, který spotřebovává, užívá, konzumuje zakoupené zboží. Nemusí jít vždy pouze o jednotlivce, spotřebitelem může být i domácnost či organizace.

Předmětem zájmu spotřebitele je koupě výrobků nebo služeb⁸, je tedy jedním z účastníků na trhu. Můžeme říci, že je také jedním ze subjektů právního vztahu, který vzniká uzavřením smlouvy při koupi zboží nebo poskytnutí určité služby. Může se jednat o smlouvy kupní, smlouvy o dílo apod. Podrobněji se jimi budu zabývat v kapitole 3.3.

Podle ustanovení §2 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele v platném znění, je spotřebitel definován jako fyzická osoba, která nakupuje výrobky nebo užívá služby za jiným účelem než pro podnikání s těmito výrobky nebo službami. Z této definice vyplývá, že spotřebitel je konečným uživatelem výrobku nebo služby.

V ustanovení §52 odst. 3 občanského zákoníku najdeme vysvětlení, že spotřebitel je fyzická osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo podnikatelské činnosti.

Ustanovení §54a odst. 4 občanského zákoníku, zákon č. 40/1964 Sb. v platném znění chápe spotřebitele jako fyzickou osobu, která při uzavírání a plnění smlouvy o finančních službách uzavíraných na dálku nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti.

⁸ Např. se může jednat o služby poskytované cestovními kanceláři a další.

V ustanovení §2 zákona č. 321/2001 Sb., o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru a o změně zákona č. 64/1986 Sb., ve znění pozdějších předpisů byl spotřebitel definován jako fyzická osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo podnikatelské činnosti a v jejíž prospěch je spotřebitelský úvěr sjednáván.

Ve směrnicích Evropské unie se setkáme s označením spotřebitele jako fyzickou osobou, nikoli právnickou, jež jedná za účelem, který je mimo oblast její činnosti, podnikání nebo profese.⁹ Například v článku 2 směrnice 98/6/EHS říká, že spotřebitelem se rozumí osoba, která kupuje výrobek pro účely nespádající do její obchodní nebo pracovní činnosti.

Podle článku 2 směrnice 2002/65/EHS se spotřebitelem rozumí jakákoliv fyzická osoba, která ve smlouvách uzavřených na dálku jedná pro účely ležící mimo její obchodní, podnikatelské nebo profesní zaměření.

Chápání pojmu spotřebitele v právních rádech jednotlivých členských států ES v jejich judikatuře, v právu ES i judikatuře ESD není jednotné. V rámci právní jistoty pro spotřebitele na vnitřním trhu Evropské unie by měla být přijata jednotná koncepce chápání pojmu spotřebitel pro všechny členské státy.¹⁰

Pro správně fungující trh je třeba vymezit spotřebitelská práva a povinnosti. Bez nich by byl jednotlivec vůči velkým firmám disponujícím finančními prostředky naprosto bezmocný.

3.3. Poskytovatel výrobku

Pojem poskytovatel výrobku bývá často nahrazován jinými pojmy. Například: dodavatel, věřitel, prodávající a další. Obecně můžeme říci, že za prodávajícího je považován podnikatel, který spotřebiteli prodává výrobky, anebo poskytuje služby.

Ustanovení §53 odst. 2 občanského zákoníku chápe dodavatele jako osobu, která při uzavírání a plnění smlouvy jedná v rámci své obchodní nebo podnikatelské činnosti.

⁹ Horová, O.: Ochrana potřeby po vstupu do Evropské unie. Oeconomica, 2006, s. 8.

¹⁰ Hajn, P.: Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži. 1. vydání. Doplněk: Brno, 2000, s. 264.

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů definuje v ustanovení §2 dodavatele jako každého dalšího podnikatele, který přímo nebo prostřednictvím jiných podnikatelů dodá prodávajícímu výrobky.

3.4. Spotřebitelská smlouva

Podle občanského zákoníku rozlišujeme smlouvy kupní, smlouvy o dílo, případně další smlouvy, v nichž na jedné straně vystupuje spotřebitel a na straně druhé poskytovatel výrobku či služby. K uzavírání smluv může docházet anonymně, velmi často také automaticky.¹¹

Cílem spotřebitelských smluv je ochrana spotřebitele, jakožto slabší smluvní strany. Spotřebitel je nezkušený a často neznalý možností na trhu, a proto nemůže konkurovat výborným přesvědčovacím schopnostem obchodníků a lehce podlehne.

Označení spotřebitelská smlouva není zcela vhodný. Vhodnější by byl pojem „smlouvy uzavřené spotřebitelem“.

3.5. Podomní obchod

Podomní obchod je prodej zboží, případně poskytování jiných služeb, provozovaný bez pevného stanoviště, obchůzkou. Za podomní obchod můžeme považovat obcházení jednotlivých domů, ale také nabídku výrobků a služeb na veřejných prostranstvích, které poskytovatel služby obchází. Zvláštností tohoto typu prodeje je to, že jednání o uzavření smlouvy vyvolá poskytovatel služby a spotřebitel to neočekává. Společně s poskytováním služeb na dálku se jedná o jednu z nejagresivnějších forem prodeje. Spotřebitel je nabídkou poskytovatele služby obvykle zaskočen, není na ni připraven a musí se rychle rozhodnout. Z vlastní iniciativy by ale poskytovatele služeb nevyhledal a smlouvu neuzavřel.¹²

Pro tuto formu prodeje v českém právu neexistuje žádná konkrétní regulace. Zmínky se objevují v ustanovení §57 občanského zákoníku, kde jsou zmíněny možnosti

¹¹ Jehlička, D.; Švestka, J.; Škárová, M.: Občanský zákoník. 10. Vydání. Praha, C. H. Beck, 2006, s. 327.

¹² *Spotřebitel.cz* [online]. 2003 [cit. 2011-03-18]. Poskytování služeb mimo provozovnu. Dostupné z WWW: <http://www.spotrebitel.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=101216&catid=78&Itemid=225>

odstoupení od kupní smlouvy. Podomní obchod ale lze regulovat například hygienickými předpisy. V některých městech je tento druh obchodu zakázán městskou vyhláškou, jako například ve Zlíně, Uničově nebo Hodoníně. Porušení tohoto nařízení lze považovat za přestupek a obchodníkovi může hrozit pokuta až do výše 30 tisíc Kč, jak je tomu například v již zmiňovaném Hodoníně.

3.6. Jiné formy prodeje

- Stánkový prodej

Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání zavedl novelou z roku 1995 rozšířenou definici provozovny, kterou rozumí obecně jakýkoli prostor, v němž je provozována živnost včetně stánku a pojízdné prodejny. Je rozporuplné, zda se provozovnou rozumí každý stánek, nebo jen stánek pevný (např. trafika). Na označení stánku jsou nyní kladeny stejné nároky jako na ostatní provozovny s výjimkou označení provozní doby. Z hlediska zákona se tedy stalo poskytování služeb ve stánku rovnocenné s poskytováním služeb ve stálé provozovně. Stánek musí být označen obchodním jménem a identifikačním číslem podnikatele, a tím spotřebitel získává možnost vyhledat poskytovatele výrobku i po zrušení stánku. Nemusí být označen provozní dobou.¹³

- Prodej na tržištích

Novela živnostenského zákona zákonem č. 280/1997 Sb. vyjasnila dlouholeté spory o přípustnost stanovení tržních řádů obecně závaznou vyhláškou obce a o rozsah jejich působnosti. Nově zavedený § 18 živnostenského zákona jednoznačně stanoví možnost vydat takovou vyhlášku v přenesené působnosti. Zákon přesně vymezuje předmět regulace, který může být tržním řádem upraven (stanovení kapacity tržišť, pravidla bezpečnosti, udržování čistoty apod.). Tržní řád se podle druhého odstavce citovaného ustanovení vztahuje i na tržiště mající charakter stavby (tržnice).¹⁴

¹³ *Spotřebitel.cz* [online]. 2003 [cit. 2011-03-18]. Poskytování služeb mimo provozovnu. Dostupné z WWW: <http://www.spotrebite.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=101216&catid=78&Itemid=225>

¹⁴ PELIKÁN, T. *Advokátní kancelář PELIKÁN KROFTA KOHOUTEK* [online]. 2005 [cit. 2011-02-27]. Ochrana spotřebitele ve správním právu. Dostupné z WWW: <http://www.ak-pkk.cz/publikace_ochrana_spotrebitele.cz.php#>

- Příležitostné podnikání mimo provozovnu

Další formou podnikání je příležitostný prodej o svátcích¹⁵, sportovních akcích a jiných příležitostech. Podmínkou pro tento způsob prodeje je, že se jedná o prodej zboží a potravin, které se při těchto zvláštních příležitostech obvykle nabízí. V případě nedodržení tohoto požadavku, jsou nejasné sankce pro prodávajícího. Vůči obci má poskytovatel služby ohlašovací povinnost.

- Automaty

Zcela zvláštní charakter má prodej zboží prostřednictvím automatů. Mezi takovéto formy prodeje můžeme zařadit automatické dětské atrakce, fotografovací samoobslužné automaty, vysavače na čerpacích stanicích, automatické myčky automobilů, samoobslužné kopírky, turistické stacionární dalekohledy, veřejné záchodky s automatickým zámekem a mnoho dalších. Služba nebo výrobek, jsou obvykle poskytnuty po zaplacení příslušného částky. Nákup z automatů může spotřebiteli přinést mnoho problémů. Vzhledem k tomu, že spotřebitel nedostane potvrzení o nákupu, záruční list či jiný doklad, může jen těžko uplatnit odpovědnost za vady v případě nákupu vadného zboží. Dalším závažným problémem je neschopnost automatu rozpoznat spotřebitele, který u něj nakupuje. Může se tedy stát, že bude zboží prodáno nezletilému spotřebiteli, jako např. alkohol nebo cigarety. Přes všechna rizika a možné problémy není tento prodej nijak zvlášť upraven a jen přiměřeně se na něj použijí ustanovení o řádném prodeji. Ochrana spotřebitele je v tomto případě zcela pominuta.¹⁶

- Prodej na dálku

Poslední formou poskytování služeb mimo provozovnu, kterou v této práci uvedu, je prodej na dálku. Od ostatních forem se liší tím, že prodávající uskutečňuje prodej ze svého pracoviště, ale spotřebitel s ním nepřijde do bližšího kontaktu. Jednají mezi sebou

¹⁵ Svátek – podle zákona č. 245/2000 Sb., o státních svátcích, o ostatních svátcích, o významných dnech a o dnech pracovního klidu, ve znění pozdějších předpisů se za svátky považují tyto dny: 1. leden, 8. květen, 5. červen, 6. červenec, 28. září, 28. říjen, 17. listopad, 24. prosinec, 25. prosinec, 26. prosinec, Velikonoční pondělí.

¹⁶ PELIKÁN, T. *Advokátní kancelář PELIKÁN KROFTA KOHOUTEK* [online]. 2005 [cit. 2011-02-27]. Ochrana spotřebitele ve správním právu. Dostupné z WWW: <http://www.ak-pkk.cz/publikace_ochrana_spotrebitele.cz.php#>

prostřednictvím komunikačních prostředků, mezi které můžeme zařadit noviny, katalogy, televize, internet apod. Spotřebitel se dozví o nabízeném výrobku a rozhodne se uzavřít smlouvu. Nejběžnější formou prodeje na dálku je teleshopping a zásilkový prodej. V současné době se rozmáhá prodej prostřednictvím Internetu či teletextu.¹⁷

K dobrému fungování prodeje na dálku je zapotřebí rozvoj infrastruktury, bankovníctví, které by umožňovalo bezhotovostní platby a samozřejmě také dokonalé komunikační prostředky.

¹⁷ *Spotřebitel.cz* [online]. 2003 [cit. 2011-03-18]. Poskytování služeb mimo provozovnu. Dostupné z WWW: <http://www.spotrebitel.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=101216&catid=78&Itemid=225>

4. PRÁVNÍ ÚPRAVA SPOTŘEBITELSKÝCH SMLUV V EU A ČR

4.1. Právní úprava spotřebitelských smluv v EU

4.1.1. Úvod do problematiky

Evropská unie odvozuje všechny své činnosti ze smluv, které jsou dobrovolně a demokraticky sjednávány všemi členskými státy. Smlouvy tvoří tzv. „primární právo“ Evropské unie, které je srovnatelné s ústavou na státní úrovni. Druhým pramenem práva EU jsou mezinárodní smlouvy, které umožňují Unii rozvíjet hospodářské, sociální a politické vztahy se zbytkem světa. Třetím pramenem práva EU je tzv. „sekundární právo“. Může být definováno jako celek normativních aktů, které byly přijaty evropskými institucemi jako prováděcí ustanovení smluv.¹⁸

4.1.2. Vývoj v oblasti ochrany spotřebitele v EU

Historie EU začíná v roce 1951, kdy Belgie, Francie, Itálie, Lucembursko, Německo a Nizozemí podepsaly Smlouvu o založení Evropského společenství uhlí a oceli (ESUO). Tyto státy se v ní zavázaly společně postupovat v rozvoji dvou, v té době klíčových, odvětví – výrobě oceli a těžby uhlí. Stejně státy se pak v roce 1957 dohodly na vzniku Evropského hospodářského společenství (EHS) a Evropského společenství pro atomovou energii (Euroatom). Tyto smlouvy byly postupem času doplňovány a rozšiřovány. V roce 1986 byl podepsán Jednotný evropský akt, v únoru 1992 Smlouva o Evropské unii, v říjnu 1997 Amsterdamská smlouva a v prosinci 2000 Smlouva z Nice.¹⁹

Ze začátku svého působení se Evropské společenství problematice ochrany spotřebitele nevěnovala. Zlom nastal až v 70. letech, kdy se začaly objevovat první náznaky. První spotřebitelský program byl přijat v roce 1975, kdy bylo schváleno 5 základních práv spotřebitele: právo na ochranu zdraví a společnosti, právo na ochranu

¹⁸ *Evropská unie v České republice* [online]. 12. 12. 2009 [cit. 2011-02-27]. Smlouvy a právo. Dostupné z WWW: <http://ec.europa.eu/ceskarepublika/abc/treaties_law/index_cs.htm>

¹⁹ Horová, O. – Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie. 1. vydání. Praha: Oeconomica, 2006, s. 26.

ekonomických zájmů, právo na náhradu škody, právo na informace, právo na vzdělání, právo na zastoupení.²⁰

Za skutečný začátek komunitární spotřebitelské politiky lze považovat až Jednotný evropský akt, který vznikl roku 1986. Stanovil, že vnitřní trh musí vzniknout do konce roku 1992. Dále se zde poprvé objevil pojem spotřebitel. V tehdejším článku 100a, nyní článku 95 Smlouvy o založení ES, je Evropské komisi umožněno podávat návrhy opatření na ochranu spotřebitele.

O 6 let později (v roce 1992) vznikla Maastrichtská smlouva, která položila základ pro samostatnou politiku ES v oblasti týkající se ochrany spotřebitele. V tehdejším článku 129 a (dnes čl. 153) je stanoveno, že společenství musí dbát a přispívat k posílení ochrany spotřebitele.

V současné době je aktuální Akční program společenství v oblasti spotřebitelské politiky na léta 2007-2013, který byl schválen Radou a Evropským parlamentem dne 16. prosince 2006²¹. Tento program má 2 hlavní cíle. Prvním z nich je *zajistit vysokou úroveň ochrany spotřebitele, zejména prostřednictvím kvalitnějších dokladů, lepších konzultací a lepšího zastupování zájmů spotřebitelů. Druhým cílem je zajistit skutečné uplatňování právních předpisů v oblasti ochrany spotřebitele, především prostřednictvím spolupráce při jejich vymáhání, poskytování informací, vzdělávání a prostřednictvím ochrany právní cestou.*²²

4.1.3. Směrnice v oblasti ochrany spotřebitele

V Evropské unii jsou pro prosazování ochrany spotřebitele využívány především směrnice. Tyto evropské právní normy musí být v určité lhůtě implementovány do národního práva členských států. Směrnice z oblasti ochrany spotřebitele obvykle obsahují tzv. minimální doložku, která jednotlivým státům umožňuje zpřísnit ustanovení uvedená ve směrnici, pokud tím nedojde k porušení Smlouvy. Za porušení smlouvy se

²⁰ Horová, O. – Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie. 1. vydání. Praha: Oeconomica, 2006, s. 27.

²¹ Rozhodnutí Evropského Parlamentu a Rady č. 1926/2006/ES ze dne 18. prosince 2006, kterým se zavádí akční program Společenství v oblasti spotřebitelské politiky (2007–2013)

²² Úřední věstník Evropské unie [online]. 30. 12. 2006 [cit. 2011-03-06]. ROZHODNUTÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY č. 1926/2006/ES. Dostupné z WWW: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:404:0039:0045:CS:PDF>>.

považuje např. vznik bariér zabraňující volnému pohybu zboží a služeb. Díky tomuto systému je zaručena alespoň minimální ochrana spotřebitele na celém území EU.²³

Některé směrnice jsou zaměřeny na odstranění nebezpečných výrobků a jiných rizik, které nezkušený spotřebitel nedokáže dostatečně posoudit. Do této skupiny patří například tyto směrnice: směrnice Rady 92/59/EHS, o všeobecné bezpečnosti výrobků (novelizována v říjnu 2001) implementovaná zákonem 102/01 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků; směrnice Rady 85/374/EHS, o sblížení právních a správních předpisů členských států o odpovědnosti za vady výrobků (novelizována 1999/34/ES) implementovaná zákonem 59/1998 Sb., o odpovědnosti za škodu způsobenou vadou výrobku; směrnice Rady 93/13/EHS, o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách implementovaná v Občanském zákoníku 40/1964 Sb.; směrnice Rady 87/357/EHS, týkající se zaměnitelných výrobků, ohrožujících zdraví nebo bezpečnost spotřebitelů implementovaná v zákoně o ochraně spotřebitele 634/1992 Sb.

Další skupinu směrnic tvoří směrnice, které se snaží spotřebiteli poskytnout informace, na jejichž základě se může svobodně a na svou vlastní zodpovědnost rozhodnout. Sem patří především tyto směrnice: směrnice rady 84/450/EHS, o sblížení zákonů a dalších právních a správních předpisů členských států o klamavé reklamě (změněno 97/55/EHS), implementovaná Obchodním zákoníkem 513/1991 Sb. a zákonem 40/1995 Sb. o regulaci reklamy; směrnice Rady 87/102/EHS, o sblížení právních a správních předpisů členských států o spotřebitelském úvěru, implementovaná zákonem 321/2001 Sb. o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru (s platností od 1. 1. 2002); směrnice Rady 94/11/ES, o označování materiálů, používaných v hlavních částech obuvi prodávané spotřebiteli implementovaná v zákoně o ochraně spotřebitele 634/1992 Sb.; směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/6/ES, o ochraně spotřebitele při uvádění cen zboží nabízeného spotřebitelům.

Dále ještě máme směrnice, které zlepšují postavení a práva spotřebitele i možnosti jejich prosazení: směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, na ochranu spotřebitele v případě smluv uzavřených na dálku implementovaná v Občanském zákoníku 40/1964

²³ *Evrpská unie v České republice* [online]. 30. 10. 2010 [cit. 2011-03-15]. Ochrana spotřebitele v ČR a EU. Dostupné z WWW: <http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/article_986_cs.htm>

Sb.; směrnice Rady 85/577/EHS, na ochranu spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory implementovaná v Občanském zákoníku 40/1964 Sb.; směrnice Rady 90/314/EHS, o hotových programech na cesty, prázdniny a zájezdy implementovaná v Občanském zákoníku 40/1964 Sb.; směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES, o určitých aspektech prodeje spotřebního zboží a záruk u spotřebního zboží s připravovanou implementací do Občanského zákoníku 40/1964 Sb.; směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/27/ES, o žalobách na zdržení pro ochranu zájmů spotřebitelů s připravovanou implementací do Občanského soudního řádu 99/1963 Sb.; směrnice Evropského parlamentu a Rady 94/47/ES, o ochraně nabyvatelů ve vztahu k některým aspektům smluv o nabytí práv k dočasnému užívání nemovitostí s připravovanou implementací novým zákonem o ochraně spotřebitelů při uzavírání smlouvy, jíž se sjednává právo užívat budovu či její část na jeden či více stanovených nebo stanovitelných časových úseků během roku.

Výčet těchto směrnic není zdaleka úplný. Jsou zde zahrnuty pouze ty nejdůležitější.

4.2. Právní úprava spotřebitelských smluv v ČR

4.2.1. Vývoj právní ochrany

Právní úpravu spotřebitelských smluv nalezneme v § 51 - 58 občanského zákoníku. Tyto paragrafy nalezneme pod společným názvem „Spotřebitelské smlouvy“. Obecná ustanovení jsou obsažena v §51a, 52, 55 a 56. Hlavním důvodem pro začlenění problematiky spotřebitelských smluv do Občanského zákoníku, byla povinnost České republiky přizpůsobit své právo právu ES. Bylo tak učiněno novelou – zákonem č. 367/2000 Sb., kterým se mění zákon č.40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony, jejichž prostřednictvím byly do občanského zákoníku implementovány tři směrnice ES:

- Směrnice Rady č. 93/13/EHS, o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách;
- Směrnice Rady č. 85/577/EHS, o ochraně spotřebitele při smlouvách sjednávaných mimo obchodní provozovnu;

- Směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 97/7/ES, o ochraně spotřebitele z hlediska smluv sjednávaných na dálku.²⁴

Díky této novelizaci občanského zákoníku byla umožněna zvýšená ochrana spotřebitele proti vyskytujícím se nekalým podmínkám ve spotřebitelských smlouvách. Dále byly stanoveny podmínky pro uzavírání smluv na dálku a mimo prostory obvyklé k podnikání.

Zákonem není předepsána povinná forma, jak by měly spotřebitelské smlouvy vypadat. Závisí na příslušném smluvním typu, což je v souladu se směrnicí Rady č. 93/13/EHS, o nekalých podmínkách ve spotřebitelských smlouvách. Z toho plyne, že takováto smlouva může být uzavřena ve formě písemné, ústní i konkludentní.

Zákon č. 135/2002 Sb., upravující timesharing, přinesl další novelizaci Občanského zákoníku. Tímto zákonem byla implementována směrnice č. 94/47/ES, o ochraně nabyvatelů ve vztahu k některým aspektům smluv o nabytí práva k užívání nemovitosti na časový úsek. Později byla zákonem č. 480/204 Sb., o některých službách informační společnosti provedena směrnice č. 2000/31/ES, o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména obchodu na vnitřním trhu („o elektronickém obchodu“).²⁵

Dále mezi směrnice, které byly implementovány do právního předpisu upravující spotřebitelské smlouvy, řadíme směrnici č. 2002/65/ES, o uvádění finančních služeb pro spotřebitele na trh na dálku a o změně směrnice č. 90/619/EHS a směrnic č. 97/7/ES a 98/27/ES, jež byla provedena do občanského zákoníku zákonem č. 56/2006 Sb.²⁶

Směrnice nejsou provedeny pouze úpravou v občanském zákoníku, ale také v některých zákonech. Jako například v zákoně č. 124/2002 Sb., o platebním styku, ve znění pozdějších předpisů.²⁷

²⁴ Hulva, T. *Ochrana spotřebitele*. Praha: ASPI, 2005, s. 183.

²⁵ Švestka, J.; Spáčil, J.; Škárová, M.; Hulmák, M. a kolektiv. *Občanský zákoník. Komentář*. 2. vydání, Praha: C.H. Beck, 2006, s. 330.

²⁶ TRHLÍKOVÁ, A. *Ochrana spotřebitele ve smlouvách uzavíraných mimo provozovnu*. Praha, 2009. 75 s. Bakalářská práce. ČZU.

²⁷ Švestka, J.; Spáčil, J.; Škárová, M.; Hulmák, M. a kolektiv. *Občanský zákoník. Komentář*. 2. vydání, Praha: C.H. Beck, 2006, s. 331.

5. PRÁVNÍ ÚPRAVA SMLUV UZAVÍRANÝCH MIMO PROVOZOVNU V EU A ČR

5.1. Úvod do problematiky

Zvláštním rysem smluv uzavíraných mimo provozovnu je, že jednání o smlouvě ve většině případů vyvolává dodavatel a spotřebitel na to není připraven. Spotřebitel v momentu překvapení nedokáže porovnat kvalitu a výši ceny daného výrobku s jinými výrobky, které jsou na trhu dostupné.

5.2. Právní úprava smluv uzavíraných mimo provozovnu v EU

V EU se řídíme ustanoveními zapsanými ve směrnici 85/577/EHS o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory (viz. Příloha 6).

Podle článku 1 se tato směrnice vztahuje na smlouvy, na základě kterých dodavatel dodává spotřebiteli zboží nebo poskytuje služby, uzavřené: v průběhu zájezdu organizovaného dodavatelem mimo jeho obchodní prostory, v průběhu návštěvy dodavatele u spotřebitele doma nebo v bytě jiných spotřebitelů nebo v průběhu návštěvy dodavatele u spotřebitele na jeho pracovišti, neuskutečnila-li se návštěva na výslovnou žádost spotřebitele.

Dále se tato směrnice vztahuje na smlouvy o dodávce zboží nebo poskytnutí služeb odlišné od těch, u nichž spotřebitel požádal dodavatele o návštěvu za podmínky, že spotřebitel v době své žádosti nevěděl nebo důvodně nemohl vědět, že dodávka takového zboží nebo poskytnutí služeb tvořila součást podnikatelské činnosti nebo výkonu povolání dodavatele.

Podle odst. 3 se tato směrnice vztahuje také na smlouvy, u nichž nabídku předložil spotřebitel za podmínek podobných podmínkám uvedeným v odstavci 1 nebo 2, ačkoli není svou nabídkou před jejím přijetím dodavatelem vázán.

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

Tato směrnice se však nevztahuje na smlouvy o výstavbě, prodeji nebo nájmu nemovitostí nebo smlouvy týkající se jiných práv k nemovitostem. Dále na smlouvy o dodávce potravin, nápojů nebo jiného zboží denní potřeby dodávaného do domácnosti spotřebitele pravidelnou donáškovou službou. Další výjimkou jsou smlouvy o pojištění či smlouvy o cenných papírech.

Směrnice 85/577/EHS o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory se také nevztahuje na smlouvy o dodávce zboží nebo poskytnutí služeb v případě, že jsou splněny následující tři podmínky:

- smlouva je uzavřena na základě dodavatelova katalogu, s nímž se spotřebitel mohl seznámit bez přítomnosti dodavatelova zástupce,
- předpokládá se pokračování stálého kontaktu mezi zástupcem dodavatele a spotřebitelem, který vznikl v souvislosti s touto nebo jinou, později uskutečněnou transakcí,
- katalog a smlouva zjevně informují spotřebitele o právu vrátit zboží dodavateli ve lhůtě alespoň sedmi dnů po jeho obdržení nebo v téže lhůtě od smlouvy odstoupit, aniž mu vzniknou jiné závazky, s výjimkou povinnosti přiměřené péče o zboží.

Článek 4 stanovuje povinnost pro dodavatele. Musí písemně poučit spotřebitele o jejich právu odstoupit od smlouvy a současně jim sdělit jméno osoby, vůči které toto právo mohou uplatnit.

V článku 5 jsou vymezeny lhůty na odstoupení od smlouvy. Odst. 1 říká, že spotřebitel má právo zrušit svůj závazek zasláním písemného oznámení ve lhůtě alespoň 7 dní ode dne, kdy mu bylo vydáno poučení uvedené v článku 4.

Článek 8 pojednává o tom, že směrnice v žádném případě nebrání členským státům v tom, aby v oblasti její působnosti vydaly pro spotřebitele nějaké příznivější právní ustanovení. Jako např. v ČR byla výše zmíněná 7 denní lhůta prodloužena na 14 dní a podobně.

5.2.1. Slovenská republika

Na Slovenku je v platnosti zákon č. 108/2000 Z. Z., o ochrane spotrebiteľa pri podomovom predaji a zásielkovom predaji (viz. Příloha 7). Tento zákon je platný

od 16. března roku 2000. Tento zákon je plně v souladu se směrnicí č. 85/577/EHS, o ochraně spotřebitele při smlouvách uzavíraných mimo obchodní prostory, dále se směrnicí č. 97/7/ES, o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených na dálku, směrnicí č. 2002/65/ES o marketingu spotřebitelských finančních služeb na dálku a o změně a doplnění směrnice č. 90/619/EHS a směrnic Č. 97/7/ES a č. 98/27/ES.

Tento zákon upravuje ochranu spotřebitele při podomním prodeji, při zásilkovém prodeji nebo při poskytování služeb či prodej zboží určený pro fyzickou osobu, která jej nepoužije na výkon svého povolání ani k podnikání. To vše se uskutečňuje na základě smluv, které se uzavírají mezi prodávajícím a kupujícím. V případě, že se smlouva uzavírá písemně, musí splňovat všechny náležitosti – ustanovení o záruce, způsob uplatnění reklamace a práva na odstoupení od smlouvy.

V ustanovení §3 tohoto zákona je stanovena doba, kdy je možno podomní prodej vykonávat. V pracovních dnech vždy od 8 – 19 hodin a ve dnech pracovního klidu od 10 – 15 hodin.

Ve druhé části se zákon zabývá právní úpravou podomního prodeje. V ustanovení §5 je uvedeno, co je vlastně podomní prodej - jde o prodej výrobku, anebo poskytování služeb na základě smlouvy mezi prodávajícím a kupujícím:

- při akci, která je organizována mimo místo provozovny, anebo mimo trhového místa,
- při návštěvě prodávajícího u spotřebitele – v případě, že si spotřebitel návštěvu nevyžádal,
- při návštěvě prodávajícího u spotřebitele – v případě, že si spotřebitel návštěvu vyžádal a při tom mu byl nabídnut výrobek, o který spotřebitel při vyžádání návštěvy neprojevil zájem.

Ustanovení §6 nás informuje o tom, že je zakázáno prodávat výrobky nebo poskytovat služby, na které byla prodávajícímu udělena koncesovaná živnost podle předpisů.

Zákon dále stanovuje určité povinnosti, které musí prodávající splnit. První podmínkou, kterou musí prodávající splnit, je prokázání totožnosti – trvalý pobyt, živnostenské oprávnění (v případě, že se jedná o fyzickou osobu), obchodní jméno a sídlo (v případě, že se jedná o právnickou osobu), dále musí splnit informační povinnost podle zákona, musí písemně potvrdit spotřebiteli jeho práva na odstoupení od smlouvy a v neposlední řadě musí písemně informovat spotřebitele o tom, kde a jakým způsobem může uplatnit reklamaci.

Možnosti odstoupení od smlouvy jsou uvedeny v ustanovení §8. Podle odst. 1 je spotřebitel oprávněný odstoupit od smlouvy do 7 pracovních dní ode dne převzetí písemné informace. Odstoupením spotřebitele od smlouvy dojde ke zrušení smlouvy.

Odst. 2 říká, že spotřebitel během 7 dní ode dne odstoupení od smlouvy vrátí výrobek prodávajícímu bez ohledu na to, zda by použit nebo má vady, které spotřebitel nezpůsobil.

Podle odst. 3 je prodávající povinen zboží převzít a vrátit spotřebiteli cenu, kterou za výrobek či služby zaplatil ihned nejpozději ve lhůtě 15 dní od odstoupení od smlouvy.

5.3. Právní úprava smluv uzavíraných mimo provozovnu v ČR

V ČR se právní úprava smluv uzavíraných mimo provozovnu řídí §57 občanského zákoníku. Toto ustanovení provádí směrnici Rady 85/577/EHS z 20. 2. 1985, o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory.

V odst. 1 se dozvídáme, že základním právem spotřebitele v případě uzavření smluv mimo prostory obvyklé k podnikání, je právo na odstoupení od smlouvy. Na základě zákona č. 56/2006 Sb., došlo k prodloužení stávající 7 denní lhůty na dobu 14 dnů od uzavření smlouvy. V případě, že ze strany dodavatele nedošlo ke splnění sjednaných podmínek, tedy k dodání zboží, může zákazník od smlouvy odstoupit bez uvedení důvodu a jakékoliv sankce až do doby 1 měsíce. Toto ujednání však neplatí v případě, pokud si spotřebitel domluvil návštěvu prodávajícího na své přání za účelem koupě výrobků. Podle zákon č. 56/2006 Sb., je dodavateli uložena povinnost vydat spotřebiteli zaplacenou finanční částku do 30 dní od odstoupení od smlouvy.

V odst. 2 §57 občanského zákoníku je stanovena povinnost dodavatele písemně upozornit spotřebitele na právo odstoupit od smlouvy, nejpozději při jejím uzavírání. Takovéto písemné upozornění musí obsahovat označení osoby, u které je možnost právo uplatnit. Toto ustanovení implementuje čl. 4. směrnici Rady 85/577/EHS z 20. 2. 1985, o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory.

Jak postupovat v případě, že dodavatel nedodrží své povinnosti podle odst. 2, tedy písemně upozornit spotřebitele na možnost odstoupení od smlouvy, se dozvíme z odst. 3. V tomto odstavci je jasně řečeno, že v takovéto situaci má spotřebitel právo na prodloužení lhůty, během které může odstoupit od spotřebitelské smlouvy až na dobu 1 roku od jejího uzavření.

Odst. 4 vymezuje smlouvy, na které se předchozí ujednání nevztahují. Jde o smlouvy:

- Jejichž předmětem je výstavba, prodej, nájem nebo jiné právo k nemovitosti s výjimkou smluv o jejich opravách a o dodávce zařízení do ní začleněných,
- Na dodávku potravin nebo jiného zboží běžné spotřeby dodávaného stálými doručovateli do domácnosti spotřebitele nebo do jiného jím určeného místa,
- Na dodávku zboží nebo služeb, které byly uzavřeny podle katalogu dodavatele, s nímž se spotřebitel měl možnost seznámit v nepřítomnosti dodavatele, za předpokladu, že mezi stranami má pokračovat spojení při plnění uzavřené nebo jiné smlouvy a za předpokladu, že spotřebitel má právo odstoupit od smlouvy nejméně do 7 dnů od převzetí zboží a je s tímto právem seznámen v katalogu nebo ve smlouvě.

6. REKLAMACE VE VYBRANÝCH ZEMÍCH

6.1. Právní úprava reklamací v ČR

V České republice se této problematice věnují různé právní předpisy. Důležité je si uvědomit, mezi jakými subjekty došlo k prodeji zboží či poskytnutí služeb. Jestliže se jedná o prodej mezi spotřebiteli navzájem nebo mezi podnikatelem a spotřebitelem, budeme vycházet z právní úpravy občanského zákoníku. Pokud ale jde o prodej zboží či poskytování služeb výhradně mezi podnikateli, budeme se řídit ustanoveními obchodního zákoníku.

Nejdůležitějším právním předpisem z hlediska ochrany spotřebitele je zákon č. 40/1994 Sb., občanský zákoník v platném znění, který problematiku reklamace upravuje v několika ustanoveních. V případě kupní smlouvy je třeba rozlišovat ustanovení §599 – 600 občanského zákoníku. Pro smlouvu o dílo rozlišuje občanský zákoník, jde - li o vadné plnění dvojí úpravu: zhotovení díla na zakázku (§645 – 649) a opravy a úpravy věci (§653 – 655).²⁸

V případě prodeje zboží v obchodě, zhotovení díla, opravy a úpravy věci mají význam ještě další právní předpisy. Jako na příklad zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele v platném znění, zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky v platném znění a mnohé další.²⁹

Pokud prodej zboží či poskytování služeb probíhá mezi podnikateli, musíme se řídit ustanoveními, která vyplývají z obchodního zákoníku. Musí být zřejmé, že se uzavíraná smlouva týká jejich podnikatelské činnosti. Obchodní zákoník a rozdíl od toho občanského neobsahuje obecnou úpravu odpovědnosti za vady, ale pouze speciální úpravy: u kupní smlouvy (§422 – 442) a u smlouvy o dílo (§495 a 496).

²⁸ Houdek, D. Jak úspěšně reklamovat – rádce spotřebitele i obchodníka. 1. vydání. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2007, s. 13

²⁹ Houdek, D. Jak úspěšně reklamovat – rádce spotřebitele i obchodníka. 1. vydání. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2007, s. 14

6.1.1. Vady

Nejprve si musíme uvědomit, co lze považovat za vadu.

Neexistence takové vlastnosti věci, která se u věcí určitého druhu a stáří obecně předpokládá a v důsledku níž je možnost využití a upotřebení věci nebo ji jinak znehodnocuje.³⁰

Za vadu lze považovat i případ, kdy je sice předána věc vnějšími znaky odpovídající původní smlouvě, ale která je například nefunkční, je – li podstatou smlouvy získání této věci za účelem jejího funkčního využití.³¹

Občanský zákoník rozlišuje dva typy vad – faktické a právní. Existuje ale několik dalších možností dělení, např. zjevné či skryté, odstranitelné a neodstranitelné a další.

6.1.1.1. Faktické vady

Faktické vady lze vymezit jako nedostatky vlastností věcí, které mají fyzickou (věcnou) povahu a svou existencí přenechanou věc znehodnocují.³²

Jsou to takové vlastnosti věci, které by měla prodaná věc vzhledem ke kupní smlouvě mít. Může jít o nedostatek materiálu, vzhledu, funkčnosti či výkonnosti. Např. na obalu výrobku bylo uvedeno, že hmotnost je 1,5 kg, spotřebitel po jeho zakoupení ale zjistil, že tomu tak není a váha je pouze 1 kg a tím je znemožněno využití zboží pro dané účely.

6.1.1.2. Právní vady

Právní vady jsou takové nedostatky věci, které nabyvateli brání, aby k předmětu plnění získal práva v takovém rozsahu a obsahu, jak vyplývají ze smlouvy. Tato vada spočívá v existenci práv třetích osob k věci nebo její části. Tímto právem bývá nejčastěji vlastnické právo zástavní právo, předkupní právo nebo autorské právo.

³⁰ Holub, M.; Fiala, J.; Bičovský, J.: Občanský zákoník (poznámkové vydání s judikaturou a novou literaturou), 9. Vyd. Praha, Linde 2002, s. 433

³¹ Plecítý, V.; Kocourek, J.: Občanský zákoník (výklad, judikatura a související předpisy), 2.vyd. Praha, Eurounion 2002, s. 222

³² Švestka, J.: Nad úpravou odpovědnosti za vady v občanském zákoníku. Všehrd, roč. 25, 1993, č. 8, s. 11

6.1.2. Reklamační řízení

Občanský zákoník se pojmem reklamace nezabývá, najdeme ho až v zákoně č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele v platném znění. Slovo reklamace zahrnuje nejen odpovědnost za vady, které se vyskytnou během záruční doby, ale i za vady, jež se projeví ve chvíli převzetí výrobku, anebo také po skončení zákonné záruky v případě prodloužené, smluvní záruky. Chceme – li zakoupené zboží reklamovat, musíme se řídit pravidly, která jsou definována v zákoně o ochraně spotřebitele.

Povinností prodávajícího je, informovat spotřebitele o podmínkách a způsobu reklamace. Tyto podmínky by měly být sepsány v obchodních podmínkách firmy či reklamačních řádech.

Reklamace se uplatňuje u prodejce, u kterého bylo zboží zakoupeno nebo v servisní opravně, která je pro záruční opravy uvedena v záručním listě. Reklamace se neuplatňují u dodavatele nebo výrobce, i když na ně prodejce odkazuje – § 625 občanského zákoníku č. 40/1964 Sb., v platném znění. Prodávající je povinen přijmout reklamaci v kterékoliv své organizační složce (prodejně, provozovně, ap.), v níž je přijetí možné, a to s ohledem na sortiment prodávaného zboží nebo poskytovaných služeb (§19 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v platném znění). Při prodeji nebo poskytování služeb mimo ohlášenou provozovnu musí prodávající na žádost spotřebitele poskytnout zejména název nebo jméno a adresu prodávajícího, kde lze i po ukončení takového prodeje nebo poskytování služeb uplatnit reklamaci (§19 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele).³³

Prodávající je povinen o reklamaci rozhodnout ihned, ve složitějších případech maximálně do 3 dnů. Dále je povinen vydat kupujícímu písemné potvrzení (reklamační doklad), ve kterém bude, kdy byl výrobek reklamován, co je předmětem reklamace a čeho se spotřebitel dožaduje. Při převzetí již opraveného výrobku musí spotřebitel obdržet

³³ BusinessInfo.cz [online]. 10.11.2009 [cit. 2011-02-25]. Reklamace zboží a služeb. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/pravni-ochrana/reklamace-zbozi-a-sluzeb/1001142/43038/>>.

potvrzení o provedení opravy a době jejího trvání. Pokud je reklamáce zamítnuta, musí být také písemně vysvětlen důvod tohoto zamítnutí.

Reklamační doklad by měl obsahovat minimálně následující údaje:

- identifikaci reklamujícího a prodávajícího (nebo přebírající servisní organizace),
- identifikaci reklamovaného výrobku, včetně uvedení data prodeje (zvláště u drahých výrobků doporučujeme výrobek konkretizovat co nejpodrobněji),
- konkretizaci rozporu s kupní smlouvou, popř. reklamovaných vad,
- požadavek spotřebitele na způsob vyřízení reklamáce,
- datum uplatnění reklamáce a předpokládaný termín vyřízení reklamáce,
- podpisy reklamujícího i zástupce prodávajícího či přijímající servisní organizace, případně jejich razítko.
- Často se při uplatnění reklamáce můžeme setkat s požadavkem prodávajícího na předání prodejního dokladu. Takový požadavek je třeba považovat za neoprávněný. Proávající je však oprávněn nahlédnout do dokladu za účelem ověření prodávajícího a data prodeje ve vztahu k záruční lhůtě, popř. provedení kopie na náklady prodávajícího.³⁴

Všechny doklady by si měl kupující uchovat pro případné další reklamace. Kdyby například došlo k opětovnému výskytu stejné závady a podobně. Pokud by pokupujícím prodávající požadoval jakoukoliv úplatu, šlo by o bezdůvodné obohacení podnikatele. V záruční době je oprava zakoupeného zboží a všechny náklady s ní spojené hrazeny prodávajícím, nikoliv spotřebitelem.

Samotný postup reklamačního řízení vychází z toho, zda se jedná o vadu odstranitelnou či neodstranitelnou. Jde-li o vadu, kterou lze odstranit, má kupující právo, aby byla bezplatně, včas a řádně odstraněna. V tomto případě je prodávající povinen vadu bez zbytečného odkladu odstranit. Pokud tento postup možný není, může kupující žádat přiměřenou slevu z ceny věci nebo od smlouvy odstoupit.

³⁴ BusinessInfo.cz [online]. 10.11.2009 [cit. 2011-02-25]. Reklamace zboží a služeb. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/pravni-ochrana/reklamace-zbozi-a-sluzeb/1001142/43038/>>.

Jde-li o vadu neodstranitelnou, takovou, která brání tomu, aby věc byla řádně užívána, má kupující právo na výměnu věci nebo má právo od smlouvy odstoupit. Stejná práva přísluší kupujícímu, pokud jde o vady odstranitelné, které se vyskytují často a brání v řádném užívání zakoupené věci.

Je důležité připomenout, že o dobu, po kterou byl výrobek v reklamaci, se spotřebiteli opětovně prodlužuje zákonná záruční doba. V případě, že dojde k výměně za jiné zboží, začíná běžet zákonná záruční doba od začátku.

6.1 3. Reklamce při koupi zboží mimo stálou provozovnu

V 5. kapitole byla podrobně rozebrána právní úprava spotřebitelských smluv uzavíraných mimo provozovnu. Pro připomenutí lze uvést, že takovéto smlouvy upravuje ustanovení §57 občanského zákoníku.

Podle ustanovení §57 odst. 1 občanského zákoníku je i v tomto případě umožněno kupujícímu odstoupit od kupní smlouvy ve lhůtě 14 dnů od jejího uzavření bez uvedení důvodu a bez jakéhokoliv postihu či sankce. Podle čl. 5 směrnice Rady 85/577/EHS, o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory, je lhůta na odstoupení od smlouvy pouze 7 denní. V ČR ale došlo k prodloužení této lhůty na základě zákona č. 56/2006 Sb.

Jestliže zboží či služba ještě nebyly kupujícímu dodány,³⁵ může kupující odstoupit od kupní smlouvy ve lhůtě 1 měsíce. Výše zmíněný zákon ukládá dodavateli povinnost vrátit spotřebiteli zaplacenou finanční částku do 30 dnů od odstoupení od smlouvy.³⁶

V ustanovení §57 odst. 2 je jasně řečeno, že dodavatel má povinnost upozornit spotřebitele na jeho právo odstoupit od spotřebitelské smlouvy ve smyslu odst. 1 nejpozději při uzavření smlouvy. Toto upozornění musí zároveň obsahovat i označení osoby, u které lze toto právo uplatnit. Jestliže dodavatel tuto povinnost poruší, hrozí mu podle odst. 3 sankce. Sankcí je v tomto případě prodloužení lhůty, během které má spotřebitel právo na odstoupení od smlouvy až na dobu 1 roku od uzavření spotřebitelské smlouvy.

³⁵ K tomu může dojít například na prodejním zájezdě s tím, že zboží bude zákazníkovi dodáno domů.

³⁶ Švestka, J.; Spáčil, J.; Škárová, M.; Hulmák, M. a kolektiv. Občanský zákoník. Komentář. 2. vydání, Praha: C.H. Beck, 2006, s. 396.

Ustanovení §57 odst. 4 vymezuje určité typy smluv, na které se výše popsaná právní úprava nevztahuje. Výčet těchto smluv je přebrán z čl. 3 odst. 2 směrnice Rady 85/577/EHS, o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory.³⁷

6.2. Reklamace ve státech EU

Chce – li spotřebitel reklamovat zboží v ostatních členských státech Evropské unie, je třeba se zastavit především u směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 1999/44/ES, ze dne 25. května 1999, o některých aspektech prodeje spotřebního zboží a záruk za toto zboží. V České republice je tato směrnice transponována pod zákonem č. 136/2002 Sb., s účinností od 1. 1. 2003. Evropská unie klade důraz na dodržování alespoň základních pravidel ochrany spotřebitele. Při nákupu zboží v jakékoliv členské zemi EU má spotřebitel vždy jistotu, že jeho práva budou respektována.³⁸ V nejhorším případě se může svých práv domáhat soudní cestou. Je třeba ale zdůraznit, že směrnice č. 1999/44/ES pro spotřebitele vymezuje pouze minimální standard ochrany. Členské státy mohou dle svého uvážení právní ochranu spotřebitele rozšířit o další přísnější předpisy. Dále se problematikou reklamace a s tím spojenou ochranou spotřebitele zabývají různé směrnice.³⁹

Základním pojmem, který byl také přejat do §616 občanského zákoníku České republiky, je „shoda se smlouvou“. Dál musí zboží vykazovat kvalitu a vlastnosti, které jsou pro daný druh zboží typické, a spotřebitel je tedy očekává. V okamžiku prodeje musí být všechny tyto náležitosti splněny. Pokud tomu tak není, dojde k rozporu s kupní smlouvou.

³⁷ Švestka, J.; Spáčil, J.; Škárová, M.; Hulmák, M. a kolektiv. Občanský zákoník. Komentář. 2. vydání, Praha: C.H. Beck, 2006, s. 397.

³⁸ Houdek, D. Jak úspěšně reklamovat – rádce spotřebitele i obchodníka. 1. vydání. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2007, s. 87

³⁹ Například: směrnice Rady č. 85/577/EHS, o ochraně spotřebitele, při smlouvách uzavíraných mimo obchodní provozovnu; směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 97/7/EHS, o ochraně spotřebitele, v případě smluv uzavřených na dálku, směrnice Rady č. 85/374/EHS, o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se odpovědnosti za vadné výrobky.

Podle článku 5 odst. 2 směrnice č. 1999/44/ES mohou členské státy stanovit lhůtu, během které mohou kupující oznámit prodávajícímu vadu zakoupené věci. Tato lhůta musí být dlouhá minimálně 2 měsíce. Lhůtu je možné libovolně prodloužit. Např. v ČR byla záruční doba prodloužena na 24 měsíců.

Ve článku 5 odst. 3 směrnice č. 1999/44/ES je uvedeno, že vada, která se projeví během 6 měsíců po dodání zboží, vznikla již v okamžiku dodání.

Podle článku 3 odst. 3 směrnice č. 1999/44/ES má spotřebitel právo nejprve požadovat bezplatnou opravu nebo výměnu zboží, za předpokladu, že je tato výměna možná. To by byla taková výměna, kdy by nevznikly žádné další náklady ani obtíže pro spotřebitele. Doba, za kterou by mělo být zboží opravené či vyměněné směrnice konkrétně neuvádí. Tuto dobu označuj jako „přiměřenou lhůtu“, která je v zemích EU zpravidla 4 – 6 týdnů. Náklady spojené s opravou zboží nese dodavatel.⁴⁰

Pokud prodávající nedodržel přiměřenou lhůtu, má spotřebitel podle článku 3 odst. 5 směrnice č. 1999/44/ES právo požadovat přiměřené snížení kupní ceny anebo od smlouvy odstoupit. Peněžní náhrada kupujícímu se může snížit s ohledem na dobu, po kterou byl již výrobek spotřebitelem užíván. V ČR se s tímto ustanovením nesetkáme.

V členských zemích EU mohou prodávající poskytnout kupujícímu smluvní záruku. Podle čl. 6 směrnice č. 1999/44/ES, je za ní považován každý bezplatně poskytnutý závazný slib vrácení kupní ceny, náhradního dodání spotřebního zboží, opravy atd. v případě, že výrobek neodpovídá údajům uvedeným v záručním listě nebo příslušné reklamě.⁴¹

6.2.1. Reklamace ve vybraných zemích EU

- Rakousko

Základním právním předpisem upravujícím v Rakousku občanskoprávní odpovědnost za vady je Všeobecný občanský zákoník z roku 1811 (Allgemeines

⁴⁰ Houdek, D. Jak úspěšně reklamovat – rádce spotřebitele i obchodníka. 1. vydání. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2007, s. 89

⁴¹ Houdek, D. Jak úspěšně reklamovat – rádce spotřebitele i obchodníka. 1. vydání. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2007, s. 90

burgerliches Gesetzbuch – ABGB). Úprava odpovědnosti za vady je obsažena v obecných ustanoveních závazkového práva §922 – 933.

Za vady, které se vyskytovaly v době předání, odpovídá podle §924 ABGB prodávající. Práva z odpovědnosti za vady jsou upravena §932 ABGB, který říká, že zákazník má právo požadovat nejprve opravu zakoupené věci, anebo výměnu věci. Pokud není tento postup možný nebo by byl pro dodavatele příliš nákladný, může zákazník požadovat snížení ceny či od smlouvy odstoupit. Právo z odpovědnosti za vady musí být uplatněno u soudu podle §933 ABGB, jde – li o movitou věc nejpozději do 3 let, o nemovitou do 2 let.⁴²

- Slovenská republika

Na Slovensku je stále účinný, stejně tak jako v České republice občanský zákoník z roku 1964, ve znění pozdějších právních předpisů.

Obecná ustanovení odpovědnosti za vady najdeme v §499 – 510, speciální ustanovení pro reklamace vad u obecné kupní smlouvy §596 – 600 a v rámci ní u prodeje zboží v obchodě §616 – 627, u zhotovení díla na zakázku §645- 649 a oprav či úprav věci §653 – 655.⁴³

Odlišnost s právní úpravou v ČR najdeme v rozdílné záruční době. Na Slovensku byla tato doba prodloužena dle zákona č. 150/2004 Sb., na 24 měsíců nejen u prodeje zboží v obchodě, ale také u zboží zhotoveného na zakázku.

Jde – li o prodej zboží v obchodě, slovenský občanský zákoník neužívá pojem shody s kupní smlouvou. V §616 zmiňuje výčet charakteristik, které musí zboží splňovat. Např. právními předpisy stanovená jakost, míra, množství, hmotnost, zboží musí být bez vad a splňovat technické parametry.

§622 odst. 3 uvádí, že prodávající může namísto odstranění vady vyměnit vadnou věc za bezvadnou, pokud tím kupujícímu nezpůsobí nepřiměřené obtíže. Slevu z ceny nebo odstoupení od kupní smlouvy toto ustanovení nezmiňuje. Jde – li o vady neodstranitelné

⁴² Houdek, D. Jak úspěšně reklamovat – rádce spotřebitele i obchodníka. 1. vydání. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2007, s. 94

⁴³ Houdek, D. Jak úspěšně reklamovat – rádce spotřebitele i obchodníka. 1. vydání. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2007, s. 98

bránící řádnému užívání, mají spotřebitelé na Slovensku stejná práva jako spotřebitelé v České republice. U jiných neodstranitelných vad má kupující právo na přiměřenou slevu z ceny.⁴⁴

- Spojené království Velké Británie a Severního Irska

V těchto dvou ostrovních státech nenajdeme právní úpravu v jednotném kodexu, jako u předchozích zemí, ale v dílčích zákonech, popř. v tzv. common law.⁴⁵

V případě prodeje věcí má velký význam především Sale of Good Act 1979 (SGA) – zákon o prodeji zboží (kupní smlouvě), ve znění pozdějších předpisů, z nichž za nevýznamnější ve vztahu k odpovědnosti za vady lze považovat Sale and Supply of Goods to Consumers Regulation 2002 – nařízení o prodeji služeb a dodání zboží spotřebiteli z roku 2002.⁴⁶

Zákon SGA zdůrazňuje, že odpovědným subjektem za výrobek je prodávající, nikoliv výrobce. Dále je vyžadováno, aby prodávané zboží bylo v souladu se smlouvou. To znamená, že výrobky musí splňovat zejména požadavky na kvalitu, odpovídat popisu, označení a ceně. Jestliže tomu tak v okamžiku prodeje není, je zboží považováno za vadné a vzniká odpovědnost prodávajícího, a to bez ohledu na to, zda je vada skrytá a objeví se až později. Za těchto podmínek má kupující právo zboží odmítnout a požadovat vrácení kupní ceny, anebo se domáhat přiměřené finanční náhrady.⁴⁷

⁴⁴ Houdek, D. Jak úspěšně reklamovat – rádce spotřebitele i obchodníka. 1. vydání. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2007, s. 99

⁴⁵ Common law = zvykové právo - je právní systém založený na právních obyčejích, které se v určitém společenství ustálily a jsou všeobecně uznávány, sankcionovány a dodržovány. Zvykové právo může být psané i nepsané. (Wikipedie [online]. 17. 1. 2011 [cit. 2011-02-25]. Zvykové právo. Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Zvykov%C3%A9_pr%C3%A1vo>.)

⁴⁶ Houdek, D. Jak úspěšně reklamovat – rádce spotřebitele i obchodníka. 1. vydání. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2007, s. 95

⁴⁷ Houdek, D. Jak úspěšně reklamovat – rádce spotřebitele i obchodníka. 1. vydání. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2007, s. 96

7. PRAKTICKÁ ČÁST

7.1. Praktický příklad

Jako praktický příklad k mé práci jsem si vybrala příběh z mého okolí. Je to příběh aktivního důchodce pana Hlaváče, který se zúčastnil jedné reklamní akce a nechal se zlákat ke koupi drahých a pro něj zbytečných výrobků.

Každý z nás to jistě zažil. Jdete do schránky vyzvednout poštu a objevíte lákavou pozvánku na levný výlet. Tyto akce mají za úkol nalákat hlavně starší občany, kteří mají spoustu volného času a chtějí si za malou částku užít příjemný den spojený s dobrým obědem a jako vzpomínku na takto strávený den si odvézt nějaký upomínkový předmět. Součástí programu bývá i předváděcí akce určitého zboží s možností jeho odkoupení ihned na místě. Takovéto nabídky jsou založeny na skvělé předváděcí technice, kdy prodávající přesvědčí návštěvníky akce o jedinečnosti této nabídky. Slova jako: tato nabídka se již NEBUDE opakovat nebo JEN pro dnešní den, zláká jistě většinu z nás a v tom je problém. Spotřebitel při takovýchto akcích nemá možnost srovnání daného výrobku s jinými podobnými výrobky nebo s identickými výrobky od jiného dodavatele. V podstatě ani nemá mnoho času na rozmyšlenou, protože je mu neustále připomínáno, že se TATO skvělá nabídka již nebude opakovat. Pod tíhou argumentů zkušeného prodávajícího spotřebitel většinou podlehne, podepíše kupní smlouvu a až doma si uvědomí, že nákup byl naprosto zbytečný a ve většině případů velmi předražený.

Přesně tak tomu bylo i u pana Hlaváče. Odjel vypraveným autobusem na oběd do malebné restaurace v Blovicích, dobře se najedl a poté mu byly představeny výrobky určené k relaxaci a odpočinku. Nechal se přemluvit lákavou jedinečnou nabídkou a zakoupil pro sebe a svou ženu masážní lůžko, deku, polštář a biolampu. To vše v celkové hodnotě 35 tisíc Kč. Podepsal kupní smlouvu, nasedl do společného autobusu a spokojen s tak výhodným nákupem odjel zpět domů spolu s částí nakoupeného zboží. Po návratu s manželkou vše důkladně probrali a došli k závěru, že žádné masážní postele ani deky s aloe vera opravdu nepotřebují a rozhodli se tedy smlouvu vypovědět. Druhý den panu Hlaváčovi volal pán zastupující Reklamní Agenturu O106 a.s. ohledně dodání objednaného zboží a samozřejmě předání peněz. Při dotazu, jestli je možné smlouvu vypovědět, vyhrožoval exekucí. Nutno podotknout, že volající pán se ani nepředstavil. Hlaváčovi tedy

prostudovali kupní smlouvu a obchodní podmínky firmy. Jsou to již starší lidé, tak raději kontaktovali poradenskou službu ČOI, kde jim ochotně poradili, jak mají při vrácení zboží postupovat. Jejich dcera se jim rozhodla pomoci, a tak se vydala do pražského sídla uvedeného na razítku na kupní smlouvě. Na uvedené adrese (Kaprova 14/13, Praha 1) sídlo výše zmíněné reklamní agentury nenašla. Pouze na poštovní schránce byl spolu s dalšími deseti firmami uveden název firmy. Dne 8. 10. 2010 byly odeslány doporučené dopisy (viz. Příloha 1) spolu s již obdrženým zbožím, bohužel je nikdo nevyzvedl, a tak byly vráceny zpět. Druhý pokus byl úspěšnější. O deset dní později, tedy dne 18. 10. 2010, bylo zboží předáno osobně v sídle provozovny a tím byl celý průběh reklamace u Hlaváčových šťastně ukončen.

7.2. Vyhodnocení ankety: Povědomí spotřebitele o reklamacích

7.2.1. Obecné údaje o anketě

Tato anketa byla umístěna po dobu 107 hodin na serveru www.vyplnto.cz, kde se jí zúčastnilo celkem 127 osob. Z tohoto počtu bylo 81 žen a 46 mužů různého věku a dosaženého vzdělání.

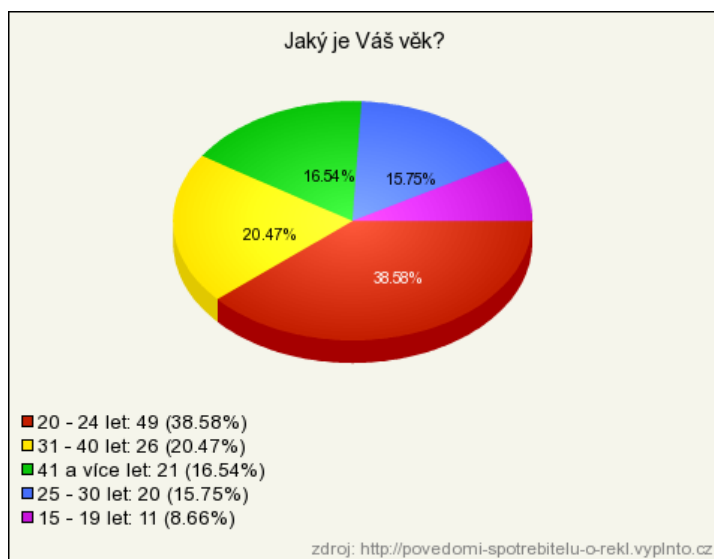
Anketa byla sestavena ze 14 otázek. Prvních 10 otázek bylo zaměřeno na všeobecné povědomí spotřebitelů o reklamacích. Zde se ukázalo, že většina z respondentů přesně neví, jak při reklamaci postupovat a jaká práva mají.

V závěrečných 4 otázkách byli respondenti požádáni o vyplnění identifikačních údajů, týkajících se pohlaví, věku, dosaženého vzdělání a zaměstnání. Přesné znění dotazníku je uvedeno v příloze této bakalářské práce.

7.2.2. Hodnocení základních identifikačních otázek

Nejvíce respondentů tvořily osoby ve věku 20 – 24 let. Tato věková skupina se na vyplnění ankety podílela celkově z 38,58 %, což je patrné z následujícího grafu. Nezanedbatelná není ani věková skupina 31 – 40 let, která z celku tvořila 20,47 %. Toto nejčastější věkové rozmezí je dáno tím, že jsem anketu sdílela na sociální síti facebook, kde jsou zaregistrováni lidé převážně výše uvedeného věku.

Graf 1: Věková struktura



Na grafu č. 2 je znázorněna struktura respondentů z hlediska nejvyššího dosaženého vzdělání. Celkově převládalo vzdělání středoškolské s maturitou, a to u 54,33 %. Druhé nejčastěji dosažené vzdělání bylo vzdělání vysokoškolské, které zastupovalo 30,71 % dotazovaných osob.

Graf 2: Dosažené vzdělání



7.2.3. Vyhodnocení otázek týkajících se povědomí o reklamách

Z otázky číslo 1 a tedy i následujícího grafu je patrné, že naprostá většina dotazovaných byla někdy v minulosti nucena zakoupené zboží reklamovat. Celkem 118

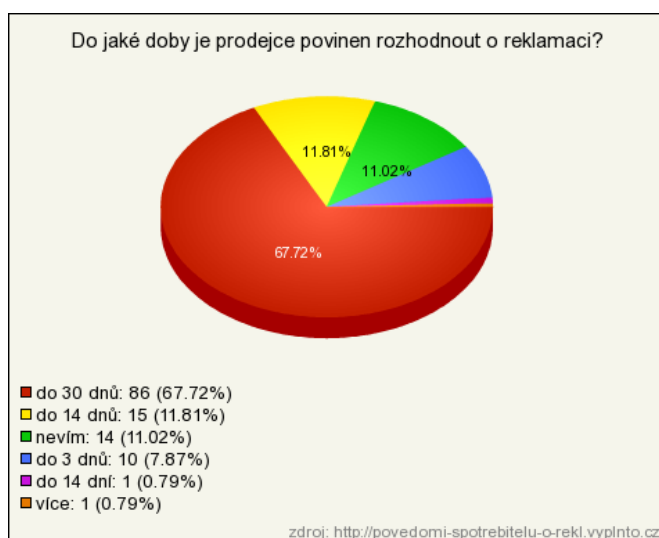
respondentů, tedy 92.91 % všech zúčastněných má s reklamací nějakou zkušenost. Jak je ale patrné z dalších otázek, o svých právech nemají velké povědomí.

Graf 3: Zkušenost s reklamací



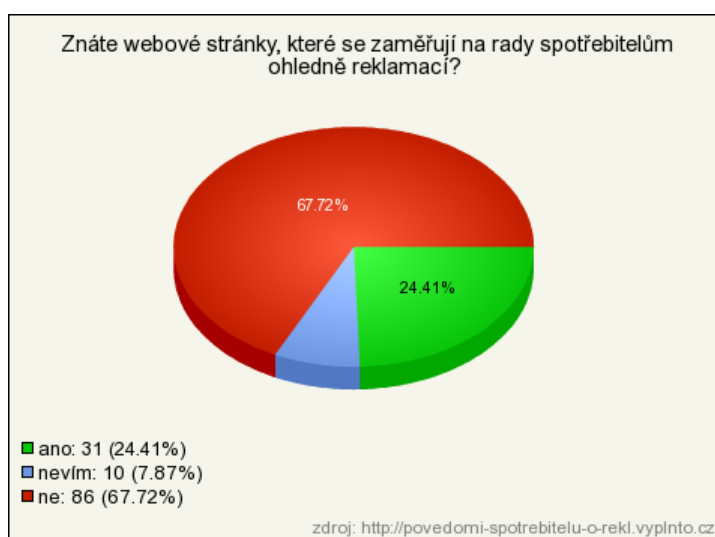
Například u čtvrté otázky: Do jaké doby je prodejce povinen rozhodnout o reklamaci? Správnou odpověď vědělo pouze 7,87 % respondentů, tedy 10 osob. Ve většině případů prodejce o reklamaci zboží rozhoduje ihned, ale pokud je toto rozhodnutí obtížnější, má ze zákona tři denní lhůtu na rozmyšlenou. Je možné, že si tuto otázku většina respondentů špatně vyložila, protože 86 z nich využilo možnosti a) do 30 dnů. To je ale ovšem lhůta, do které musí být reklamce vyřízena, jak bylo v další otázce.

Graf 4: Doba rozhodnutí o reklamaci

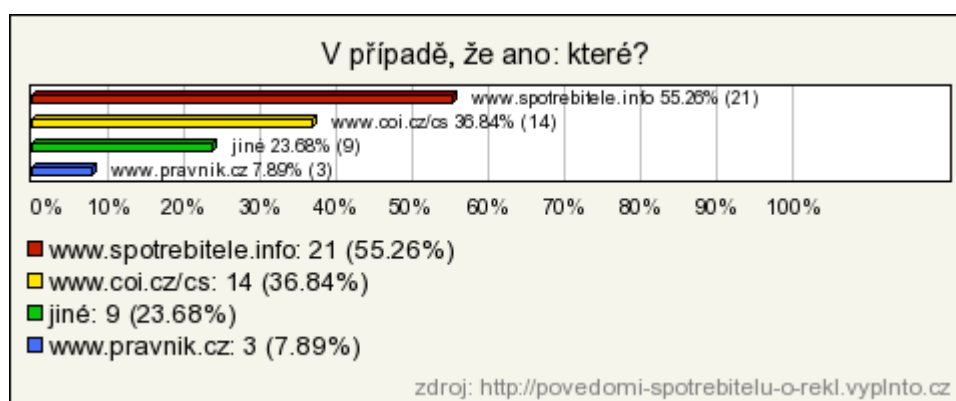


Otázka číslo 7 byla zaměřena na webové servery, které se specializují na rady spotřebitelům. Z 67.72 % tyto stránky žádný z respondentů neznal. To je podle mého názoru velký nedostatek. Většina kupujících si nechte reklamační řády, a tudíž neví, jaká mají práva a co všechno mohou požadovat po prodávajícím. To se také ukázalo v předchozích otázkách. Tyto servery by jim zodpověděly většinu jejich dotazů a dle mého by jim velice pomohli, ale bohužel do povědomí lidí se zatím nedostaly.

Graf 5: Webové stránky



Graf 6: Konkrétní webové stránky



8. POZNATKY A DOPORUČENÍ

Pojetí spotřebitelského práva je založeno na vztahu dvou smluvních stran. Na straně jedné vystupuje dodavatel a na straně druhé, slabší, vystupuje spotřebitel. V jednotlivých právních ustanoveních se definice těchto dvou subjektů značně liší a to může být problém. Pojem dodavatel zas až tak odlišný není, ale spotřebitel je dle mého názoru vykládán nedostatečně. Velký rozdíl v definici vidím mezi českou právní úpravou a právní úpravou Evropské unie. Z tohoto hlediska by bylo nutné sjednocení těchto pojmů, aby nedocházelo k nedorozuměním.

Podomní obchod je v České republice značně rozšířen, a proto se divím, že je zde takto nedostatečná právní úprava. Pro spotřebitele je tento druh obchodu poměrně rizikový, ale možností, jak se bránit moc není. V některých českých městech proti tomuto obchodu začali bojovat různými městskými vyhláškami. Myslím si, že jde o relativně dobrý začátek, ale určitě by to chtělo nějaký větší zásah v podobě zákona, jako je tomu například na Slovensku, který by stanovoval jasné podmínky pro jeho provozování a případně sankce za jejich porušení.

Spotřebitelské smlouvy mají ochránit spotřebitele jakožto slabší smluvní stranu před praktikami dodavatele, které mohou být mnohdy protiprávní. Nejběžnější formou spotřebitelských smluv je pravděpodobně smlouva kupní. Každý z nás nakupuje výrobky či služby a tím uzavírá s prodávajícím smlouvu. Účelem ochrany spotřebitele je, abychom se my, nezkušení spotřebitelé, nenechali napálit zkušeným prodávajícím.

Problematika reklamací je dle mého názoru velice rozšířená. Převážná většina spotřebitelů se již alespoň jednou setkala s tím, že zakoupený výrobek musela reklamovat. Myslím si, že z hlediska právní úpravy reklamací v ČR by neměl být žádný problém. Stát se snaží maximálně své občany ochránit před praktikami ziskuchtivých prodejců. O tom jistě svědčí i prodloužení záruční doby u spotřebního zboží na 24 měsíců. Jediný problém, který v této oblasti vidím, je nejednotná úprava napříč zeměmi Evropské unie. Spotřebitel si může myslet, že ve všech zemích bude mít stejná práva jako v ČR, ale bohužel tomu tak není. Evropské směrnice si může každá členská země upravit podle svého, je zde stanovena pouze minimální hranice a tedy minimální možnost ochrany spotřebitele. Myslím si, že kdyby bylo ve všech zemích Evropské unie jasně dané, že záruční doba na spotřební zboží je 24 měsíců nebo že od kupní smlouvy uzavřené mimo provozovnu

může kupující odstoupit do 14 dnů, jako je tomu u nás, spotřebitel by měl vše mnohem snazší.

Nabízení a prodej výrobků či služeb mimo stálou provozovnu je problém, který přetrvává již z minulosti. Na jednu stranu můžeme tento druh obchodu považovat za ulehčení starostí spotřebitele z toho důvodu, že nemusí vyhledávat dodavatele služeb či výrobků, protože on si ho „najde“ sám. Na druhou stranu svým někdy až vtíravým chováním prodejce kupujícího obtěžuje. Spotřebitel je v tu chvíli nepřipraven, nemůže srovnat nabídky jiných prodejců, a tak většinou pod nátlakem výrobky zakoupí, i když je vlastně vůbec nepotřebuje.

Teprve od 1. ledna 2001 existuje v právním řádu České republiky nová právní úprava, která provádí směrnici č. 85/577/EHS, o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory. Do té doby byl náš moderní právní řád k mnohým zvláštním formám poskytování služeb zcela slepý a na rozdíl od minulosti jim nechával zcela volný rozmach. V minulosti byl například podomní obchod upraven zvláštním císařským patentem č. 252/1852 ř. z., o obchodě podomovním a podobně.

Naproti tomu na Slovensku byl 14. května 1998 přijat zákon č. 178/1998 Z. z., o podmienkach predaja výrobkov a poskytovania služieb na trhovách miestach či zákon č. 108/2000 Z. z., o ochrane spotrebiteľa pri podomovom predaji a zásielkovom predaji. Taková to právní úprava v České republice zcela chybí. Zákon o ochraně spotřebitele se touto problematikou totiž vůbec nezabývá a živnostenský zákon upravuje jen některé otázky v souvislosti s prodejem pomocí automatů.

Z těchto důvodů si myslím, že by bylo dobré, se u našich sousedů inspirovat a také vytvořit zákon, který by upravoval podmínky nejenom v dnešní době tak populárního podomního prodeje, ale i ostatních forem podnikání mimo stálou provozovnu.

Obliba prodejců zaměřovat se na podomní prodej v posledních letech rapidně roste. Nejčastěji jde o různé organizované zájezdy, na kterých je jako „bonus“ předveden výrobek s možností jeho okamžitého odkupu. Jak bylo popsáno výše, tyto obchody jsou založeny na přemlouvání kupujícího, který je nabídkou zaskočen a není na ni připraven. V takovýchto případech pak dojde k uzavření smluv, aniž byste o daný výrobek měli skutečný zájem.

Tyto zájezdy lákají hlavně seniory, kteří mají spoustu volného času a jsou lehce ovlivnitelní. Dospělý člověk naopak bude raději nakupovat v kamenném obchodě, kde má v případě reklamace jistotu, že bude jeho problém řádně vyřešen.

Z výsledků mé ankety jsem zjistila, že povědomí lidí o reklamacích, není příliš vysoké. Převážná většina z nás již byla někdy v minulosti nucena zakoupené zboží reklamovat. Myslím si ale, že většina z nich spoléhá na korektnost prodávajícího, protože si nejsou úplně jisti svými právy. Mnozí z nich si ani nečtou obchodní podmínky, reklamační řád či dokonce podmínky kupní smlouvy, kterou podepisují. Když vyvstane problém, obracejí se pouze na prodejce, u něhož zboží zakoupili. V případě zamítnutí reklamace se většinou dál do sporů nepouštějí. Z výsledků mého průzkumu se totiž vyplynulo, že většina dotazovaných nezná internetové stránky, na které by se měli v případě problému obrátit.

9. ZÁVĚR

Problematika ochrany spotřebitele se dotýká každého z nás. My všichni jsme totiž spotřebiteli, ať už kupujeme služby či výrobky. Téměř každý den vstupujeme do vztahu s prodávajícím a hrozí nám tím určitá rizika. Znalosti spotřebitele, jak se v případě problému bránit či jak postupovat, jsou však poměrně nízké.

V historii ochrany spotřebitele v České republice byly podle mě dva důležité mezníky. Prvním z nich byl rok 1989, ve kterém nastoupila demokracie, a došlo k mnoha zásadním změnám nejen v oblasti práva. Za jednu z nejdůležitějších změn považuji vytvoření zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů. Druhým mezníkem byl rok 2004, kdy se Česká republika zařadila mezi země Evropské unie. Tento krok přinesl povinnost přijmout do českého práva Evropské směrnice a nařízení. Ve směrnicích je stanovena minimální ochrana spotřebitele a je jen na jednotlivých státech, jestli přijmou opatření pro to, aby ochranu zlepšili, či ji ponechají na stávající minimální úrovni. Díky implementaci směrnice č. 85/577/EHS, o ochraně spotřebitele při smlouvách sjednávaných mimo obchodní provozovnu, která byla provedena v ustanovení §57 občanského zákoníku, se v ČR ochrana spotřebitele mnohonásobně zvýšila. Do té doby u nás nic podobného nebylo.

I přesto si ale myslím, že v některých bodech by měla být česká legislativa přísnější. Jak bylo řečeno v 5. kapitole, na Slovensku existuje zákon č. 108/2000 Z.z. o ochrane spotrebiteľa pri podomovom predaji a zásielkovom predaji, který u nás stále chybí.

Tato bakalářská práce byla zaměřena na smlouvy uzavírané mimo provozovnu. Ze všech možných forem obchodu mne nejvíce zaujal podomní obchod. Pro prodejce jde jistě o lukrativní podnikání – náklady jsou určitě menší, než kdyby zboží nabízel v kamenném obchodě, ale za jakou cenu? Za cenu klamání spotřebitele. Jak bylo popsáno v kapitole 7, na takovéto akce jsou lákáni především staří lidé, kteří jsou lehce ovlivnitelní, nakoupí si spoustu zbytečných výrobků, a pak neví, jak se bránit. To je hlavní důvod, proč si myslím, že výše popsaný zákon by se měl objevit i u nás.

10. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Literatura:

Boguszak, J.; Čapek, J.; Gerloch, A. Teorie práva. Praha: ASPI, 2004. 347 s. ISBN 80-7357-030-0.

Horová, O. – Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie. 1. vydání. Praha: Oeconomica, 2006. 186 s. ISBN 80-245-1106-1

Houdek, D. Jak úspěšně reklamovat – rádce spotřebitele i obchodníka. 1. vydání. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2007. 164 s. ISBN 978-80-247-2201-6

Hulva, T. Ochrana spotřebitele. Praha: ASPI, a. s., 2005, 452 s. ISBN 80-7357-064-5

Libánský, P. – Štěpán, P. Průvodce spotřebitele Evropskou unií. 1. vydání. Praha: Ministerstvo zahraničních věcí ČR, 2001. 76 s. ISBN 80-86345-12-12

Plecitý, V.; Kocourek, J.: Občanský zákoník (výklad, judikatura a související předpisy). 2. vydání. Praha, Eurounion, 2002. 724 s. ISBN 80-7317-034-5

Švestka, J., a kol. Občanský zákoník. Komentář. 2. vydání, Praha: C.H. Beck, 2006. 2528 s. ISBN 978-80-7400-180-6

Tomančáková, B. Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady. Linde Praha, a.s., 2008. 224 s. ISBN 978-80-7201-695-2

TRHLÍKOVÁ, A. *Ochrana spotřebitele ve smlouvách uzavíraných mimo provozovnu*. Praha, 2009. 75 s. Bakalářská práce. ČZU.

Právní prameny:

Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník (v platném znění)

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele (v platném znění)

Zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon (v platném znění)

Zákon č. 108/2000 Z. Z., o ochrane spotrebitel'a pri podomovom predaji a zásielkovom predaji (v platném znění)

Směrnice rady 85/577/EHS ze dne 20. prosince 1985 o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory

Směrnice rady 93/13/EHS ze dne 5.dubna 1993 o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách

Internetové zdroje:

BusinessInfo.cz [online]. 10. 11. 2009 [cit. 2011-02-25]. Reklamace zboží a služeb. Dostupné z WWW: <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/pravni-ochrana/reklamace-zbozi-a-sluzeb/1001142/43038/>

Evrpská unie v České republice [online]. 12. 12. 2009 [cit. 2011-02-27]. Smlouvy a právo. Dostupné z WWW: http://ec.europa.eu/ceskarepublika/abc/treaties_law/index_cs.htm

Evrpská unie v České republice [online]. 30. 10. 2010 [cit. 2011-03-15]. Ochrana spotřebitele v ČR a EU. Dostupné z WWW: http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/article_986_cs.htm

PELIKÁN, Tomáš. *Advokátní kancelář PELIKÁN KROFTA KOHOUTEK* [online]. 2005 [cit. 2011-02-27]. Ochrana spotřebitele ve správním právu. Dostupné z WWW: http://www.ak-pkk.cz/publikace_ochrana_spotrebitele.cz.php#

Rozsypalová – *Povědomí spotřebitelů o reklamacích (výsledky průzkumu)*, 2011. Dostupné online na <http://povedomi-spotrebitelu-o-rekl.vyplnto.cz>.

Spotrebitel.cz [online]. 2003 [cit. 2011-03-18]. Poskytování služeb mimo provozovnu. Dostupné z WWW: http://www.spotrebitel.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=101216&catid=78&Itemid=225

Wikipedie [online]. 17. 1. 2011 [cit. 2011-02-25]. Zvykové právo. Dostupné z WWW: http://cs.wikipedia.org/wiki/Zvykov%C3%A9_pr%C3%A1vo

Úřední věstník Evropské unie [online]. 30. 12. 2006 [cit. 2011-03-06]. ROZHODNUTÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY č. 1926/2006/ES. Dostupné z WWW: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:404:0039:0045:CS:PDF>

11.2. Příloha 2: Kupní smlouva

KUPNÍ SMLOUVA H

Reklamní Agentura O106 a.s.

Při kontaktu s námi uvádějte toto číslo smlouvy, datum sepsání a č. týmu

číslo smlouvy: A * 002264

PRODÁVÁJÍCÍ
 Reklamní Agentura O106 a.s.
 Sídlo: Velká Dominikánská 289/35, 412 01 Litoměřice
 Právní forma: s.p.a.
 IČ: 28975626, DIČ: CZ28975626
 Zapsaná v OR, soudní správní území v Praze
 oddíl B, vložka 1433

KUPUJÍCÍ:
 jméno a příjmení:
 datum narození:
 ulice a čp.:
 telefon:
 PSČ: 261 01 město: DEJBRAN II okres:
 orientační bod v místě bydliště:

datum narození:
 telefon:
 OP číslo:

Prodávající na základě této smlouvy prodávajícímu níže uvedené zboží:

Předmět smlouvy	zkratka	Kusů	cena/ks	cena celkem
MASSAGE MASTER 2000 LH-801	MM	2	1x	
DEKA ALOE VERA	TDA	2		
POLSTAR ALOE VERA	VKA	2		
BIO LAPPA	BIO	1		
KALETA AV	KA	1		
VOZIK	PW	1		
celkem:				35 000,-

*Klientská karta č.: 004292. Vydána
DODACÍ PODMÍNKY: zboží bude kupujícím dodáno/dovezeno:
 při podpisu smlouvy pozn.: TANLABIO, KARW
 do místa bydliště kupujícího termín dodání dne: pozn.: 2xMM
 (do 14 dnů ode dne podpisu smlouvy na základě předchozího telefon. oznámení kupujícím. Ten se zavazuje sjednatý termín dodržet)

ZPŮSOB ÚHRADY KUPNÍ CENY (Prodávající prodávajícímu zboží za těchto platebních podmínek)
 celková kupní cena zboží: 35 000,- Kč
 z toho uhrazeno v hotovosti při podpisu smlouvy: 0,- Kč
 zbyvajících částka k doplacení: 35 000,- Kč
 Celková kupní cena je již cenou konečnou, včetně DPH.

KUPUJÍCÍ JE POVINEN DOPLATIT KUPNÍ CENU:
 Prodávajícímu hotově při dodání zboží
 Prodávajícímu hotově v místě bydliště kupujícího do 14 dnů ode dne podpisu smlouvy na základě předchozího telefonického oznámení kupujícím
 poštovní poukázkou na adresu prodávajícího do 14 dnů ode dne podpisu smlouvy
 převodem na účet prodávajícího do 14 dnů ode dne podpisu smlouvy
 Kupující se zavazuje dodržet sjednanou výši a způsob doplacení kupní ceny zboží. Při prodlení kupujícího s doplacením kupní ceny zboží je prodávající oprávněn požadovat od kupujícího úrok z prodlení dle §517 občanského zákoníku ve výši stanovené občanským zákoníkem.

Článek I.
 1. Pokud byla tato smlouva uzavřena mimo prostory obvyklé k podnikání prodávajícího, má kupující právo dle §57 občanského zákoníku od této smlouvy písemně odstoupit s bez udání důvodu a jakékoliv sankce, a to do 14 dnů ode dne uzavření této smlouvy, nedošlo-li dříve ke splnění dodávky zboží prodávajícím, může kupující odstoupit nejpozději do 1 měsíce od uzavření smlouvy. To neplatí, pokud si kupující sjednal nabídkou prodávajícího za účelem objednávky.
 2. Odstoupení musí být doručeno na adresu provozovny - Reklamní Agentura O106 a.s., Velká Dominikánská 289/35, 412 01 Litoměřice. Odstoupením od smlouvy se smlouva podle §48 odst. 2 občanského zákoníku od počátku ruší, přičemž účastníci jsou povinni si dle §457 občanského zákoníku vrátit vše, co podle smlouvy dostali. Kupující v této souvislosti bere na vědomí, že je vhodné vrátit případně odstoupení od smlouvy zboží v původním obalu, v němž mu bylo dodáno, a to nepoškozené, nezanížené, ani jinak nezhodnocené a to v termínu do 10 dnů ode dne účinnosti odstoupení. Pokud kupující po odstoupení od smlouvy zboží nevrátí, či jej vrátí v poškozeném stavu apod., může se prodávající domáhat náhrady, a to i započtením tohoto svého nároku na náhradu proti nároku kupujícího na vrácení kupní ceny.

Článek II.
 1. Pokud kupující poruší povinnost touto smlouvou sjednanou, zejména se ocitne v prodlení s řádným převzetím zboží, úhradou kupní ceny (jejich splnění), vzniká prodávajícímu vůči kupujícímu nárok na úhradu smluvní pokuty ve výši 20% z celkové kupní ceny dle této smlouvy za každé jednotlivé porušení smlouvy, a to vedle nároku na náhradu škody.

Článek III.
 1. Kupující podpisem této smlouvy výslovně souhlasí se sjednanou kupní cenou, s uvedenými smluvními podmínkami a podmínkami dle této smlouvy a dalšími podmínkami obsaženými v Reklamačním řádu, který upravuje podmínky reklamace předmětu koupě v případě jeho vad a který je nedílnou součástí této smlouvy. Reklamační řád je uvedený na rubu této listiny a jeho podpisem kupující potvrzuje, že s jeho zněním byl seznámen a svým podpisem tuto skutečnost stvrzuje.
 2. Účastníci prohlašují, že si tuto smlouvu řádně přečetli, že plně porozuměli jejímu obsahu, že ji uzavírají v úsní a za naplnění nevýhodných podmínek, a že jsou schopni řádně a včas dostát veškerým smluvním závazkům, které uzavřením této smlouvy přijímají.

Datum uzavření smlouvy: 3. 10 2010
 Kupující:
 podpis
 Reklamní Agentura O106 a.s.
 Praha 1, Kaprova 14/13, PSČ 110 00
 IČ: 28975626, DIČ: CZ28975626
 Zapsaná v OR, soudní správní území v Praze
 oddíl B, vložka 1433
 prodávajícího schválil:
 podpis + razítko

11.1. Příloha 3: Obchodní podmínky a reklamační řád

OBCHODNÍ PODMÍNKY A REKLAMAČNÍ ŘÁD
Reklamní Agentura O106 a.s.

183300 4

1. Úvodní ustanovení

1.1. Tyto obchodní podmínky jejichž součástí je i reklamační řád, prodávajícího, upravují některá další práva a povinnosti smluvních stran v souvislosti s prodejem zboží. Reklamační řád obsažený v čl. 2. těchto obchodních podmínek slouží k zajištění správného postupu při uplatňování a vyřizování reklamací vad zboží.

1.2. Obchodní podmínky i reklamační řád byly vypracovány v souladu se zákonem č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů a zák. č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.

1.3. Případná neplatnost jednotlivých částí těchto obchodních podmínek nemá za následek neplatnost celé kupní smlouvy. Neplatné či neúčinné ustanovení bude v takovém případě posuzováno podle těch zákonných ustanovení, které svým obsahem budou co nejvíce odpovídat podstatě a smyslu původního ustanovení obchodních podmínek.

2. Reklamační řád

2.1. Vyskytne-li se u zakoupeného zboží vada, má kupující právo tuto vadu reklamovat v záruční době.

2.2. Záruční doba je 24 měsíců ode dne převzetí zboží kupujícím. Prodávající je povinen vydat kupujícímu, pokud o to požádá, záruční list s vyznačením rozsahu a podmínek záruční doby. Záruční lhůta nelze zaměňovat s životností zboží, tj. dobou, po kterou při správném užívání může zboží vzhledem ke svým vlastnostem, danému účelu a rozdílnosti v intenzitě jeho užívání vydržet.

2.3. Právo na reklamaci zboží kupujícímu zaniká, nebylo-li uplatněno v záruční lhůtě. Reklamaci vady musí kupující uplatnit bez zbytečného odkladu, ihned po zjištění vady. Spolu s vytknutím vady předkládá prodávajícímu k posouzení vady i předmět koupe. Vytknutí se reklamace výměnou vadného zboží za nové, běžní lhůta pro uplatnění reklamace opětovně od okamžiku převzetí nového zboží kupujícími.

2.4. Za vadu nelze považovat zejména: změnu zboží, která vznikla v průběhu záruční doby v důsledku opotřebení či nesprávného používání; popř. nesprávného zásahu. Záruka se neposkytuje na nevhodné či nevhodné používání, jako např. přetěžování přístroje nebo použití nevhodných doplnkových dílů, násilné používání, poškození zapříčiněné cizím působením nebo vlivy jako písek, nebo kamení, škody vzniklé neodstraněním návodů k použití např. zapojením na nesprávné napětí či proud. Záruka se dále nevztahuje na přístroje, které byly poškozeny působením vnějších vlivů, např. znečištěním, při styku s vodou, v důsledku přírodních jevů (bouřky, přepětí v síti apod.) nebo mechanicky poškozeny (např. při dopravě nebo pádem). Ze záruky jsou rovněž vyloučeny ty přístroje, které byly částečně nebo úplně rozebrány včetně zásahů a oprav neautorizovaným servisem, přístroje, u kterých se údaje v předložených dokladech liší od údajů uvedených na výrobku.

2.5. Při reklamaci vad má kupující právo:

- jde-li o vadu odstranitelnou, právo na bezplatné, řádné a včasné odstranění vady, právo na výměnu vadného zboží nebo vadné součásti, není-li to vzhledem k povaze vady neúčinné, a není-li takový postup možný, právo na přiměřenou slevu z kupní ceny nebo odstoupení od kupní smlouvy;
- jde-li o vadu neodstranitelnou bránící řádnému užívání zboží, právo na výměnu vadného zboží nebo odstoupení od kupní smlouvy;
- jde-li o vady odstranitelné vyskytující se ve větším počtu nebo opakovaně a bránící řádnému užívání zboží, právo na výměnu vadného zboží nebo odstoupení od kupní smlouvy;
- jde-li o jiné vady neodstranitelné a nepožaduje-li výměnu věci, právo na přiměřenou slevu z kupní ceny nebo odstoupení od kupní smlouvy.

2.6. Reklamace včetně odstranění vady bude vyřizována bez zbytečného odkladu, nejpozději do 30 dnů ode dne uplatnění reklamace.

- v další lhůtě, za předpokladu, že se prodávající se spotřebitelem na další lhůtu dohodne. Sjednání další lhůty musí být písemně a vyznačeno na reklamačním protokolu.

2.7. K reklamaci lze přijmout pouze zboží, které je čisté, a posouzení reklamace tak nebrání obecným zásadám hygieny. Kupující je povinen prokázat, že jeho nárok na vyřízení reklamace je oprávněný, tj. že kromě vytknutí vad dokládá i místo a cenu zboží, což prokáže nejlépe dokladem (doklad o zaplacení zboží, kupní smlouva apod.), popřípadě jiným věrohodným způsobem.

3. Řešení sporů

3.1. Smluvní strany se dohodly, že všechny spory vzniklé z kupní smlouvy nebo v souvislosti s ní, budou rozhodovány a vyřešeny pravomocí obecných soudů v rozhodním řízení. Tyto spory budou rozhodovány jedním rozhodcem jmenovaným řešitelem společnosti Komisa pro rozhodčí řízení, a.s. IČ: 28477661, se sídlem: Praha 1, Staré Město; Kaprova 14/13, PSČ: 110 00 (dále jen „Společnost“) ze seznamu rozhodců vedeném touto společností. Smluvní strany prohlásily, že jsou srozuměny s obsahem Jednacího a organizačního řádu pro rozhodčí řízení před rozhodci vedenými v seznamu rozhodců Komise pro rozhodčí řízení, a.s. (dále jen „jednací řád“) a s obsahem Seznamku poplatků za rozhodčí řízení vedené před rozhodcem zapsaným v seznamu vedeném Komisí pro rozhodčí řízení, a.s. (dále jen „sezamek“).

3.2. O právech a povinnostech plynoucích z tohoto jednacího řádu a seznamku se smluvní strany mohou rovněž informovat v sídle společnosti, kde mohou též obdržet stejnopis tohoto jednacího řádu a seznamku nebo na Internetové adrese: <http://www.kpr.cz>. Obě smluvní strany se dohodly a berou na vědomí, že rozhodčí řízení je neveřejné, zpravidla pouze písemné a že nevychází se zaloveny do sedmi kalendářních dnů ode dne, kdy mu byla doručena žaloba. Jsou skutečnosti vyjádřené a uvedené v žalobě považovány za nesporné. Jednáním místem je zpravidla sídlo společnosti. Smluvní strany se dohodly, že rozhodce spor rozhodne podle platného právního řádu ČR. Veškeré písemnosti jsou doručovány poštou, případně osobně. Písemnosti ve sporu zasílá stranám ředitel společnosti nebo jin pověřený pracovník, a to na adresu, kterou strana uvede, popřípadě na adresu bydliště nebo sídla, pokud strana neuvedla jinou adresu, či na adresu osoby oprávněné jednat za právníckou osobu, již je doručovaná písemnost určena, nebo zvolenému právnímu zástupci.

3.3. Žaloby, žalobní odpovědi, přelovování, rozhodčí nálezy a usnesení se doručují do vlastních rukou doporučeným dopisem s potvrzením o doručení. Ostatní písemnosti se mohou zasílat doporučeným nebo obyčejným dopisem a oznámení kromě toho také telegramy, dálkovým nebo telefonem. Všechna výše uvedená doručení jsou platná i tehdy, jestliže adresát písemnosti odebral převzít nebo přeznamenal doručující pošty nevyzvedl. Písemnosti, jež přeznamenal nebo adresátem odepřeno, je doručena dnem, kdy její převzetí bylo odepřeno. Písemnost určená k doručení do vlastních rukou, kterou adresát přes oznámení doručující pošty nevyzvedl, se považuje za doručenu poslední den uložné lhůty, i když se adresát o uložení nezodvzdá. Ostatní písemnosti, které adresát nevyzvedne do 5 dnů od oznámení doručující pošty o uložení, se považují za doručené poslední den této lhůty, i když se adresát o uložení nezodvzdá.

3.4. Náklady řízení, jímž jsou zejména, rozhodčí poplatky, notové výdaje účastníků a jejich zástupců, ponese zpravidla strana, která v zájmu nemá úspěch. Odměna za zastupování, pokud je zástupcem advokát, patří k nákladům řízení. Odměnu za zastupování stanoví rozhodce přiměřeně podle ustanovení vyhlásky Ministerstva spravedlnosti č. 484/2000 Sb., kterou se stanoví povinná sazby výše odměny za zastupování účastníka advokátem nebo notářem při rozhodování o náhradě nákladů v občanském soudním řízení. Pouze v odůvodněných případech může rozhodce přiznat náhradu odměny za právní zastupování účastníka advokátem či notářem podle skutečné účastníkem zaplacené odměny za takové právní zastupování. Pokud je advokát plátcem DPH, patří k odměně a k náhradám částka DPH dle platné sazby.

3.5. Veškeré písemnosti jsou doručovány poštou, případně osobně. Písemnosti ve sporu zasílá stranám ředitel společnosti nebo jin pověřený pracovník, a to na adresu, kterou strana uvede, popřípadě na adresu bydliště nebo sídla, pokud strana neuvedla jinou adresu, či na adresu osoby oprávněné jednat za právníckou osobu, již je doručovaná písemnost určena, nebo zvolenému právnímu zástupci.

4. Závěrečná ustanovení

4.1. Tyto obchodní podmínky jsou nedílnou součástí kupních smluv uzavíraných mezi společností Reklamní Agentura O106 a.s. a kupujícími v souvislosti s prodejem zboží.

4.2. Veškeré změny nebo dodatky ke kupní smlouvě nebo k těmto obchodním podmínkám musí být provedeny písemnou formou.

4.3. V případě rozporu těchto obchodních podmínek a písemné kupní smlouvy má přednost ustanovení kupní smlouvy.

Tyto obchodní podmínky nebyly platnosti dne 5. 10. 2019

v Bošovicích podpis Blahomír

Reklamní Agentura O106 a.s.
se sídlem Praha 1, Kaprova 14/13, PSČ 110 00, IČ: 289 75 626, zapsána v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze oddíl B, vložka 15633

11.2.. Příloha 4: Anketa – Povědomí spotřebitele o reklamacích

- 1) Už jste se někdy byli nuceni zakoupené zboží reklamovat?
 - a) Ano
 - b) Ne

- 2) V případě, že ano: kolikrát jste již uplatnil/a reklamaci?
 - a) Jednou
 - b) Dvakrát
 - c) Pětkrát
 - d) Vícekrát
 - e) Nepamatuji se

- 3) Víte, jak dlouhá je záruční doba u spotřebního zboží v ČR?
 - a) 12 měsíců
 - b) 24 měsíců
 - c) 48 měsíců
 - d) Jiná

- 4) Do jaké doby je prodejce povinen rozhodnout o reklamaci?
 - a) do 30 dnů
 - b) do 15 dnů
 - c) do 3 dnů
 - d) ihned

- 5) Jak dlouhá je reklamační lhůta, po kterou je dodavatel povinen vyřídit reklamaci?
 - a) 15 dní
 - b) 30 dní
 - c) 2 měsíce
 - d) Jiná

- 6) Setkal/a jste se s tím, že vaše reklamace byla zamítnuta?
 - a) Ano
 - b) ne

- 7) Znáte webové stránky, které se zaměřují na rady spotřebitelům ohledně reklamací?
 - a) Ano
 - b) Ne

- 8) V případě, že ano: které?
 - a) www.spotrebitele.info
 - b) www.coi.cz/cs
 - c) www.pravnik.cz
 - d) jiné

- 9) Víte, v jakém případě máte právo odstoupit od kupní smlouvy?
- a) Ano
 - b) Ne

- 10) V případě, že ano: ve kterém?
- a) Zakoupené zboží se vám přestalo líbit
 - b) Zboží je rozbité, lze opravit, ale vy nechcete čekat
 - c) Zboží má nějakou neodstranitelnou vadu

- 11) Jakého jste pohlaví?
- a) žena
 - b) muž

- 12) Jaký je Váš věk?
- a) 15 – 19
 - b) 20 – 25
 - c) 26 – 35
 - d) 36 – 45
 - e) 46 – 60
 - f) 60 a více

- 13) Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?
- a) základní škola
 - b) střední škola s maturitou
 - c) střední škola bez maturity
 - c) vyšší odborná škola
 - d) vysoká škola

- 14) Jaké je Vaše zaměstnání?
- a) student
 - b) zaměstnanec
 - c) osoba samostatně výdělečně činná
 - d) nezaměstnaný
 - e) důchodce

11.3. Příloha 5: Grafy

Graf 1: Zkušenost s reklamací



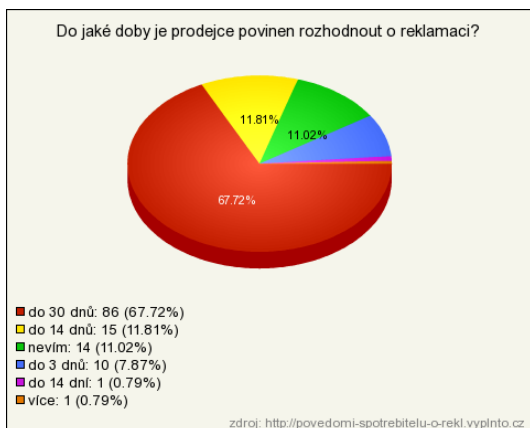
Graf 2: Četnost reklamování



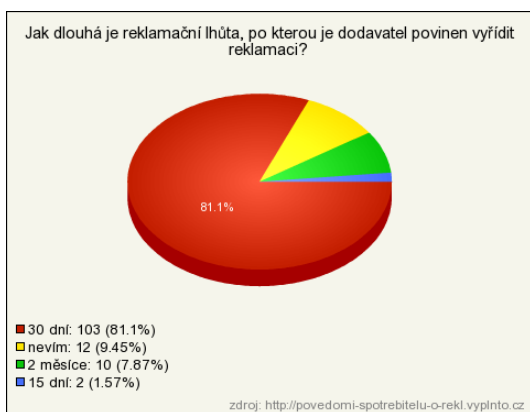
Graf 3: Záruční doba u spotřebního zboží



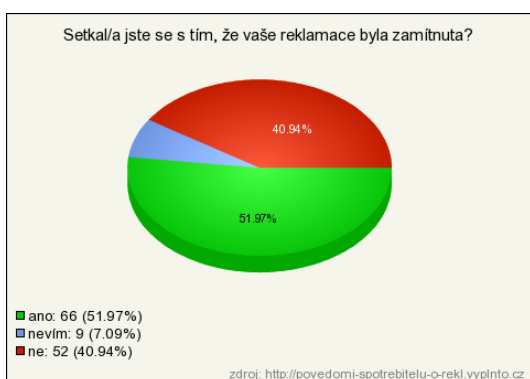
Graf 4: Doba rozhodnutí o reklamaci



Graf 5: Doba vyřízení reklamace



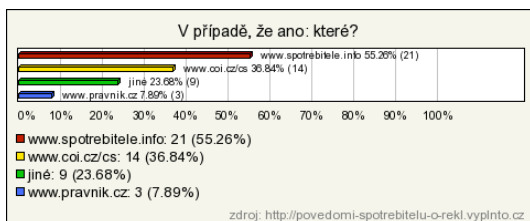
Graf 6: Zamítnutí reklamace



Graf 7: Webové stránky



Graf 8: Konkrétní webové stránky



Graf 9: Odstoupení od smlouvy



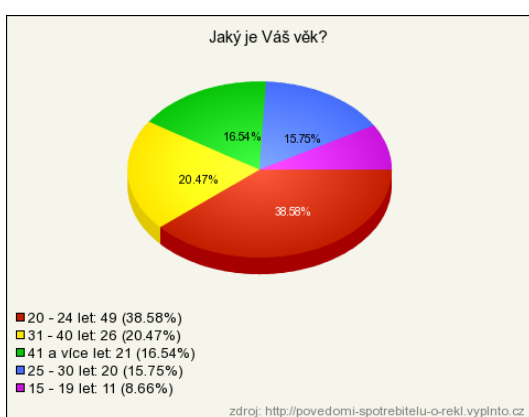
Graf 10: Konkrétní případ pro odstoupení od smlouvy



Graf 11: Pohlaví



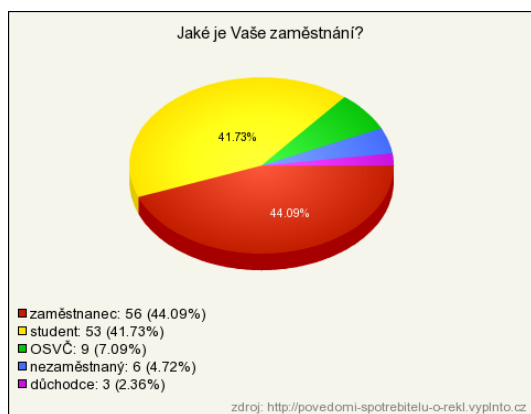
Graf 12: Věková struktura



Graf 13: Dosažené vzdělání



Graf 14: Zaměstnání



11.4. Příloha 6: Směrnice č. 85/577/EHS

Směrnice Rady

ze dne 20. prosince 1985

o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory

(85/577/EHS)

RADA EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ,

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

s ohledem na návrh Komise [1],

s ohledem na stanovisko Evropského parlamentu [2],

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

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

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

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

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

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

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

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

PŘIJALA TUTO SMĚRNICI:

Článek 1

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

- v průběhu zájezdu organizovaného dodavatelem mimo jeho obchodní prostory nebo

- v průběhu návštěvy dodavatele:

i) u spotřebitele doma nebo v bytě jiných spotřebitelů;

ii) u spotřebitele na jeho pracovišti,

neuskutečnila-li se návštěva na výslovnou žádost spotřebitele.

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

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

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

Článek 2

Pro účely této směrnice se rozumí:

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

"dodavatelem" jakákoli fyzická nebo právnická osoba, která v předmětných transakcích jedná v rámci svých podnikatelských činností nebo výkonu svého povolání, jakož i osoba, která jedná jménem nebo na účet dodavatele.

Článek 3

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

Rada na návrh Komise přezkoumá, a popřípadě změní, tuto částku poprvé do čtyř let po zveřejnění této směrnice a poté každé dva roky, přičemž vezme v úvahu hospodářský a měnový vývoj ve Společenství.

2. Tato směrnice se nevztahuje na:

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

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

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

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

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

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

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

d) smlouvy o pojištění;

e) smlouvy o cenných papírech.

3. Odchylně od čl. 1 odst. 2 nemusí členské státy použít tuto směrnici na smlouvy o dodávce zboží nebo poskytnutí služeb bezprostředně souvisejících se zbožím nebo službami, u nichž si spotřebitel vyžádal návštěvu dodavatele.

Článek 4

V případě transakcí spadajících do oblasti působnosti článku 1 se od dodavatelů vyžaduje, aby písemně poučili spotřebitele o jejich právu odstoupit od smlouvy ve lhůtě stanovené v článku 5 a současně jim sdělili jméno a adresu osoby, vůči které mohou toto právo uplatnit.

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

- a) v případě čl. 1 odst. 1 ke dni uzavření smlouvy;
- b) v případě čl. 1 odst. 2 nejpozději ke dni uzavření smlouvy;
- c) v případech čl. 1 odst. 3 a čl. 1 odst. 4 ke dni předložení nabídky spotřebitelem.

Členské státy zajistí, aby jejich vnitrostátní právní předpisy stanovily vhodná opatření na ochranu spotřebitele v případech, kdy poučení uvedené v tomto článku nebude vydáno.

Článek 5

1. Spotřebitel má právo v souladu s postupem stanoveným vnitrostátním právem zrušit účinky svého závazku zasláním oznámení ve lhůtě alespoň sedmi dnů po datu, ke kterému mu bylo vydáno poučení uvedené v článku 4. Pokud jde o předmětnou lhůtu, postačí, je-li oznámení odesláno před jejím uplynutím.

2. Zaslání oznámení má za následek, že spotřebitel je zproštěn všech závazků vyplývajících ze zrušené smlouvy.

Článek 6

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

Článek 7

Uplatní-li spotřebitel své právo zrušit smlouvu, řídí se právní účinky tohoto zrušení smlouvy vnitrostátním právem, zejména jedná-li se o vrácení plateb za zboží nebo provedení služeb a vrácení doručeného zboží.

Článek 8

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

Článek 9

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

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

Článek 10

Tato směrnice je určena členskými státy.

V Bruselu dne 20. prosince 1985.

Za Radu

předseda

R. Krieps

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

[2] Úř. věst. C 241, 10.10.1977, s. 26.

[3] Úř. věst. C 180, 18.7.1977, s. 39.

[4] Úř. věst. C 92, 25.4.1975, s. 2.

[5] Úř. věst. C 133, 3.6.1981, s. 1.

[6] Tato směrnice byla členskými státy oznámena dne 23. prosince 1985

11.5. Příloha 7: zákon č. 108/2000 Z.z.

ZÁKON
č. 108/2000 Z. z.
o ochrane spotrebiteľa pri podomovom predaji a zásielkovom predaji

Národná rada Slovenskej republiky sa uzniesla na tomto zákone:

Prvá časť
ZÁKLADNÉ USTANOVENIA

§ 1

Predmet úpravy zákona

Tento zákon upravuje ochranu spotrebiteľa pri podomovom predaji tovaru alebo pri poskytovaní služieb a pri zásielkovom predaji tovaru alebo pri poskytovaní služieb, ak tovar alebo vecné plnenia a výkony z poskytnutej služby kupuje fyzická osoba a tie jej neslúžia na výkon zamestnania, povolania alebo podnikania (ďalej len „spotrebiteľ“).

§ 2

Zmluva

(1) Podomový predaj tovaru alebo poskytovanie služieb, zásielkový predaj tovaru alebo poskytovanie služieb sa uskutočňujú na základe zmluvy,¹⁾ ktorá sa uzaviera medzi predávajúcim²⁾ a spotrebiteľom na tovar alebo služby, ktoré z predaja tovaru alebo z poskytovania služieb nie sú týmto zákonom vylúčené alebo zakázané.

(2) Ak sa zmluva uzaviera písomne, musí obsahovať okrem všeobecných náležitostí³⁾ ustanovenia o záruke, spôsobe uplatňovania reklamácie a o práve na odstúpenie od zmluvy.

§ 3

Čas predaja

Podomový predaj možno vykonávať

- a) v pracovných dňoch od ôsmej hodiny do devätnástej hodiny,
- b) v dňoch pracovného pokoja⁴⁾ od desiatej hodiny do pätnástej hodiny.

§ 4

Vzťah k iným právnym predpisom

Na právne vzťahy medzi predávajúcim a spotrebiteľom pri podomovom predaji alebo pri zásielkovom predaji sa vzťahuje Občiansky zákonník a osobitné predpisy,⁵⁾ ak tento zákon neustanovuje inak.

Druhá časť PODOMOVÝ PREDAJ

§ 5

Zmluvy uzavierané mimo miesta podnikania

(1) Podomový predaj je predaj tovaru alebo poskytovanie služieb⁶⁾ na základe zmluvy uzavretej medzi predávajúcim a spotrebiteľom, najmä

a) pri akcii organizovanej predávajúcim mimo miesta prevádzkarne⁷⁾ alebo mimo trhového miesta,⁸⁾

b) pri návšteve predávajúceho u spotrebiteľa, u iného spotrebiteľa alebo na pracovisku spotrebiteľa, ak si spotrebiteľ takúto návštevu nevyžiadal, alebo

c) pri návšteve predávajúceho u spotrebiteľa, ak si spotrebiteľ návštevu vyžiadal a predávajúci mu ponúkne aj iný tovar alebo službu, o ktorú spotrebiteľ pri vyžiadaní návštevy neprejavil záujem.

(2) Podomovým predajom podľa tohto zákona sa rozumie aj predaj tovaru alebo poskytovanie služieb na základe zmluvy, na ktorej uzavretie dal spotrebiteľ predávajúcemu návrh za podmienok uvedených v odseku 1 a predávajúci návrh prijal v lehote 30 dní.

(3) Ustanovenia odsekov 1 a 2 sa nevzťahujú na predaj tovaru alebo poskytovanie služieb uskutočňovaných na základe

a) zmluvy o výstavbe, prevode a nájme nehnuteľností alebo o iných právach k nehnuteľnostiam,⁹⁾

b) poisťovnej zmluvy,¹⁰⁾

c) zmluvy o cenných papieroch,¹¹⁾

d) zmluvy o predaji potravín a nápojov alebo iného tovaru určeného na bežnú spotrebu v domácnosti, ak ich dodáva pravidelne stály predávajúci,

e) zmluvy o predaji tovaru alebo o poskytovaní služieb, ak

1. zmluva bola uzavretá na základe ponukového katalógu predávajúceho, s ktorým sa mal spotrebiteľ možnosť oboznámiť v neprítomnosti predávajúceho,

2. predávajúci a spotrebiteľ budú trvale vo vzájomnom obchodnom vzťahu,

3. v ponukovom katalógu a v zmluve sú uvedené práva spotrebiteľa na odstúpenie od zmluvy v lehote siedmich pracovných dní od prevzatia tovaru alebo poskytnutia služby.

§ 6

Zákaz predaja

Podomovým predajom sa nesmie predávať tovar alebo poskytovať služba, na ktorých predaj alebo poskytovanie bola predávajúcemu udelená koncesovaná živnosť podľa osobitných predpisov.¹²⁾

§ 7

Povinnosti predávajúceho

(1) Pri podomovom predaji je predávajúci povinný okrem všeobecných podmienok predaja¹³⁾ a podmienok prevádzkovania živnosti¹⁴⁾ splniť tieto povinnosti:

- a) preukázať spotrebiteľovi a iným oprávneným osobám (§ 14 ods. 1), ak si to vyžadajú, 1. svoju totožnosť, trvalý pobyt a živnostenské oprávnenie, ak podomový predaj vykonáva fyzická osoba¹⁵⁾ vo vlastnom mene a na vlastný účet; živnostenské oprávnenie nie je povinná preukázať fyzická osoba, ktorá predáva spotrebiteľovi rastlinné a živočíšne výrobky z vlastnej drobnej pestovateľskej alebo chovateľskej činnosti alebo lesné plodiny, 2. obchodné meno a sídlo, ak podomový predaj vykonáva právnická osoba¹⁶⁾ prostredníctvom svojho zamestnanca, sprostredkovateľa alebo tretej osoby, ktoré vystupujú v jej mene,
- b) splniť informačnú povinnosť o predávanom tovare podľa osobitného zákona,¹⁷⁾
- c) písomne informovať spotrebiteľa o tom, kde a akým spôsobom môže spotrebiteľ reklamovať vady tovaru alebo poskytnutej služby,
- d) písomne potvrdiť spotrebiteľovi v čase podania návrhu na uzavretie zmluvy, najneskôr však v čase uzavretia zmluvy, jeho právo odstúpiť od zmluvy.
- (2) O predaji tovaru alebo o poskytnutí služby je predávajúci povinný spotrebiteľovi vydať doklad, v ktorom uvedie druh tovaru alebo poskytnutej služby, ich cenu,¹⁸⁾ obchodné meno a sídlo, ak podomový predaj vykonáva právnická osoba, alebo meno a trvalý pobyt, ak podomový predaj vykonáva fyzická osoba, a dátum prevzatia tovaru alebo poskytnutia služby. Za taký doklad sa považuje aj doklad vyhotovený elektronickou registračnou pokladnicou.¹⁹⁾

§ 8

Odstúpenie od zmluvy

- (1) Spotrebiteľ je oprávnený bez uvedenia dôvodu odstúpiť od zmluvy do siedmich pracovných dní odo dňa prevzatia písomnej informácie podľa § 7 ods. 1 písm. d). Odstúpením spotrebiteľa od zmluvy sa zmluva od začiatku zrušuje.
- (2) Spotrebiteľ v lehote siedmich pracovných dní odo dňa odstúpenia od zmluvy vráti tovar predávajúcemu bez ohľadu na to, či tovar bol použitý alebo má vady, ktoré spotrebiteľ nespôsobil; primeraná starostlivosť o tovar musí byť zachovaná.
- (3) Predávajúci je povinný prevziať tovar späť a vrátiť spotrebiteľovi cenu zaplatenú za tovar alebo za službu alebo vrátiť spotrebiteľovi preddavok najneskôr v lehote 15 dní odo dňa odstúpenia od zmluvy pri zohľadnení nákladov, ktoré vynaložil na poskytnutie služby.