



Ekonomická  
fakulta  
Faculty  
of Economics

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra práva

## **Bakalářská práce**

# **Právní ochrana spotřebitele**

Vypracovala: Markéta Vachová

Vedoucí práce: JUDr. Marta Uhlířová, PhD.

České Budějovice 2017

---

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
Fakulta ekonomická  
Akademický rok: 2015/2016

**ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**  
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Markéta VACHOVÁ**  
Osobní číslo: **E13317**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Obchodní podnikání**  
Název tématu: **Právní ochrana spotřebitele**  
Zadávací katedra: **Katedra práva**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

**Cíl práce:**

Cílem práce je definovat základní pojmy z oblasti ochrany spotřebitele, analyzovat současnou právní úpravu vztahující se k ochraně spotřebitele a provést její komparaci s předchozí právní úpravou.

**Metodický postup:**

1. Analytická část - studium odborné literatury a právních předpisů vztahujících se k tématu.
2. Charakteristika základních pojmů z oblasti ochrany spotřebitele.
3. Komparace současné právní úpravy s předešlou právní úpravou.
4. Praktická část se zaměřením na ochranu spotřebitele v souvislosti s klamáním spotřebitelů a nekalými praktikami obchodníků.

**Rámcová osnova:**

1. Úvod.
2. Cíl práce a metodika.
3. Přehled zvolené problematiky - literární rešerše.
4. Komparace.
5. Praktická část.
6. Závěr.
7. Seznam použitých zdrojů.
8. Přílohy (v případě potřeby).

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**  
Rozsah pracovní zprávy: **40 - 50 stran**  
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**  
Seznam odborné literatury:

**Janků, M. (2013).** *Základy práva pro posluchače neprávnických fakult.* (5., přeprac. a dopl. vyd., xxvi, 535 s.) Praha: C. H. Beck.

**Klabusayová, N., Burdiláková, R., & Zlámalová, J. (2009).** *Ochrana spotřebitele: geneze a současnost.* (1. vyd., 164 s.) Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava.


**Ondřej, J. (2013).** *Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele: Ekonomické, právní a sociální aspekty.* Praha: C. H. Beck.

**Srbová, A., & Vojtko, V. (2011).** *Spotřebitelské teorie a realie.* České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta.

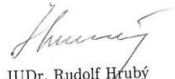
**Vítová, B. (2014).** *Nepřiměřená ujednání ve spotřebitelských smlouvách po rekodifikaci soukromého práva.* (Vyd. 2., 1. ve Wolters Kluwer, 262 s.) Praha: Wolters Kluwer.

Vedoucí bakalářské práce: **JUDr. Marta Uhlířová, Ph.D.**  
Katedra práva

Datum zadání bakalářské práce: **5. listopadu 2015**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2016**

  
doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.  
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
L.S.  
Studentská 13 (26)  
370 05 České Budějovice

  
JUDr. Rudolf Hrubý  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 5. listopadu 2015

## **PROHLÁŠENÍ**

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci na téma „Právní ochrana spotřebitele“ jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to - v nezkrácené podobě - elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Týně nad Vltavou, 2017

.....  
Markéta Vachová

## **PODĚKOVÁNÍ**

Touto cestou chci poděkovat vedoucí své bakalářské práce JUDr. Martě Uhlířové, Ph.D. za její trpělivost, pomoc a odborné rady, které mi byly poskytnuty při jejím zpracování.

# Obsah

1	Úvod.....	5
2	Cíl práce a metodika.....	6
2.1	Cíl práce .....	6
2.2	Metodický postup.....	6
3	Základní pojmy .....	7
3.1	Ochrana spotřebitele.....	7
3.2	Podnikatel.....	8
3.3	Spotřebitel .....	10
3.4	Práva a povinnosti spotřebitele .....	11
4	Historický vývoj ochrany spotřebitele .....	14
5	Soukromoprávní ochrana spotřebitele podle o. z.....	16
5.1	Spotřebitelské smlouvy .....	16
5.2	Specifické druhy smluv – smlouva distanční.....	18
5.3	Specifické druhy smluv – smlouva uzavřená mimo obchodní prostory podnikatele.....	20
5.4	Odstoupení od smlouvy – 14 dní .....	20
5.5	Specifické druhy smluv – o dočasném užívání ubytovacího zařízení a jiných rekreačních službách.....	23
5.6	Ochrana spotřebitele v rámci smluvních typů.....	25
6	Veřejnoprávní ochrana spotřebitele podle ZoOSP.....	26
6.1	Terminologie .....	26
6.2	Obchodní praktika.....	26
6.2.1	Klamavé obchodní praktiky – klamavá konání .....	27
6.2.2	Klamavé obchodní praktiky - klamavá opomenutí.....	28
6.2.3	Agresivní obchodní praktiky .....	28
6.3	Organizované akce .....	29

6.4	Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů.....	30
6.5	Informační databáze o bonitě a důvěryhodnosti spotřebitele.....	30
7	Zákon č. 257/2016 Sb., o spotřebitelském úvěru .....	32
8	Další zákony vztahující se k ochraně spotřebitele v ČR .....	34
9	Komparace .....	35
9.1	Spotřebitelská smlouva .....	35
9.2	Spotřebitel .....	35
9.3	Podnikatel.....	36
9.4	Informační povinnost .....	36
9.5	Smlouva uzavíraná mimo obchodní prostory .....	37
9.6	Odstoupení od smlouvy.....	37
9.7	Práva a povinnosti stran při odstoupení od smlouvy .....	39
9.8	Práva z odpovědnosti za vady – záruka, reklamace.....	39
9.8.1	Práva z vadného plnění při prodeji zboží v obchodě.....	39
9.8.2	Odpovědnost za vady, které měla věc při převzetí X jakost při převzetí při prodeji zboží v obchodě.....	40
9.8.3	Smluvní záruka – záruka za jakost .....	40
9.9	Smluvní pokuta .....	41
9.10	Smlouvy uzavírané adhezním způsobem.....	41
9.11	Smlouva o úvěru .....	42
9.12	Smlouva o zájezdu .....	42
9.13	Obchodní podmínky.....	44
9.14	Závěrečné shrnutí změn vč. námětů de lege ferenda .....	45
10	Klamání spotřebitele na předváděcí akci .....	48
11	Předváděcí akce v číslech.....	60
12	Závěr .....	65
I.	Summary and keywords .....	67

II.	Zdroje .....	69
III.	Seznam obrázků, grafů a tabulek .....	74
IV.	Seznam příloh.....	75
V.	Přílohy .....	76



## Použité zkratky

o. z.	zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů
obč. zák.	zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů
ZoOSP	zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů
obch. zák.	zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů
ZoSPÚV	zákon č. 257/2016 Sb., o spotřebitelském úvěru, ve znění pozdějších předpisů
ČR	Česká republika
EU	Evropská unie
ČOI	Česká obchodní inspekce
např.	například
odst.	odstavec
ust.	ustanovení
písm.	písmeno
čl.	článek
č.	číslo
aj.	a jiné
apod.	a podobně
násl.	následující
tzn.	to znamená
vč.	včetně
VOP	Všeobecné obchodní podmínky

# 1 Úvod

Tématem této bakalářské práce je Právní ochrana spotřebitele. Toto téma jsem si vybrala zejména proto, že jsem chtěla prohloubit svoje znalosti v této problematice. Uzavírání smluv, především kupních, je běžnou součástí života, měli bychom proto znát svoje práva ale i povinnosti z těchto smluv vyplývajících.

Častý problém, na který spotřebitelé narážejí, je při uplatňování svých práv z vadného plnění, ale bohužel to není jediný problém. Prodejci neznačí nebo špatně značí svoje výrobky, neposkytují patřičné informace, nedodržují svoje závazky atd. „Trendem“ poslední doby jsou velmi medializované předváděcí akce, kdy se prodejci snaží za každou cenu vydělat na starších/starých, nemocných a důvěřivých lidech. Seniori málokdy umí s internetem, aby si vyhledali potřebné informace, stydí se za to, že naletěli podvodným prodejčům, a nemluví o tom, nedokážou odolávat nátlaku prodejců a nejsou seznámeni se svými právy a povinnostmi. V neposlední řadě zde existuje celá řada seniorů, kteří se stávají na těchto akcích i závislí v důsledku samoty ale i toho, že je jen málo klubů, center apod., kde by mohli seniori trávit svůj volný čas a cítit se tak potřební a zároveň být v sociálním kontaktu s dalšími lidmi. Snažila jsem se proto svoji práci směřovat tímto směrem.

Tato práce je rozdělena do tří částí – teoretické části, komparace a praktické části. V teoretické části jsou vymezeny základní pojmy, tedy spotřebitel, podnikatel a spotřebitelská smlouva. Dále pak je zde rozebrána soukromoprávní ochrana spotřebitele podle o. z., poté veřejnoprávní ochrana podle ZoOSP a ochrana spotřebitele podle ZoSPÚV. Zaměřuji se zde na ta ustanovení, která považuji za stěžejní pro svoji praktickou část. Okrajově je zde rozebrána i historie právní ochrany spotřebitele.

V komparaci je provedeno srovnání ochrany spotřebitele podle o. z. a podle obč. zák. a obch. zák. Zde jsou rozebrány rozdíly v základních pojmech, specifických druhů spotřebitelských smluv a dále u práv z vadného plnění, kde proběhla celá řada změn zejména v terminologii. Komparace je zakončena závěrečným shrnutím těchto změn vč. námětu de lege ferenda.

Praktickou část jsem zaměřila na výše zmíněné předváděcí akce. Je zde rozebrán případ konkrétního oklamaneho seniora a je zde analyzována jeho kupní smlouva z této předváděcí akce. Jsou zde uvedeny i číselné údaje o počtu těchto předváděcích akcí vč. pokut, které ČOI pravidelně zveřejňuje.

## **2 Cíl práce a metodika**

### **2.1 Cíl práce**

Cílem bakalářské práce je definovat základní pojmy z oblasti ochrany spotřebitele a analyzovat současnou právní úpravu vztahující se k ochraně spotřebitele, především podle zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů. Dále bude provedena komparace stávající právní úpravy zakotvené v zákoně č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, s předchozí právní úpravou podle zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a právní úpravou podle zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů, s možným doplněním o náměty de lege ferenda, tedy návrhů na zlepšení dosavadní právní úpravy.

### **2.2 Metodický postup**

Při vypracování bakalářské práce je využíváno následujícího metodického postupu:

1. Studium odborné literatury a článků, právních předpisů a judikátů z programu ASPI.
2. Vymezení základních pojmů z oblasti ochrany spotřebitele.
3. Analýza stávající právní úpravy.
4. Komparace současné právní úpravy s předešlou právní úpravou.
5. Vyhodnocení – označení konkrétních změn, jejich dopad, výhody a nevýhody, návrhy de lege ferenda.
6. Praktická část – ochrana spotřebitele na předváděcích akcích vč. ukázky zde uzavřené kupní smlouvy.
7. Závěrečné zhodnocení práce.

## 3 Základní pojmy

### 3.1 Ochrana spotřebitele

Ústavní soud konstatuje, že výslovný režim spotřebitelských smluv vstoupil do obč. zák. až novelizací v roce 2000, jejíž účinnost nastala 1. 1. 2001. Touto novelizací bylo započato promítání evropského spotřebitelského práva do českého, tzv. *aquis communautaire*.

*„Východiskem spotřebitelské ochrany je postulát, podle něhož se spotřebitel ocitá ve fakticky nerovném postavení s profesionálním dodavatelem, a to s ohledem na okolnosti, za nichž dochází ke kontraktaci, s ohledem na větší profesionální zkušenost prodávajícího, lepší znalost práva a snazší dostupnost právních služeb a konečně se zřetelem na možnost stanovovat smluvní podmínky jednostranně cestou formulářových smluv. Pro takové vztahy je charakteristické, že podnět ke smluvnímu jednání pochází zpravidla od dodavatele, přičemž spotřebitel není na smluvní ujednání připraven, při kontraktaci je využíván moment překvapení a nezkušenosti spotřebitele, v případě prodeje na obchodních prezentacích je u něj navíc vyvolán pocit vděčnosti za poskytnuté doprovodné služby spojené s prezentací, které se spotřebitel může snažit kompenzovat snahou vyhovět nabídce dodavatele, spotřebitel často nemá na místě samém možnost porovnat jakost a cenu nabídky s jinými nabídkami atd.“*  
(US) I. ÚS 342/09 – 1).

Horová (2004, p. 15) definuje ochranu spotřebitele jako *„systematickou, cílevědomou činnost občanů a vlády státu, směřující k posílení postavení spotřebitele na trhu a k zajištění a udržování přiměřené ochrany mezinárodně uznaných práv spotřebitelů (především ochrana bezpečnosti a zdraví občanů)“*.

Právo ochrany spotřebitele lze charakterizovat *„jako zvláštní součást soukromého práva zahrnující především oblast závazkového práva, které stanoví práva a povinnosti podnikatelských subjektů ve vztahu k slabší straně – spotřebiteli a zároveň vymezuje rámec oprávnění, která přináší spotřebiteli“* (Kotoučová & Švarc, 2007, p. 6).

Cílem ochrany spotřebitele je, aby spotřebitelé mohli volně uspokojovat svoje potřeby. Kromě důrazu na bezpečnost a zdravotní nezávadnost výrobků i služeb je do právní úpravy zařazena i informační povinnost vůči kupujícím kvůli informační asymetrii mezi prodávajícím a spotřebitelem (Srbová & Vojtko, 2011).

Podle Vítové (2016) se ochrana spotřebitele dělí do dvou rovin – soukromoprávní a veřejnoprávní, přičemž tyto roviny jsou mnohdy vzájemně propojeny. Příkladem zákona, který má prvky soukromoprávní i veřejnoprávní úpravy, je ZoOSP, přesto je zpravidla řazen do nejdůležitějších zákonů veřejnoprávní ochrany spotřebitele. Prioritním zákonem soukromoprávní ochrany spotřebitele je o. z.

Soukromoprávní ochranu spotřebitele lze považovat spíše za ochranu následnou, naproti tomu veřejnoprávní ochrana se zabývá jednak prevencí, kdy např. dojde k dočasnému pozastavení živnostenského oprávnění nebo udělení zákazu prodejní činnosti, ale zajišťuje i ochranu následnou např. při udělování pokut. Při řešení sporů v soukromoprávní oblasti musí sám spotřebitel podat žalobu, která je dále projednávána u soudu. Veřejnoprávní ochranu poskytují státní orgány. Správní řízení jsou jednak kratší v porovnání se soudními, jednak zde stát zasahuje sám bez iniciativy spotřebitele (Horová, 2004).

*„Za porušení povinností v soukromoprávním předpise dále podnikateli hrozí soukromoprávní sankce spočívající zejména ve vzniku další sekundární povinnosti, např. v případě povinnosti z vadného plnění má povinnost vadu odstranit, v případě nedodržení zákonem stanovené informační povinnosti se spotřebiteli prodlužuje lhůta k odstoupení od smlouvy nebo nemá povinnost platit určité poplatky, o kterých nebyl informován, nebo vzniká případná povinnost k náhradě škody z porušení zákonné povinnosti, případně z porušení samotné smlouvy.*

*V rámci veřejného práva je pro ochranu spotřebitele rovněž typická informační povinnost, jejíž nesplnění v některých případech může rovněž vyústit do soukromoprávní sankce (např. § 19 odst. 3 ZoOSP), hlavním cílem veřejnoprávní regulace však zůstává ochrana zdraví, života a majetku spotřebitelů“ (Vítová, 2016, p. 5).*

## **3.2 Podnikatel**

Generální definici nalezneme v o. z., kde je podnikatel definován následovně: *„Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.*

*Pro účely ochrany spotřebitele se za podnikatele považuje také každá osoba, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností*

či při samostatném výkonu svého povolání, popřípadě osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele“ (srov. § 420, o. z.).

„Je možné rozlišit tyto základní situace:

- a) Spotřebitel uzavírá smlouvu s osobou, která jedná jako podnikatel (§ 420 odst. 1).
- b) Spotřebitel uzavírá smlouvy s osobou, která jedná při své obchodní, výrobní nebo obdobné činnosti (§ 420 odst. 2).
- c) Spotřebitel uzavírá smlouvy s přímým nebo nepřímým zástupcem podnikatele (§ 420 odst. 2).
- d) Spotřebitel uzavírá smlouvu s osobou zapsanou v obchodním rejstříku (§ 421 odst. 1)
- e) Spotřebitel uzavírá smlouvu s osobou, jež vystupuje jako osoba oprávněná k podnikání (§ 421 odst. 2), pokud se neprokáže opak“ (Hulmák et al., 2014, p. 401).

Další možnou definici nalezneme v ZoOSP, který vymezuje prodávajícího jako „podnikatele, který spotřebiteli prodává výrobky nebo poskytuje služby, ale i jako fyzickou osobu, která prodává spotřebiteli rostlinné a živočišné výrobky z vlastní drobné pěstitelské nebo chovatelské činnosti anebo lesní plodiny“ (srov. § 2 odst. 1 písm. b) a odst. 2, ZoOSP).

Podnikatelem může být fyzická i právnická osoba. Rovněž v obchodním rejstříku může být zapsána jak právnická osoba (obchodní korporace, družstva), tak fyzická osoba, jejíž obrat dosáhl minimálně 120 mil. Kč, a dokonce i osoby, jež učinily tento zápis dobrovolně. Fyzická osoba zapsaná v obchodním rejstříku má charakter podnikatele pouze v případě, kdy jedná jako osoba v rejstříku zapsaná, v opačném případě se na ni nahlíží jako na spotřebitele (Hulmák et al., 2014).

Rovněž zde vyplývá, že za podnikatele je považována i „každá osoba“, která nutně nedosahuje zisku (nezisková organizace; poskytování veřejné služby; obecně prospěšná činnost – při provozu nemocnic, veřejné dopravy, veřejně prospěšných ústavů apod.). Tyto osoby nemusí být nutně označovány za podnikatele, ale je třeba spotřebitele chránit i při právním styku s nimi (Pelikánová, Pelikán et al., 2014).

### 3.3 Spotřebitel

Z § 419 o. z. vyplývá, že *„Spotřebitelem je každý člověk, který mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná.“*

Spotřebitelem je tedy i ten, kdo neuzavírá smlouvu jako takovou, ale jinak jedná s podnikatelem. Může jít o předmluvní jednání u smluv sjednaných na dálku nebo i samotné zjišťování informací o podnikateli apod. (Ondřej, 2013).

§ 2 odst. 1 písm. a) ZoOSP uvádí tuto definici: *„Spotřebitelem je fyzická osoba, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání.“*

Nejvyšší soud pak stanovuje, že *„Spotřebitel je vymezen jako osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti, tedy která jedná za účelem osobní potřeby ve smyslu spotřeby, neboli nečiní tak opakovaně za úplatu. Pouhá skutečnost, že předmět plnění je hodnotný a že tato osoba má i určité podnikatelské zkušenosti a znalosti, neznamená, že nejedná jako spotřebitel“* ((Rc) 23 Cdo 1835/2012).

*„Zjištění, zda jde o spotřebitele či nikoliv, není rozhodující pouze formální postavení, ale skutečný účel jednání. Spotřebitelem je v první řadě osoba, která jedná mimo profesní či obchodní aktivity. Spotřebitelem bude proto ten, kdo jedná za účelem osobní potřeby ve smyslu spotřeby, a to zejména své, ale nutně se to vztahuje i na spotřebu jiných osob, například jeho dětí, manžela, rodiny. Sama skutečnost, že fyzická osoba není podnikatelem, ještě neznamená, že musí být chráněna jako spotřebitel. Na prvním místě je nutné zmínit neoprávněné podnikatele. Přestože osoba nemá oprávnění k podnikatelské činnosti a není podnikatelem po formální stránce, materiální hledisko by zde mělo převážet. Rozhodující bude účel jednání. Pokud bude nést znaky podnikání, nemůže jít o spotřebitele. Je třeba přitom chránit dobrou víru druhé strany. Jestliže dodavatel jedná v dobré víře, že druhá strana není spotřebitel, např. s ohledem na použití obchodních listin, nemůže se tato osoba dovolávat toho, že měla postavení spotřebitele. Druhou situaci představuje jednání fyzické osoby, která ještě není podnikatelem, ale na podnikání se již připravuje. Spotřebitelský charakter nemá nejenom jednání, které činí fyzická osoba nikoliv za účelem již provozovaného obchodu, ale i za účelem obchodu, který má začít*

*provozovat teprve v budoucnu.*“ Např. nakupuje-li fyzická osoba 10 ledniček apod. nebo požaduje-li daňový doklad kvůli odpočtu DPH, je považována vzhledem ke svému jednání za podnikatele ((Rc) 30 Cdo 1022/2013; Vítová, 2016).

O. z. chápe spotřebitele jako fyzickou osobu, na níž se vztahují ustanovení podle zvláštní úpravy ochrany spotřebitele. Umožňuje do určité míry i ochranu nepodnikajícím právnickým osobám podle obecných ustanovení jakožto slabší „neprofesionální“ straně. Ne vždy má podnikatel možnost poznat, zda jedná s „profesionálem“, či nikoliv. Např. když zaměstnanec uskutečňuje nákup pro svého zaměstnavatele, je toto jednání vlastně chápáno jako „zastoupení“, a tedy zde není uplatňována ochrana pro spotřebitele. Je tedy *„rozhodující skutečná povaha zakládaného vztahu a jeho vazba na činnost fyzické osoby“* (Pelikánová, Pelikán & et al., 2014, p. 954).

Vítová (2016) v Komentáři uvádí, že u smluv majících dvojí účel (např. podnikatel si koupí počítač pro soukromé účely, ale i pro podnikání) je též poskytována ochrana spotřebitele, je-li obchodní účel této podnikatelské činnosti pouze okrajový.

Dále je nutné si ještě vymežit pojem průměrný spotřebitel. Směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 2005/29/ES, o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu, definuje průměrného spotřebitele jako spotřebitele, jenž *„má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný, s ohledem na sociální, kulturní a jazykové faktory“*. Průměrný spotřebitel není statický pojem, je třeba rozlišit některé zranitelné skupiny např. děti, kdy za nekalou praxi je považována reklama, jež je přímo navádí k nákupu. Zde je nutno hodnotit tyto praktiky z pohledu průměrného člena dané skupiny. Kromě zmíněných dětí bývají zvlášť zranitelní senioři (např. z důvodu osamocení) ale i dospívající mládež ve snaze být „in“ (odůvodnění v odst. 18 a odst. 19 Směrnice o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu z roku 2005; Vítová, 2016).

### **3.4 Práva a povinnosti spotřebitele**

Matusiková (2010) uvádí, že 15. března v roce 1962 americký prezident J. F. Kennedy vyhlásil základní 4 práva spotřebitelů:

1. Právo na bezpečnost – ochrana, která má zajistit nezávadnost výrobků,
2. Právo být informován – prodávající by měl spotřebiteli podat před smluvní informace a tyto informace nesmí být zavádějící, nesprávné a nepravdivé,



3. Právo na výběr – spotřebitel si může vybrat mezi několika výrobky stejného typu za konkurenční ceny,
4. Právo být vyslyšen – má být zajištěno, aby vláda vyslyšela spotřebitele a jejich zájmy byly implementovány do právních předpisů (vlastní překlad).

Podle Horové (2004) Světová organizace Consumer International (CI) v současné době deklaruje 8 práv spotřebitelů:

1. Právo na bezpečnost – ochrana před prodejem nebezpečných výrobků, spotřebiteli jejich užíváním nesmí vznikat žádná újma např. elektronika, kosmetika,
2. Právo na volný výběr zboží – zboží musí mít požadovanou jakost a být prodáváno za cenu dostupnou běžnému spotřebiteli a zakazuje se prodej za monopolní ceny,
3. Právo na odškodnění – spotřebitel má právo být odškodněn, je-li výrobek vadný či mu jeho užíváním vznikla škoda,
4. Právo na informace – spotřebitel má právo na to, aby mu byly prodávajícím poskytnuty veškeré informace týkající se výrobku, vč. způsobu jeho používání a možných nežádoucích účinků, aby se spotřebitel mohl správně rozhodnout, který výrobek je pro něj vhodný, a zda si ho koupí,
5. Právo na vzdělání – neustálé vzdělávání spotřebitele, který se pak díky aktuálním a rozšířeným informacím může sám lépe rozhodovat,
6. Právo na základní potřeby – spotřebitel musí mít uspokojovány základní životní potřeby, zejména jídlo, pití, bydlení, ochranu zdraví apod.,
7. Právo na zdravé životní prostředí – výrobky a služby musí být šetrné, nesmí mít negativní vliv na životní prostředí od jejich výroby až po likvidaci,
8. Právo na zastupování – zájmy spotřebitelů mohou hájit spotřebitelské organizace.

Horová (2004) zmiňuje 8 základních povinností pro spotřebitele, a to:

1. Zájem o zdraví – spotřebitel musí dbát o svoje zdraví, musí se o sebe starat, udržovat se ve formě a dělat vše proto, aby nemocem předcházel,
2. Odpovědné rozhodování – spotřebitel si musí řádně vše promyslet, než uskuteční nákup zboží, neměl by nic uspěchat, zvláště by se pak měl zabývat cenou zboží a zda jí odpovídá daná kvalita zboží,

3. Uplatnění nároku na odškodnění – spotřebitel musí znát svoje práva a zejména jich umět používat, aby pak tuto neznalost podnikatel nepoužil proti němu,
4. Zájem o informace a práce s nimi – spotřebitel nemůže spoléhat na to, že mu podnikatel vše automaticky sdělí, musí se i on sám informovat a vyjasnit si případné nejasnosti,
5. Vzdělávat se – spotřebitel musí sledovat průběžně aktuální zákony, dění kolem sebe apod.,
6. Aktivní účast v ochraně spotřebitele – v případě potřeby by měl spotřebitel bránit svoje práva a zájmy skrze nezávislé spotřebitelské organizace,
7. Uplatňovat nárok na základní potřeby – každý člověk má právo na uspokojení základních potřeb a neměla by zde hrát role sociálního postavení ve společnosti,
8. Dodržování ekologických pravidel – spotřebitel musí dbát na ochranu životního prostředí, nenarušovat jej, být šetrný k přírodě a umět hospodařit s přírodními zdroji.

## 4 Historický vývoj ochrany spotřebitele

První podstatná ochrana spotřebitele se projevila s rozvojem obchodu. Stát, který se snažil na obchodování vydělat, zavedl proti výrobcům a obchodníkům obyčejové i psané „normy práva veřejného“. Tyto normy měly za cíl ochránit především veřejný zájem a obchod jako takový, nikoliv kupujícího, jak je aplikováno v současné úpravě (Klabusayová, Burdiláková & Zlámalová, 2009).

Ve starověku ochranu kupujícím zajišťovalo římské právo. Objevily se zde pojmy, jako je vada faktická a vada právní. Jeho vysoká propracovanost pak vedla k tomu, že se z něj vycházelo při tvorbě dalších právních předpisů, jako byl francouzský občanský zákoník (1804), rakouský Všeobecný občanský zákoník (1811) a další (Klabusayová et al., 2009; Kotoučová & Švarc, 2007).

Ve středověku byl pak v „Právech městských království Českého“, v nichž bylo zakomponováno i římské právo, znám pojem odpovědnost za vady prodávané věci. *„Například při tak častém obchodu, jakým byl prodej koně, ukládalo toto městské právo prodávajícímu povinnost sdělit kupci, že „kůň je svobodný a nekradený“, anebo že není nemocný, či dýchavičný apod. Jestliže se taková vada projevila do tří dnů, pak byl prodávající povinen vzít koně zpět a vrátit kupci peníze“* (Klabusayová et al., 2009, p. 7; Kotoučová & Švarc, 2007).

Všeobecný zákoník občanský, platný v letech 1811 – 1950, poskytoval kupujícím soukromoprávní ochranu stanovením práv a povinností smluvních stran, a to především u smlouvy o dílo, u smlouvy tržové a u smlouvy směnné (Klabusayová et al., 2009).

Dalším právním dokumentem, který se zabýval ochranou spotřebitele, byl Živnostenský řád z roku 1859 zřízený pro zemi Českou a Moravskoslezskou. Tento řád stanovil informační povinnost k vybraným druhům zboží, povinnost označovat své provozovny apod. Dále tento řád umožňoval provádět kontroly ze živnostenských úřadů a udělovat sankce – např. zabavení zboží, uzavření provozovny. Tento řád prošel několika novelizacemi a následně se stal součástí právního řádu Československé republiky v letech 1918 – 1965 (Klabusayová et al., 2009; Kotoučová & Švarc, 2007).

Spotřebitele chránily i další zákony, např. zákon o výprodejích, zákon o obchodu s potravinami, zákon o obchodu s vínem, vinným moštem a vinným rmutem (Kotoučová & Švarc, 2007).

Před nekalými soutěžními praktikami chránil spotřebitele Zákon proti nekalé soutěži (1927). V roce 1949 do ochrany spotřebitele přibyl zákon o vnitřním obchodě, který řešil problematiku oběhu zboží, jeho distribuování a kontrolu spotřeby, a od roku 1954 pak vyhláška o jednotném vedení knihy přání a stížností v maloobchodním prodeji.

Občanský zákoník z roku 1950 a obč. zák. z roku 1964, kde byla zakotvena problematika poskytování služeb a prodeje v maloobchodě, odpovědnost za vady a záruční lhůta, poskytovaly soukromoprávní ochranu (Klabusayová et al., 2009; Kotoučová & Švarc, 2007).

Ochranu spotřebitele zajišťoval i Výbor lidové kontroly a státní inspekční orgány, které mohly jak kontrolovat, tak i sankcionovat. S koncem roku 1989 se právo ochrany spotřebitele v České republice začalo prolínat s právem světovým a evropským a nabývat tak „moderní podoby“ (Klabusayová et al., 2009).

Řada právních předpisů byla po tomto roce převzata a novelizována. Ze soukromoprávních předpisů to byl např. obč. zák. a zákon č. 20/1966 o péči o zdraví lidu. *„K převzatým veřejnoprávním předpisům patřily např. tyto zákony: zákon o České obchodní inspekci, zákon o České zemědělské a potravinářské inspekci, zákon o veterinární péči, o metrologii, přestupkový zákon, trestní zákon“* (Kotoučová & Švarc, 2007, p. 7).

Po roce 1989 docházelo ke zvýšení role občana na řízení společnosti a i v důsledku již zmíněné modernizace došlo k tomu, že se ochrana spotřebitelů začala upínat do veřejnoprávní. V roce 1991 byl tedy přijat zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, obč. zák. a zákon č. 63/1991 Sb., o ochraně hospodářské soutěže. V roce 1992 byl přijat ZoOSP (Klabusayová et al., 2009).

## **5 Soukromoprávní ochrana spotřebitele podle o. z.**

O. z. dělí ochranu spotřebitele do 3 částí, a to na úpravu spotřebitelských smluv, specifické smluvní typy (distanční smlouvy a smlouvy mimo obchodní prostory) a na nekalou soutěž (Kelblová et al., 2014).

### **5.1 Spotřebitelské smlouvy**

O. z. používá označení „ustanovení o závazcích ze smluv uzavíraných se spotřebitelem.“ S označením „spotřebitelská smlouva“ se zde setkáváme pouze jako s legislativní zkratkou, která se však nesmí označovat jako právní pojem. Je zde uvedena jednak proto, že tento termín je již mezi lidmi zcela zažitý, a také pro zjednodušení při tvorbě tohoto zákona (Pelikánová, Pelikán & et al., 2014).

Spotřebitelské smlouvy jsou založeny na tzv. vztahu B2C (business-to-consumers), jde tedy o smlouvy uzavřené mezi podnikatelem (prodávajícím) a spotřebitelem (kupujícím). Jak vyplývá z § 1810 a násl. o. z., roli prodávajícího a kupujícího nelze obrátit (důkazem může být např. § 1811, podle něhož má podnikatel sdělit spotřebiteli dané informace před uzavřením smlouvy). O. z. neuvádí taxativní výčet, o které smlouvy se musí jednat. Spotřebitelskými smlouvami tedy mohou být kupní smlouva, smlouva o dílo, smlouva o finanční službě, do níž lze např. zahrnout služby týkající se úvěru, plateb a pojištění, ale i smlouvy nepojmenované, tzv. inominátní (smlouva o zpětné koupi, o kauci, o spolupráci apod.) aj. (Fetter, 2011; srov. § 1811, o. z.; Patěk et al., 2013).

Forma spotřebitelské smlouvy není předepsána, liší se dle konkrétního typu smlouvy. Nedodržení zákonné formy o. z. posuzuje jako relativní neplatnost, tzn. že subjekt má 3 roky na to, aby namítnul neplatnost právního jednání za nedodržení zákonné formy, ale pouze v případě, že již nebylo započato plnění závazku (Ondřej et al., 2013).

§ 1811 odst. 1 o. z. ukládá podnikateli povinnost poskytnout spotřebiteli sdělení jasně a srozumitelně v jazyce, v němž uzavírají smlouvu. § 1812 odst. 1 dodává, že v případě více možných výkladů je použito výkladu pro spotřebitele příznivějšího. Toto se však dostává do konfrontace s § 555 - § 558 o. z., kde je uveden výklad právních jednání, kdy zejména v § 556 odst. 1 je uvedeno, že musela-li druhá strana

znát úmysl jednajícího nebo mohla-li o něm vědět, je právnímu jednání přisuzován právě ten význam. Pravý význam jednání má přednost před příznivějším výkladem pro spotřebitele. § 1812 odst. 1 je tedy použito jen v případě, že podle ustanovení týkajících se výkladu právního jednání nedospějí strany k jedinému a nutnému výkladu (Pelikánová, Pelikán et al., 2014).

Podle § 1811 odst. 2 o. z. má podnikatel vůči spotřebiteli povinnost poskytnout mu informace o své identifikaci vč. kontaktu, údaje o předmětu plnění, ceně, způsobu platby, dodání nebo plnění, nákladech na dodání, právech z vadného plnění, podmínkách ukončení závazku, digitálním obsahu aj. Nejsou-li tyto informace poskytnuty, může spotřebiteli vzniknout právo odstoupit smlouvy za výhodnějších podmínek. Není-li dodržena daná informační povinnost a je-li spotřebiteli způsobena škoda, podnikatel je povinen mu ji uhradit (§ 2910). Dále pak může být spotřebitel uveden v omyl (§ 583), jednání podnikatele může být v rozporu s dobrými mravy (§ 588) nebo daná smlouva může obsahovat nepřiměřená ujednání (§ 1813) (Hulmák et al., 2014; Pelikánová, Pelikán et al., 2014).

Informační povinnost uvedená v § 1811 odst. 2 se podle § 1811 odst. 3 o. z. nevztahuje na transakce běžného života (zpravidla nákup denních potravin, taxislužbu atd.), u nichž dojde k plnění bezprostředně po jejich uzavření, a na smlouvy o dodání digitálního obsahu, byl-li dodán na hmotném nosiči (Hulmák et al., 2014).

Z § 1812 odst. 2 o. z. vyplývá, že obsahuje-li smlouva ujednání, která nejsou v souladu se zákony na ochranu spotřebitele, nepřihlíží se k nim. Spotřebitel se nemůže vzdát svých práv, podle kterých mu náleží zvláštní ochrana, jakožto slabší smluvní straně.

Zakázaná jsou nepřiměřená smluvní ujednání, která oslabují spotřebitelova práva a povinnosti a která tak narušují vyváženost smluvních stran. Výjimku zde tvoří ujednání o předmětu plnění nebo ceně, předal-li je podnikatel jasně a srozumitelně (srov. § 1813, o. z.).

§ 1814 o. z. uvádí demonstrativní výčet zakázaných ujednání, smlouva tedy nesmí obsahovat ujednání, podle kterých např. podnikatel smí omezovat spotřebitelova práva z vadného plnění; podle nichž by spotřebitel nemohl odstoupit bez udání důvodu, naopak podnikatel mohl; spotřebitel by se dozvěděl cenu až v okamžiku plnění;

spotřebitel by nemohl odstoupit od smlouvy, když podnikatel navýší cenu předmětu plnění atd.

V § 1815 o. z. je zakotveno, že k nepřiměřeným ujednáním ve smlouvách se nepřihlíží. Dodává ale zde i možnost, že pokud spotřebiteli toto ujednání ve smlouvě nevadí, může se ho dovolat.

Podnikatel nemá právo na jakoukoliv platbu, než je ujednáno ve smlouvě, pokud k tomu nemá výslovný souhlas spotřebitele. Využije-li spotřebitel možnosti odstoupení od smlouvy, nemusí k tomu udávat důvod a nesmí být za to stíhán. Je zde udělena výjimka, kdy pro ochranu spotřebitele nastávají účinky odstoupení od smlouvy okamžikem jeho odeslání. Tím se liší od § 570 o. z., kde je uvedeno, že „*projev vůle jedné osoby má právní účinky vůči druhé osobě až od okamžiku, kdy jí dojde*“ (Pelikánová, Pelikán et al., 2014; § 570, o. z.).

## 5.2 Specifické druhy smluv – smlouva distanční

Jedná se o smlouvy, ve kterých podnikatel používá jeden a více komunikačních prostředků, prostřednictvím nichž lze uzavřít smlouvu bez současné fyzické přítomnosti stran (srov. § 1820, o. z.).

§ 53 odst. 1 obč. zák. stanovoval (oproti o. z.), co rozumíme pod pojmem „*prostředky komunikace na dálku*“, tedy např. „*neadresovaný tisk, adresovaný tisk, typový dopis, reklamu v tisku s objednávkovým tiskopisem, katalog, telefon (s lidskou obsluhou, telefon (bez lidské) obsluhy, rozhlas, videotelefon, videotext, elektronická pošta, fax, televize (televizní nákup, teleshopping) a veřejnou komunikační síť, např. internet*“ (Hulmák et al., 2014, p. 524).

Podnikatel musí v dostatečném předstihu poskytnout spotřebiteli tyto informace:

- Informace spojené s náklady na prostředky komunikace na dálku,
- Informace o možné záloze,
- U smluv s opakovaným plněním nejkratší dobu, po níž budou muset strany plnit své závazky,
- Informace o ceně, daních, poplatcích a nákladech na dodání u smluv na dobu neurčitou a u smluv s opakovaným plněním,
- Informace spojené s odstoupením od smlouvy, kdy a jak jej lze využít,

- Údaje o nákladech, které spotřebitel bude muset zaplatit, v případě odstoupení od smlouvy,
- Spotřebitel musí být informován, že v případě odstoupení od smlouvy bude muset uhradit poměrnou část ceny za již odvedené služby,
- Informace, kdy nelze odstoupit od smlouvy,
- Údaje o mimosoudním řešení spotřebitelských sporů (srov. § 1820, o. z.).

§ 1821 o. z. uvádí „postih“ pro podnikatele. Neuvede-li informace o ceně, daních, poplatcích, nákladech na dopravu a nákladech pro spotřebitele při odstoupení od smlouvy, nemá právo je vyžadovat po spotřebiteli.

Je-li předmětem plnění služba, podnikatel začne s jejím plněním až po uplynutí lhůty na odstoupení, nevyžádá-li si toto plnění spotřebitel písemně dříve (srov. § 1823, o. z.).

Je-li smlouva uzavírána pomocí telefonu nebo jiného elektronického prostředku (př. Skype), musí podnikatel spotřebiteli o sobě sdělit základní informace, tedy obchodní firmu a jejího jednatele. Podnikatel musí sdělit účel jeho volání. Není zde podstatné, zda nakonec dojde k uzavření smlouvy, či nikoliv. Směrnice 2011/83/EU v čl. 8 odst. 6 udává, že po tomto telefonickém rozhovoru by mělo dojít k podepsání ujednaného a spotřebitel by tak byl vázán až okamžikem tohoto podpisu. Dále pak v čl. 8 odst. 7 udává, že smlouva musí být zaznamenána na trvalém nosiči. O. z. v sobě tuto povinnost doslovně nezakotvuje, ale lze zde odkazovat na § 1822 o. z., kdy má spotřebitel obdržet minimálně jedno vyhotovení (Hulmák, 2014; Pelikánová, Pelikán et al., 2014).

Používá-li podnikatel při uzavírání smluv elektronické prostředky, sdělí spotřebiteli informace o způsobu uložení smlouvy a možnosti nahlédnutí, v jakých jazycích lze uzavřít smlouvu, o postupu při uzavírání smlouvy vč. okamžiku, kdy dojde k jejímu uzavření, o způsobu kontroly zadaných dat a kodexech chování, jimiž se podnikatel řídí, výjimku zde však tvoří elektronická pošta, na kterou se tyto informace nevztahují (srov. § 1826, o. z.).

Definici elektronického prostředku lze nalézt v zákoně č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti, kde jsou „*elektronickými prostředky zejména sítí elektronických komunikací, elektronická komunikační zařízení, automatické volací*



*a komunikační systémy, telekomunikační koncová zařízení a elektronická pošta“*  
(Hulmák et al., 2014, p. 530).

### **5.3 Specifické druhy smluv – smlouva uzavřená mimo obchodní prostory podnikatele**

Na tuto smlouvu se použijí obdobná ustanovení jako u smlouvy uzavřené distančním způsobem, konkrétně § 1820 – § 1823 o. z.

Směrnice 2011/83/EU jej definuje jako smlouvu, kdy jsou strany fyzicky přítomny a zároveň se zde nejedná o místo podnikání podnikatele. Může se tak jednat např. o místo bydliště spotřebitele (odůvodnění v odst. 21 Směrnice o právech spotřebitelů z roku 2011).

Podle § 1828 odst. 2 o. z. se pak dále za smlouvu uzavřenou mimo obchodní prostory považují i smlouvy, kde je spotřebitel podnikatelem „odchycen“, odejde spolu s podnikatelem do jeho prostor určených k podnikání a spotřebitel v momentu překvapení smlouvu podepíše. Dále pak sem spadají i smlouvy uzavřené „během zájezdu organizovaného podnikatelem za účelem propagace a prodeje zboží či poskytování služeb“ (srov. § 1828, o. z.).

Přestože o. z. užívá termínu „prostor obvyklý pro podnikatelské podnikání“, není zde nikde definován. Směrnice 2011/83/EU definuje pojem obchodní prostory v čl. 2 odst. 9 jako:

*a) „veškeré nemovité maloobchodní prostory, kde obchodník trvale provozuje svou činnost, nebo*

*b) veškeré movité maloobchodní prostory, kde obchodník obvykle provozuje svou činnost“* (čl. 2 odst. 9 Směrnice o právech spotřebitelů z roku 2011).

### **5.4 Odstoupení od smlouvy – 14 dní**

14denní lhůta pro odstoupení od smlouvy běží od okamžiku uzavření smlouvy, což je u kupní smlouvy převzetím, u smlouvy, jejímž předmětem je více jak 1 zboží, převzetím posledního zboží, a u smlouvy, jejímž předmětem je opakovaná dodávka zboží, dnem převzetím první dodávky (srov. § 1829, o. z.).

Lhůta se o rok prodlužuje, nepoučil-li podnikatel spotřebitele o této lhůtě. Pokud podnikatel umožňuje odstoupení od smlouvy přes internetový formulář, musí

v textové podobě spotřebitele vyzrozumět, že jej obdržel, bez zbytečného odkladu. Spotřebitel odešle zboží nejpozději do 14 dnů ode dne odstoupení od smlouvy a podnikatel je povinen vrátit spotřebiteli veškeré finanční prostředky vč. poštovného do 14 dnů od odstoupení od smlouvy, přičemž je není povinen hradit dříve, než je mu zboží vráceno nebo potvrzeno jeho odeslání. Je-li předmětem plnění služba, spotřebitel podnikateli nic nedluží, nevyžádal-li se její plnění před lhůtou pro odstoupení od smlouvy. V tomto případě zaplatí podnikateli poměrnou část sjednané ceny, která se počítá podle rozsahu poskytnutého plnění z ujednané ceny (srov. § 1830 – 1836, o. z.).

*„Spotřebiteli mohou vzniknout náklady, když musí zboží zabalit, zaplatit poštovné či jiné náklady přepravy zboží podnikateli, eventuálně pojistné.“* Tyto náklady hradí spotřebitel pouze tehdy, je-li o nich poučen. *„Podnikateli mohou vzniknout v souvislosti s odstoupením od smlouvy např. náklady na opětovné zabalení zboží pro prodej, vrácení peněžitých prostředků, administrativní náklady související s přijetím vráceného zboží.“* (Hulmák et al., 2014, p. 555).

§ 1831 odst. 2 o. z. stanovuje, že *„podnikatel může po spotřebiteli požadovat pouze úhradu nákladů stanovených tímto zákonem“*. Hulmák et al. (2014) v Komentáři vysvětluje, že by se jednalo např. o situaci, kdy by spotřebitel odstoupil od smlouvy, ale požadoval by, aby si podnikatel vyzvednul zboží sám na vlastní náklady. Zde by měl podnikatel právo na uhrazení těchto nákladů.

Pokud spotřebitel v dané 14denní lhůtě pro odstoupení od smlouvy sníží nesprávným nakládáním s věcí její hodnotu nebo způsobí-li toto snížení nějaká třetí strana, je povinen tuto škodu podnikateli, pokud spotřebitel odstoupí od smlouvy, uhradit. Zpravidla se počítá jako rozdíl mezi cenou plnění a obvyklou cenou vráceného plnění. Tzn. že spotřebitel smí zboží vyzkoušet, aby zjistil jeho povahu, vlastnosti a funkčnost, ale nesmí jej dál užívat nebo se zbožím nevhodně nakládat např. nechat ho zmoknout. Z formulace § 1833 *„spotřebitel podnikateli odpovídá pouze“* vyplývá, že zavínil-li snížení hodnoty zboží nějaká nahodilá zkáza, odpovědnost bude na straně podnikatele, nikoliv spotřebitele (Hulmák et al., 2014; Pelikánová, Pelikán et al., 2014; srov. § 1833, o. z.).

Podle § 1835 o. z. uzavře-li podnikatel smlouvu se spotřebitelem mimo prostory obvyklé pro podnikatellovo podnikání (někdy též označováno jako *„podomní prodej“*),

podnikatel je povinen si v případě odstoupení od smlouvy vyzvednout zboží u spotřebitele doma. Je zde však podmínka, že zboží nelze odeslat obvyklou poštovní cestou. Vzhledem k tomu, že víceméně vše je možné v dnešní době poslat poštou, bude se zde jednat o zboží, u kterého se to obvykle nedělá, zpravidla jde o zboží křehké, objemné nebo o zboží, jehož hodnota odeslání převyší hodnotu samotného zboží apod. (Pelikánová, Pelikán et al., 2014).

§ 1837 o. z. stanovuje, kdy spotřebitel nemůže odstoupit od smlouvy

- a) Spotřebitel souhlasí s plněním služby ve lhůtě pro odstoupení od smlouvy a jsou mu sděleny informace, že mu právo na odstoupení tímto zaniká.
- b) Jedná-li se o smlouvu, jejímž předmětem je dodání zboží/služby, u nichž cena může různě kolísat v závislosti na finančním trhu (tedy i ve lhůtě pro odstoupení) a podnikatel toto nemá možnost ovlivnit. Jedná se o trh s investičními nástroji (akcie, podílové listy, devizy, deriváty aj.) a komoditní trhy, jako jsou drahé kovy (nikoliv však zlaté šperky), jiné suroviny, zemědělské komodity, energie.
- c) Jedná-li se o nákup alkoholu, jehož cena na finančním trhu kolísá, podnikatel to nemá možnost ovlivnit a alkohol je možné dodat nejdříve po 30 dnech (př. spekulativní koupě vína).
- d) Je-li zboží upraveno na míru spotřebiteli dle jeho přání a požadavků.
- e) Jedná-li se o zboží, které podléhá rychlé zkáze (potravin, léky, květiny apod.), o zboží s jednorázovým použitím (pleny, párátko, holicí potřeby aj.). Dále pak jedná-li se o zboží, které je nenávratně smíseno s jiným zbožím (př. dodávka paliv).
- f) Vyžádá-li si spotřebitel, aby jej podnikatel navštívil u něj doma nebo na jiném místě, které určí spotřebitel, a provedl zde opravu či údržbu (zpravidla se jedná o služby opraváře, posekání trávy apod.). Toto se však nevztahuje na opravy a dodání náhradních dílů, jež nebyly předem spotřebitelem vyžádány.
- g) Je-li zboží z hygienických či zdravotních důvodů zabaleno a spotřebitel jej vyjme z uzavřeného obalu (např. obvazy, injekční stříkačky, hygienické potřeby).
- h) Za účelem ochrany autorských práv nemůže spotřebitel odstoupit, je-li porušen původní obal (od výrobce, nikoliv zabalení prodávajícího) u dodávky zvukové nebo obrazové nahrávky či počítačového programu bez ohledu na povahu nosiče (audioknihy, filmy aj.).

- i) Jedná-li se o smlouvu, při níž dochází k dodání novin, periodik, časopisů či jiných literárních děl, jež vychází pravidelně v určitých intervalech a nebylo by jej tedy znovu možné prodat. Tato výjimka se nevztahuje na předplatné.
- j) Jedná-li se o smlouvu o ubytování (nesmí se jednat o bydlení, ale např. o rekreaci či ubytování při služební cestě), dopravě, stravování či využití volného času (např. služby související s rekreací – aquapark, bobová dráha, kino). Podstatou tohoto ustanovení je, že se vše musí uskutečňovat v předem určený čas (datum, lhůta plnění).
- k) Koupí-li si spotřebitel zboží/službu na základě veřejné dražby (tj. průhledný konkurenční aukční prodej prováděný dražitelem) podle zákona upravujícího veřejné dražby.
- l) Je-li spotřebiteli dodán s jeho výslovným souhlasem digitální obsah jinak než na hmotném nosiči ve lhůtě pro odstoupení od smlouvy a splní-li podnikatel informační povinnost, že v takovémto případě mu zanikne možnost od smlouvy odstoupit (Hulmák et al., 2014).

O. z. obsahuje i ustanovení týkající se tzv. neobjednaného plnění. Jedná se o situaci, kdy si spotřebitel nic neobjedná, ale podnikatel mu zboží dodá a poté po něm vyžaduje peníze. Zákon stanovuje, že je-li spotřebiteli cokoliv dodáno, aniž si to předem objednal, nemusí spotřebitel podnikateli nic platit ani zboží vracet a může si s ním nakládat dle svého vlastního uvážení. Hledí se na něj přitom jako na oprávněného držitele a nevztahuje se na něj úprava týkající se bezdůvodného obohacení (Pelikánová, Pelikán et al., 2014; srov. § 1838, o. z.).

## **5.5 Specifické druhy smluv – o dočasném užívání ubytovacího zařízení a jiných rekreačních službách**

Úpravu těchto smluv najdeme v § 1852 – § 1867 o. z. Podle Hulmáka et al. (2014) jsou to spotřebitelské smlouvy nabyté spotřebitelem úplatně. Dělí a charakterizuje je následovně:

- a) **O dočasném užívání ubytovacích zařízení** – tyto smlouvy označujeme též jako „timesharing“. Musí být u nich splněny následující podmínky:
  - Spotřebiteli musí být dáno užívací právo k ubytovacímu zařízení včetně noclehu,
  - Opakovanost (uzavřena na více než 1 časový úsek),

- Dlouhodobost (účinnost smlouvy delší než 1 rok, tzn. že závazek může zaniknout dříve).

Předmětem je věc movitá (např. loď, karavan) nebo nemovitá (např. pokoj v ubytovacím zařízení, bungalov, pozemek pro umístění karavanu). Může se jednat o samostatnou věc, součást věci nebo i soubor věcí (např. rekreační středisko).

**b) O dlouhodobém rekreačním produktu** – jedná se opět o smlouvy dlouhodobé, úplatné a jejich předmětem je právo užívat výhody spojené s ubytováním (např. slevy, volné vstupy do wellness, zapůjčení automobilu, doprava, služby). Jako př. lze uvést členství v prázdninovém klubu – spotřebitel nemá užívací právo k ubytovacímu zařízení, ale může využívat výhody svého členství. Vyloučeny jsou „běžné věrnostní programy, v jejichž rámci jsou poskytovány slevy na budoucí pobyty v hotelech náležejících k hotelovému řetězci, neboť členství v programu není získáno za úplatu nebo částka zaplacená spotřebitelem nemá v první řadě sloužit k získání slev nebo jiných výhod v oblasti ubytování“ (Hulmák et al., 2014, p. 634).

**c) Při smlouvách o výměně** - je to „smlouva, na základě které se spotřebitel za úplatu stává členem výměnného systému, který spotřebiteli umožňuje přístup k ubytovacím zařízením s noclehem nebo k jiným službám výměnou za udělení dočasného přístupu ostatním osobám k výhodám spojeným s právy vyplývajícími z jeho smlouvy o dočasném užívání ubytovacího zařízení“ (Hulmák et al., 2014, p. 634).

**d) Při smlouvách o dalším prodeji** – u těchto smluv podnikatel pomáhá spotřebiteli prodat nebo koupit užívací právo, jehož předmětem je dočasné užívání ubytovacího zařízení nebo dlouhodobý rekreační produkt (např. příkazní smlouva, smlouva o zprostředkování).

**e) Při smlouvě o smlouvě budoucí** – spotřebitel se zavazuje, že uzavře některou z výše uvedených smluv (Hulmák et al., 2014).

Ochrana podle těchto ustanovení se týká i smluv, jež jsou uzavřeny na dobu kratší než 1 rok a jež obsahují klauzuli, která je umožňuje prodloužit nebo obnovit bez projevu vůle obou smluvních stran, nedojde-li k určitým skutečnostem (Pelikánová, Pelikán et al., 2014).

## 5.6 Ochrana spotřebitele v rámci smluvních typů

Nejčastější smlouvou, kterou spotřebitelé uzavírají, je kupní smlouva (§ 2079 – 2183 o. z.), a to v obchodě, na něž se vztahuje tzv. zvláštní ustanovení o prodeji zboží v obchodě (§ 2158 – 2174 o. z.). Smluvními stranami zde musí být podnikatel (jako prodávající) a spotřebitel (jako kupující). Úprava zde je většinou kogentní, tedy podnikatel se od ní nemůže odchýlit. Přednostně je zde aplikována úprava podle zvláštních ustanovení (pro kamenné prodejny a prodej po internetu), teprve pokud to není možné, použijí se obecná ustanovení. Vlastnické právo se podle § 2160 o. z. zde nabývá převzetím koupené věci, u prodeje zboží v samoobslužném obchodě je to při zaplacení kupní ceny (Kelblová et al, 2014; o. z.)

Další možnou smlouvou je např. smlouva o zájezdu, kterou o. z. upravuje v § 2521 – 2549 o. z. Podle § 2521 o. z. „*se smlouvou o zájezdu pořadatel zavazuje obstarat pro zákazníka předem připravený soubor služeb cestovního ruchu (zájezd) a zákazník se zavazuje zaplatit souhrnnou cenu*“. O zájezd se jedná podle § 2522 odst. 1 o. z. v případě, že jsou splněny 2 následující podmínky:

1. Zájezd je uspořádán na více jak 24 hodin nebo zahrnovat přenocování
2. Jsou v něm zahrnuty minimálně 2 služby cestovního ruchu
  - Ubytování
  - Doprava
  - Jiná významná služba (např. průvodcovství, fakultativní výlet)(Malimánková, 2013).

Dalšími smlouvami, které může spotřebitel uzavřít, jsou např. smlouva o dílo, smlouva o přepravě osob a další (srov. § 2550, § 2586, o. z.).

## 6 Veřejnoprávní ochrana spotřebitele podle ZoOSP

ZoOSP je nejdůležitější zákon veřejnoprávní ochrany spotřebitele. V roce 2015 zde proběhla významná novela (zákon č. 378/2015 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony), díky níž mají spotřebitelé od 1. 2. 2016 možnost řešit svoje spory s podnikateli mimosoudní cestou. Část této novely však nabyla účinnosti již 28. 12. 2015, kde proběhly především významné změny týkající se nekalých obchodních praktik, což kontrolním orgánům přineslo lepší možnost postihovat některé prodávající (zejm. tzv. „šmejdy“) (Františová, 2016; Vítová, 2016).

Vzhledem k obsáhlosti tohoto zákona zde budu rozebírat ta ustanovení, která považuji pro spotřebitele za nejdůležitější.

### 6.1 Terminologie

Kromě definice spotřebitele a prodávajícího, které jsem uvedla v kapitole 3 „Základní pojmy“, zde nalezneme i další pojmy, např. že:

- *„výrobcem je podnikatel, který zhotovil výrobek anebo jeho součást, vytěžil prvotní surovinu nebo ji dále zpracoval, anebo který se za výrobce označil,*
- *dovozcem je podnikatel, který uvede na trh výrobek z jiného než členského státu Evropské unie,*
- *dodavatelem je každý další podnikatel, který přímo nebo prostřednictvím jiných podnikatelů dodal prodávajícímu výrobky,*
- *výrobkem je věc, která je určena k nabídce spotřebiteli, včetně práv a závazků s touto věcí souvisejících,*
- *a službou je jakákoliv podnikatelská činnost, která je určena k nabídce spotřebiteli, včetně práv a závazků s touto činností souvisejících“* (srov. § 2 odst. 1, ZoOSP).

### 6.2 Obchodní praktika

Obchodní praktiku definuje § 2 odst. 1 písm. o) ZoOSP jako *„způsob chování prodávajícího spočívající v konání, opomenutí, prohlášení, obchodním sdělení včetně reklamy a uvedení na trh související s propagací, prodejem*

*nebo dodáním výrobku nebo služby spotřebiteli“*. Tato definice se vztahuje na chování prodávajícího před uzavřením smlouvy, při uzavírání smlouvy i po jejím uzavření (např. při uplatňování práva z vadného plnění) (Vítová, 2016).

Za podstatné narušení ekonomického chování spotřebitele je považována taková obchodní praktika, díky níž si spotřebitel koupí výrobek/službu, který/ktou by si jinak nekoupil. Nepatřičné ovlivňování je takové ovlivňování spotřebitele, při kterém, aniž by došlo k fyzickému násilí, uplatňuje prodávající svoji silnější pozici (srov. § 2 odst. 1 písm. s) a t), ZoOSP).

Hlavním důvodem, proč je třeba spotřebitele chránit, je především to, že prodávající může využívat nekalých obchodních praktik, které jsou ze zákona zakázány. Nekalá obchodní praktika je definována podle § 4 odst. 1 ZoOSP následovně: *„obchodní praktika je nekalá, je-li v rozporu s požadavky odborné péče a podstatně narušuje nebo je způsobilá podstatně narušit ekonomické chování spotřebitele, kterému je určena, nebo který je jejímu působení vystaven, ve vztahu k výrobku nebo službě. Je-li obchodní praktika zaměřena na určitou skupinu spotřebitelů, posuzuje se podle průměrného člena této skupiny“*.

ZoOSP dělí nekalé obchodní praktiky na klamavé, které dále dělí na klamavá konání a klamavá opomenutí, a agresivní a jejich použití je zakázáno před, při i po rozhodnutí ohledně koupě. Rozhodujícím zde není, zda spotřebitel výrobek/službu koupí, nebo nekoupí. Nekalou obchodní praktikou tak může být např. i inzerovaná nízká cena na slevovém portálu, když po rozkliknutí spotřebitel zjistí, že ještě musí dopláct (mnohdy i vyšší) částku. Tato nízká cena ale např. přiměla spotřebitele navštívit webové stránky prodávajícího apod., proto se jedná o nekalou obchodní praktiku (Vítová, 2016).

### **6.2.1 Klamavé obchodní praktiky – klamavá konání**

Podle ZoOSP je obchodní praktika klamavá, když v důsledku nesprávných a nepravdivých informací koupí spotřebitel něco, co by jinak nekoupil. Patří sem i pravdivé informace, pokud mohou ve spotřebiteli vyvolat mylnou informaci (např. informace ohledně složení výrobku/služby, nutnosti oprav). Jedná se ale i o prodej výrobků/služeb, které si spotřebitel koupí v důsledku záměny s jiným výrobkem/službou, s jinou ochrannou známkou a obchodní firmou či pokud prodávající při prodeji porušil kodex chování (srov. § 5, ZoOSP).



Klamavým konáním jsou např. výrobky balené v nadměrných obalech nebo akce, kdy na letáku jsou vyobrazeny dárky za symbolické vstupné, ale ve skutečnosti žádné dárky neobdrží. Podle Nejvyššího správního soudu se jedná např. i o to, kdy cestovní kancelář udává pojištění zájezdu jako „povinný příplatek“. Průměrný spotřebitel pak zpravidla vychází z toho, že je to povinné, a nezjišťuje si informace o jiném možném pojištění zájezdu, které by pro něj mohlo být levnější či mnohem výhodnější ((SJS) 1 As 101/2010 – 82; Vítová, 2016).

### **6.2.2 Klamavé obchodní praktiky - klamavá opomenutí**

Klamavá opomenutí vznikají, když prodávající opomene sdělit či zatají spotřebiteli podstatné informace nebo je poskytne nejasně, nesrozumitelně, nejednoznačně a v nevhodný čas anebo neuvede obchodní záměr obchodní praktiky, není-li patrný ze souvislosti, což může ovlivnit rozhodnutí spotřebitele ohledně koupě (srov. § 5a odst. 1 a 2, ZoOSP).

Podstatné informace jsou, není-li to patrné ze souvislostí, informace týkající se hlavních znaků výrobku/služby, adresy a totožnosti prodávajícího, ceny vč. dalších poplatků a plateb (např. za dopravu), platebních podmínek, dodání, plnění, vyřizování reklamací a stížností a práva na odstoupení od smlouvy nebo ukončení závazku (srov. § 5a odst. 3, ZoOSP).

Vítová (2016) uvádí jako příklad klamavého opomenutí např. to, když cestovní kancelář neinformuje spotřebitele o tom, že v průběhu letu letadlo bude přistávat mimo cílovou destinaci (např. za účelem tankování). Podle Nejvyššího správního soudu je klamavým opomenutím televizní reklama, v rámci níž byla nabízena telefonní služba a cena bez DPH byla uváděna o dost větším písmem než cena vč. DPH, byť tyto ceny byly pod sebou. Tato reklama byla i zvukově doprovázena s odkazem na nižší cenu (tu bez DPH) bez upozornění, že se jedná o cenu bez DPH ((SJS) 9 As 38/2010-71).

### **6.2.3 Agresivní obchodní praktiky**

Podle § 5b odst. 1 ZoOSP se *„Obchodní praktika považuje za agresivní, pokud ve svých věcných souvislostech a s přihlédnutím ke všem jejím rysům a okolnostem výrazně zhoršuje nebo může výrazně zhoršit svobodu volby nebo chování spotřebitele ve vztahu k výrobku nebo službě, a to obtěžováním, donucováním včetně použití fyzické síly nebo nepatřičným ovlivňováním, čímž způsobí nebo může způsobit, že spotřebitel učiní rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil.“*

Rozhodujícím jsou zde i další okolnosti – kdy, kde a jak k agresivní obchodní praktice dochází, v jaké situaci se zrovna spotřebitel nachází, jaké mimosmluvní překážky podnikatel uplatňuje, aby zabránil spotřebiteli v uplatnění jeho práv, a rovněž se sem i řadí výhrůzka právně nepřístupným jednáním (srov. § 5b odst. 2, ZoOSP).

Vítová (2016) i zde udává příklady. Jedná se tak např. o případ, kdy spotřebitel uzavře smlouvu o sdružených dodávkách a odběru zemního plynu, využije možnosti odstoupení ve 14denní lhůtě a dodavatel mu i přesto plyn dodává a ještě požaduje jeho úhradu. Může se jednat i o situace, kdy podnikatel úmyslně nepřebírá poštu zasílanou spotřebiteli atd.

### 6.3 Organizované akce

Organizovanou akcí se podle § 20 odst. 2 ZoOSP rozumí „*akce určená pro omezený počet spotřebitelů, kteří na ni byli adresně či neadresně pozváni, a v jejímž průběhu dochází k prodeji výrobků, poskytování služeb nebo k jejich propagaci anebo k jejich nabízení, přičemž není rozhodující, zda je součástí akce též doprava osob účastnících se této akce*“. Nepůjde tak např. o veletrhy, neboť zde není stanoveno kritérium omezeného počtu spotřebitelů, o sportovní a kulturní akce, které jsou doprovázeny např. stánkovým prodejem, protože cílem těchto akcí není prodej, ale sportovní a kulturní vyžití apod. (Vítová, 2016).

ZoOSP stanovuje, že prodávající musí sdělit ČOI, že bude prodávat (resp. poskytovat) výrobky (resp. služby) na organizované akci nejméně 10 pracovních dnů předem (rozhodující je den přijetí oznámení, nikoliv den odeslání). Toto sdělení musí obsahovat, kde, kdy a jak dlouho se bude organizovaná akce konat, co se zde bude prodávat a za kolik, kopii pozvánky a samozřejmě identifikační údaje osoby, která pozvání činí. Obdobné údaje obsahuje i samotná pozvánka. Údaje musí být na pozvánce prokazatelné, jasné, čitelné a srozumitelné. Dále pak prodávající smí přijmout peníze za smlouvu uzavřenou na organizované akci až po uplynutí 7 dnů od uzavření smlouvy (Vítová, 2016).

## 6.4 Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů

Mimosoudně lze řešit jak kupní smlouvu, tak i smlouvu o poskytování služeb. Vyloučeny jsou podle § 20d ZoOSP smlouvy:

*„a) v oblasti zdravotních služeb poskytovaných pacientům zdravotnickými pracovníky za účelem poskytování zdravotní péče, včetně předepisování, vydávání a poskytování léčivých přípravků a zdravotnických prostředků,*

*b) v oblasti služeb obecného zájmu nehospodářské povahy (např. služby poskytované státem bezúplatně),*

*c) s veřejnými poskytovateli dalšího nebo vysokoškolského vzdělávání“ (Vítová, 2016).*

Podle Vítové (2016) lze spory řešit rozhodcem, mediací nebo conciliací, která je formalizovanější než mediace a jsou zde poskytovány především právní rady. § 20e ZoOSP stanovuje pro řešení mimosoudních spotřebitelských sporů příslušné orgány, a to finanční arbitr (pro finanční služby), Český telekomunikační úřad (pro elektronickou komunikaci a poštovní služby), Energetický regulační úřad (pro elektroenergetiku, plynárenství a teplárenství), Českou obchodní inspekci a jiný subjekt, např. profesní komoru s povinným členstvím, pověřený MPO (např. Česká advokátní komora).

## 6.5 Informační databáze o bonitě a důvěryhodnosti spotřebitele

Tato ustanovení mají za cíl chránit jak podnikatele před spotřebiteli, kteří uzavírají závazky, které nejsou schopni splácet, tak i spotřebitele před sebou samotnými, aby u nich nedocházelo k předlužení. Informační databáze (resp. registr) zaznamenává údaje týkající schopnosti a ochoty spotřebitelů plnit svoje závazky. Existují 2 typy registrů:

- pozitivní, kde jsou uvedeny závazky, u kterých došlo k prodlení spotřebitele, závazky, u kterých k prodlení nedošlo, a závazky potenciální (tj. smlouvy, o kterých bylo jednáno, ale nebyly uzavřeny),
- negativní – zde jsou pouze závazky, u nichž došlo k prodlení spotřebitele.

Pro získání informací z registru o závazcích, u nichž nedošlo k prodlení, a potenciálních je nutné, aby měl prodávající souhlas spotřebitele. Spotřebitel může

rovněž požádat provozovatele registru, aby tyto údaje byly z registru odstraněny. Údaje o závazcích v registru jsou vedeny po dobu trvání závazku a 3 roky následující po splacení. U potenciálních závazků je tato doba 3 měsíce (Vítová, 2016).

§ 20z odst. 1 ZoOSP stanovuje, že „*aby mohla být zahájena činnost registru, postačí k tomu pouze 10 prodávajících, kteří jsou:*

- *bankami podle jiného zákona upravujícího činnost bank,*
- *prodávajícími spotřebitelských úvěrů podle jiného zákona upravujícího poskytování spotřebitelských úvěrů,*
- *platebními institucemi podle jiného zákona upravujícího platební styk*
- *nebo poskytovateli platebních služeb malého rozsahu podle jiného zákona upravujícího platební styk.*

*Registr může provozovat právnická osoba, která není prodávajícím a jejím hlavním účelem není podnikání, za podmínek stanovených tímto zákonem.“*

Prodávající je povinen informovat spotřebitele, že může poskytnout jeho údaje do registru. Jedná se o identifikační údaje spotřebitele, finanční závazky spotřebitele vč. potenciálních, časové období pro tyto údaje a údaj o prodávajícím, jenž toto zaznamenal. Spotřebitel má právo na výpis z registru, nese však úhradu případných nákladů (Vítová, 2016).

## 7 Zákon č. 257/2016 Sb., o spotřebitelském úvěru

Tento zákon nabyl účinnosti 1. 12. 2016. Jak je definováno v § 2 odst. 1 ZoSPÚV „*Spotřebitelským úvěrem je odložená platba, peněžitá zápůjčka, úvěr nebo obdobná finanční služba poskytovaná nebo zprostředkovaná spotřebiteli*“.

Hlavním cílem tohoto nového zákona je, aby došlo ke zvýšení důvěryhodnosti tuzemského trhu retailových úvěrových služeb a dále pak, aby došlo ke snížení nekalých praktik, které používají především nebankovní instituce. ZoSPÚV sjednocuje všechny typy spotřebitelských úvěrů, tj. klasické hotovostní úvěry, kreditní karty, nákupy zboží na splátky, hypotéky, úvěry na bydlení a mikropůjčky do 5 000 Kč (Ministerstvo financí ČR, 2015).

ZoSPÚV zvyšuje ochranu spotřebiteli, zejména:

- Při předčasném splacení dluhu, protože „*spotřebitel má právo na snížení celkových nákladů spotřebitelského úvěru o výši úroku a další náklady, které by byl spotřebitel povinen platit v případě, že by nedošlo k předčasnému splacení spotřebitelského úvěru*“, a poskytovatel smí požadovat pouze účelně vynaložené náklady, které mu tímto vzniknou (srov. § 117 odst. 1 a 2, ZoSPÚV),
- Při předčasném splacení úvěru na bydlení, který smí spotřebitel splatit zdarma v důsledku úmrtí a při dlouhodobé nemoci nebo invaliditě spotřebitele či jeho manžela/partnera (srov. § 117 odst. 3 písm. e), ZoSPÚV),
- Neprověří-li si věřitel, zda je spotřebitel úvěr schopen splácet a dojde k nesplacení úvěru, „*bude smlouva o úvěru neplatná a spotřebitel nebude muset platit žádný úrok a dokonce dostane již zaplacené úroky zpět. Jistinu splatí podle svých možností*“ (Ministerstvo financí ČR, 2015).
- Při pozdním splacení spotřebitelského úvěru, kdy věřitel smí požadovat pouze:
  - a) „*právo na náhradu účelně vynaložených nákladů, které mu vznikly v souvislosti s prodlením spotřebitele; pokud byla ujednána náhrada vyšší, považuje se v této části za smluvní pokutu,*
  - b) *úroky z prodlení, jejichž výše nesmí přesáhnout výši stanovenou právním předpisem upravujícím úroky z prodlení, nebo*
  - c) *smluvní pokutu*“, jež je limitována do 0,1 % denně z částky, ohledně níž je spotřebitel v prodlení (srov. § 122, ZoSPÚV).

Velmi důležité je zde pak pro spotřebitele to, že souhrn těchto všech smluvních pokut musí být nejvýše do poloviny z celkové výše spotřebitelského úvěru, nejvýše však 200 000 Kč (srov. § 122 odst. 3, ZoSPÚV).

Další velké zpřísnění, které ZoSPÚV přináší, spočívá ve zpřísnění kritérií pro subjekty poskytující spotřebitelský úvěr. Nově musí všechny bankovní i nebankovní subjekty splňovat stejná kritéria (před účinností ZoSPÚV stačilo pouze živnostenské oprávnění). Všechny nebankovní subjekty poskytující spotřebitelský úvěr musely podat žádost o povolení (licenci) k činnosti do 28. 2. 2017 ČNB, která o této žádosti musí rozhodnout do 31. 5. 2018. Očekává se, že tyto podmínky splní z původních cca 60 tisíc subjektů pouhých cca 200 subjektů. Subjekt poskytující spotřebitelský úvěr tak může být pouze akciová společnost, společnost s ručením omezeným nebo evropská společnost se sídlem na území ČR a musí splňovat počáteční kapitál ve výši 20 milionů Kč, dále pak věcné, personální a organizační předpoklady např. důvěryhodnost a odbornou způsobilost osob, velikost a původ počátečního kapitálu, pravidla pro vymáhání pohledávek, posuzování úvěruschopnosti spotřebitele aj. (dTest; 2016; Ministerstvo financí ČR, 2015; Myška & Kulhánková, 2016; Schejbal, 2016).

Mnohdy se také stávalo, že spotřebitelé ve smlouvách o úvěru narazili na tzv. rozhodčí doložku. Nově jsou tyto doložky zakázány a o sporech mezi spotřebitelem a věřitelem smí rozhodovat pouze soudce, nikoliv rozhodce (Vojíková, 2016).

§ 113 odst. 2 ZoSPÚV stanovuje, že: *„Je-li k zajištění spotřebitelského úvěru užitá nemovitá věc nebo věcné právo k nemovité věci, může mít toto zajištění pouze formu zástavního práva; k jiným ujednáním, jejichž účelem je zajištění spotřebitelského úvěru, se nepřihlíží“*. ZoSPÚV zpřísnuje tento limit pro spotřebitelské úvěry na bydlení zajištěné nemovitostí a to tím, že věřitel smí nemovitost zpeněžit až po uplynutí 6 měsíců od oznámení o započetí výkonu zástavního práva. Mezitím může dlužník dluh zaplatit nebo nemovitost sám prodat a peníze z prodeje použít na zaplacení dluhu (Srbecký, 2016).

ZoSPÚV dává pro úvěry na bydlení i tzv. „lhůtu na rozmyšlenou“, kdy spotřebitel má právo ve lhůtě 14 dnů si rozmyslet, zda danou smlouvu uzavře, či nikoliv a věřitel během této lhůty nesmí návrh smlouvy měnit, zrušit ani odvolat (srov. § 111, ZoSPÚV).

## 8 Další zákony vztahující se k ochraně spotřebitele v ČR

Kromě již zmíněného o. z., ZoOSP a ZoSPÚV chrání spotřebitele v ČR další zákony. Ondřej et al. (2013, p. 6) vyjmenovává některé z nich:

- „Zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů,
- Zákon č. 526/1990 Sb., o cenách, ve znění pozdějších předpisů,
- Zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů,
- Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů,
- Zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků a o změně některých zákonů (zákon o obecné bezpečnosti výrobků), ve znění pozdějších předpisů,
- Zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky a o změně a doplnění některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů,
- Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, ve znění pozdějších předpisů,
- Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů,
- Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů (zákon o ochraně hospodářské soutěže), ve znění pozdějších předpisů.“

Dále pak to mohou být:

- Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a o změně zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů (např. § 6, podle něhož musí mít cestovní kancelář sjednané pojištění proti úpadku),
- Zákon č. 229/2002 Sb., o finančním arbitrovi ve znění pozdějších předpisů,
- Zákon č. 458/2000 Sb., o podmínkách podnikání a o výkonu státní správy v energetických odvětvích a o změně některých zákonů (energetický zákon), ve znění pozdějších předpisů (Zákony pro lidi.cz, 2016) atd.

## 9 Komparace

V této kapitole jsou porovnávány nejdůležitější rozdíly a změny vztahující se k ochraně spotřebitele ve spotřebitelských smlouvách, které do českého práva vstoupily přijetím o. z. nebo byly z předchozích úprav přejaty a upraveny. Porovnání je děláno mezi úpravou účinnou do 31. 12. 2013, primárně podle obč. zák. a částečně podle obch. zák., a úpravou podle o. z., která je účinná od 1. 1. 2014 a nahradila právě zmiňovaný obč. zák. a obch. zák.

### 9.1 Spotřebitelská smlouva

Obč. zák. užíval pojmu „spotřebitelská smlouva“ a tento pojem zařazoval do první části, tedy do obecných ustanovení. O. z. jej nahrazuje a užívá pojmu „smlouva uzavíraná se spotřebitelem“, přičemž tento pojem zařazuje mnohem přesněji, tedy do všeobecných ustanovení o závazcích, která nalezneme v části čtvrté (Relativní majetková práva). Obč. zák. definoval spotřebitelské smlouvy jako vybrané smluvní typy, tedy že se jedná o smlouvy kupní, smlouvy o dílo, případně jiné smlouvy, pokud smluvními stranami budou spotřebitel a dodavatel. Naproti tomu o. z. jej stanovuje jako smlouvu, kterou uzavírá podnikatel se spotřebitelem, přičemž toto ustanovení použije i pro závazky, které vzniknou z těchto smluv (Svejkovský et al., 2012).

### 9.2 Spotřebitel

Obč. zák. až do roku 2010 vymezoval spotřebitele jako „osobu, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti“. Spotřebitelem tak byla osoba fyzická i právnická (občanská sdružení, nadace, obecně prospěšné společnosti aj.) (Palla, 2010).

Novelou z roku 2010 sice byla tato definice zpřesněna, přesto obč. zák. vymezoval spotřebitele dvojím způsobem, a to jako „fyzickou osobu, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání“, a pro smlouvy o finančních službách uzavíraných na dálku jako „fyzickou osobu, která při uzavírání a plnění smlouvy o finančních službách uzavírané na dálku nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti“.



O. z. do své úpravy zakotvil pouze jednu definici, jejíž obsah převzal z obč. zák. a upravil ji o „jednání s podnikatelem“. Tedy aby byla osoba spotřebitelem, musí v dané situaci jednat s podnikatelem (Svejkovský et al., 2012).

### 9.3 Podnikatel

Obč. zák. pro spotřebitelské smlouvy užíval pojmu dodavatel, kterého definoval v § 52 odst. 2 jako „osobu, která při uzavírání a plnění smlouvy jedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti“.

O. z. od této terminologie opustil a užívá pojmu „podnikatel“, jehož definici uvádím v kapitole 3 „Základní pojmy“.

### 9.4 Informační povinnost

U distančních smluv a smluv uzavíraných mimo obchodní prostory o. z. zavedl jednotné informace, které musí podnikatel spotřebiteli poskytnout před uzavřením smlouvy. Oproti tomu obč. zák. neuváděl předmluvní informace, které mají být spotřebiteli sděleny před uzavřením smlouvy mimo obchodní prostory. O. z. tak rozšířil předmluvní informace zejména o:

- Povinnosti zaplatit případnou zálohu,
- Údaje o ceně za jedno zúčtovací období (měsíc), o daních, poplatcích a nákladech u smluv uzavřených na dobu neurčitou nebo u smluv s opakovaným plněním,
- Povinnost dát spotřebiteli předem k dispozici formulář pro případné odstoupení od smlouvy,
- O nákladech na vrácení zboží, které spotřebitel ponese v případě, že odstoupí od smlouvy,
- O povinnost hradit poměrnou část ceny za služby, jejichž plnění začalo na žádost spotřebitele před uplynutím 14denní lhůty pro odstoupení,
- O nemožnosti odstoupení od smlouvy, jejímž předmětem je dodání digitálního obsahu, který není na hmotném nosiči a u kterého si spotřebitel vyžádal dodání před uplynutím 14denní lhůty pro odstoupení,
- Existenci, kdy a jak lze vyřizovat mimosoudně stížnosti spotřebitele.

O. z. upravuje předšmluvní informace i v rámci obecných ustanovení týkajících se smluv uzavíraných se spotřebitelem, přičemž některá ustanovení, která obč. zák. řadil mezi předšmluvní informace u smluv uzavíraných na dálku, zařazuje o. z. právě sem do obecných ustanovení (identifikační údaje podnikatele; označení zboží a služeb; cenu zboží a služeb, náklady na dodání; způsob platby, dodání nebo plnění). Obč. zák. předšmluvní informace v rámci obecných ustanoveních u spotřebitelských smluv vůbec nezakotvoval (srov. § 1811 a 1820, o. z., srov. § 53, obč. zák.).

## **9.5 Smlouva uzavíraná mimo obchodní prostory**

Stejně jako o. z., i obč. zák. znal pojem smlouva uzavíraná mimo prostory obvyklé pro podnikatelské podnikání. Zatímco o. z. alespoň částečně označuje, jakou smlouvu má na mysli, a dále se ve výkladu řídí směrnicí č. 2011/83/EU, obč. zák. v sobě neobsahoval žádné vymezení a ve výkladu se řídil ustanovením směrnice Rady 85/577/EHS z 20. 12. 1985, o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory, a obč. zák., kde je v § 7 odst. 3 provozovna definována jako místo, v němž se uskutečňuje daná podnikatelská činnost (vč. pojízdných stánků, provozoven apod.). Směrnice stejně jako o. z. považovala za smlouvu uzavřenou mimo obchodní prostory smlouvu uzavřenou na zájezdu organizovaného dodavatelem (o. z. užívá pojmu podnikatel) nebo smlouvy uzavřené u spotřebitele doma, v bytě jiných spotřebitelů nebo u spotřebitele v práci, nevyžádal-li si tuto návštěvu sám. Vyžádal-li si návštěvu sám, ochrana by se na něj vztahovala jen tehdy, nevěděl-li, že dodávka zboží nebo poskytování služeb tvoří podnikatelskou činnost dodavatele. O. z. do své úpravy zakotvil výraznou změnu, již docílil ochrany spotřebitele, tedy že za smlouvu uzavřenou mimo obchodní prostory se považuje i smlouva, kdy podnikatel osloví spotřebitele mimo tyto prostory a smlouva je následně uzavřena v prostorách, kde podnikatel obvykle svoji podnikatelskou činnost vykonává (srov. § 1828 o. z., Hulmák et al., 2008).

## **9.6 Odstoupení od smlouvy**

Obč. zák. v sobě neměl jednotnou úpravu pro odstoupení od spotřebitelských smluv. O. z. zakotvuje společnou úpravu pro distanční smlouvy a smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory a stanovuje pro odstoupení od těchto smluv lhůtu procesněprávní (tedy stačí, aby bylo odstoupení ve 14denní lhůtě odesláno, nikoliv doručeno). Odlišuje se tak od obč. zák., kde tato lhůta byla hmotněprocesní

a odstoupení od smlouvy muselo být ve 14denní lhůtě jak odesláno, tak i doručeno (Vozár, 2013).

Neposkytnul-li podnikatel spotřebiteli všechny informace, které mu obč. zák. stanovoval, měl spotřebitel právo odstoupit od smlouvy uzavřené prostřednictvím prostředku komunikace na dálku bez udání důvodu ve lhůtě 3 měsíců ode dne převzetí plnění. Splnil-li podnikatel informační povinnost dodatečně v této 3měsíční lhůtě, začala se od tohoto poučení počítat opět 14denní lhůta. U smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory podnikatele stanovoval obč. zák., že nesplní-li podnikatel informační povinnost, byla tato lhůta 1 rok. O. z. tyto lhůty sjednocuje a v případě, že spotřebitel není poučen o právu odstoupit od smlouvy vč. podmínek, postupu, lhůty a formuláře, je tato lhůta prodloužena na 1 rok a 14 dní. Splní-li však svoji povinnost dodatečně, je počítána 14denní lhůta ode dne, kdy byl spotřebitel poučen (srov. § 1829, o. z., srov. § 53 a § 57, obč. zák.).

Nově o. z. v § 1829 upřesňuje u některých druhů smluv, od jakého okamžiku se začíná počítat 14denní lhůta pro odstoupení od smlouvy.

Až do 14. 6. 2012 obč. zák. obsahoval ustanovení, že spotřebitel nemá právo na odstoupení od smlouvy, vyžádal-li si sám návštěvu dodavatele za účelem objednávky. Novela č. 170/2012 Sb. tuto větu odstranila a nahradila ji větou, že spotřebitel nemůže odstoupit od smlouvy, vyžádá-li si návštěvu dodavatele u sebe doma za účelem oprav a údržby, a že odstoupit smí tehdy, provede-li dodavatel jinou než vyžádanou opravu nebo provede-li opravu jiným zbožím, než je nutné. O. z. do své úpravy převzal pouze zmíněné změněné ustanovení, nic tak nebrání tomu, aby spotřebitel mohl odstoupit od smlouvy i v případě, že si podnikatele k sobě domů sám pozve (dTest, n.d., Hulmák et al., 2008; srov. § 1837 písm. f) o. z.; zákon č. 170/2012).

§ 53 odst. 8 obč. zák. stanovoval, že strany si mohou ujednat případy, kdy mohou odstoupit od smlouvy, a dále pak stanovoval případy, kdy od smlouvy nelze odstoupit. O. z. tuto možnost sjednat si důvody, kdy nelze odstoupit od smlouvy, explicitně neuvádí, přesto je tu tato možnost i nyní, ale podnikatelé toto spotřebitelům zpravidla nenabízejí (Bělohlávek et al., 2012).

O. z. rozšířil výčet, kdy nelze odstoupit od smlouvy, např. když se jedná o zboží, které podléhá rychlé zkáze nebo u něhož došlo ke smísení s jiným zbožím,

nebo když spotřebitel rozbálí zboží z uzavřeného obalu a z hygienických důvodů by jej již podnikatel nemohl dále prodat, o smlouvy, jejichž předmětem je ubytování, doprava, stravování popřípadě využití volného času a jejich realizace probíhá v přesně stanovený termín (Svejkovský et al., 2012).

## **9.7 Práva a povinnosti stran při odstoupení od smlouvy**

Dodavatel musel podle obč. zák. v případě, že spotřebitel od smlouvy odstoupil, vrátit spotřebiteli finanční prostředky, které od něj obdržel, do 30 dnů. Naproti tomu o. z. tuto lhůtu zkracuje na 14 dní a dodává, že je podnikatel není povinen hradit dříve, než obdrží zboží od spotřebitele (srov. § 1832, o. z., srov. § 57 odst. 1, obč. zák.).

Obč. zák. obsahoval pouze tuto jedinou povinnost, o. z. je v tomto mnohem přesnější a striktnější. Dává povinnost i spotřebiteli, že musí vrátit zboží do 14 dnů ode dne, kdy odstoupil od smlouvy. Explicitně zde dává podnikateli povinnost vrátit spotřebiteli náklady na dodání od podnikatele ke spotřebiteli ale v hodnotě nejlevnějšího dodání, které podnikatel umožňuje. Obč. zák. toto v sobě přímo nezakotvoval, užíval jen pojmu „zaplacená finanční částka“, proto se zde dalo pouze vyvozovat, že se jedná i o náklady na dodání (srov. § 1831, 1832, o. z.; srov. § 57, obč. zák.).

Nově je zde i úprava, podle níž spotřebitel odpovídá podnikateli za případné snížení hodnoty zboží v době, kdy ho měl u sebe a nakládal s ním jinak, než vyžaduje jeho povaha a vlastnosti. Toto je však podmíněno podnikatelovo povinností sdělit spotřebiteli informace o jeho právu na odstoupení od smlouvy podle § 1820 odst. 1 písm. f) o. z. (srov. § 1820, 1833, o. z.).

## **9.8 Práva z odpovědnosti za vady – záruka, reklamace**

Jedna z největších a nejvíce diskutovaných změn, kterou přinesl o. z. do ochrany spotřebitele, je právě změna v pojmech odpovědnost za vady prodané věci a shoda s kupní smlouvou.

### **9.8.1 Práva z vadného plnění při prodeji zboží v obchodě**

Obč. zák. užíval pojmu „odpovědnost za vady věci prodané v obchodě“ (§ 619). Tato odpovědnost fungovala na principu tzv. „zákonné záruky“, přičemž záruční doba u spotřebního zboží činila 24 měsíců od převzetí. O. z. tento pojem nahradil za „práva

z vadného plnění“ (§ 2165), která lze uplatnit též u spotřebního zboží, a to v době 24 měsíců od převzetí. Obč. zák. umožňoval, že v případě, kdy dojde k výměně dané věci, začne od okamžiku převzetí této nové věci běžet nová záruční doba 24 měsíců. O. z. toto již neumožňuje, pro spotřebitele je tedy výhodnější po prodeji požadovat zpět peníze (srov. § 619, obč. zák., srov. § 620, obč. zák., srov. § 2165, o. z., srov. § 627, obč. zák.).

### **9.8.2 Odpovědnost za vady, které měla věc při převzetí X jakost při převzetí při prodeji zboží v obchodě**

„Jakost při převzetí“ (§ 2161) je pojem, kterým o. z. nahrazuje pojem „shoda s kupní smlouvou“ (§ 616) z obč. zák. Je zde opět zachována vyvatitelná právní domněnka, že pokud se vada projeví do 6 měsíců od převzetí, předpokládá se, že věc tuto vadu měla již při převzetí. Zatímco obč. zák. stanovoval, že věc je shodná s kupní smlouvou, zejména nemá-li vady, o. z. slovo „zejména“ odebírá a stanovuje, že věc je v souladu s kupní smlouvou, nemá-li vady. O. z. obsahuje demonstrativní výčet vlastností, které musí mít daná věc při převzetí. Podle § 2161 o. z. musí tedy věc splňovat ujednané nebo očekávané vlastnosti, hodit se k danému účelu, mít správné množství, míru nebo hmotnost a odpovídat právním předpisům. Oproti obč. zák. je tento výčet ještě rozšířen o to, že věc musí odpovídat jakostí a provedením danému vzorku či předloze, je-li podle nich vyhotovena. Ustanovení o potravinách a jejich označení minimální trvanlivostí či datem použitelnosti naopak odebírá a zobecňuje jej na sušitelné věci a věci podléhající rychlé zkáze v § 2163 (srov. § 2161, o. z., srov. § 2163, o. z., srov. § 616, obč. zák.).

### **9.8.3 Smluvní záruka – záruka za jakost**

Záruka za jakost je podle § 2113 o. z. i podle § 429 obch. zák. definována jako závazek prodávajícího, podle něhož bude věc sloužit po určitou (záruční) dobu ke stanovenému účelu nebo po celou tuto dobu bude mít obvyklé vlastnosti. Záruka za jakost se použije i tehdy, má-li věc (na obale, návodu, reklamě) uvedenou dobu použití. Zde se tedy terminologie nezměnila. Obch. zák. ale na rozdíl od o. z. stanovoval, že záruka za jakost musí být ujednána písemně. Nyní již stačí pouze ústní dohoda. Co je ale důležité, je to, že pouze zde o. z. používá slovo „záruka“ – záruka za jakost, neboť obč. zák. jej používal i v souvislosti s odpovědností za vady prodané věci (nyní práva z vadného plnění) (Svejkovský et al., 2012).

## 9.9 Smluvní pokuta

I smluvní pokuta byla upravována současně obč. zák. a obch. zák., přičemž některá ustanovení se zde vzájemně vylučovala. Zatímco podle § 545 odst. 3 obč. zák. dlužník neměl povinnost platit smluvní pokutu, když porušení povinnosti nezavinil, tak podle § 300 obch. zák. musel smluvní pokutu platit bez ohledu na to, zda porušení povinnosti zavinil či nikoliv. Obdobně tomu bylo i u nepřiměřeně vysoké pokuty. Podle obč. zák. byla takto vysoká pokuta neplatná jako celek, ale podle obch. zák. by mělo pouze dojít k jejímu snížení. O. z. nejasnosti odstranil a stanovuje, že dlužníkovi vzniká povinnost zaplatit smluvní pokutu nezávisle na tom, zda porušení povinnosti zavinil, či nikoliv. Pro nepřiměřeně vysokou smluvní pokutu přejímá ustanovení, že může dojít k jejímu snížení. Rovněž stanovuje, že smluvní pokuta smí být hrazena i nepeněžitým plněním, což v předchozí úpravě nebylo zcela jasné. Nejdůležitější změnou u smluvní pokuty však je, že již není povinnost ji sjednat písemně, ale stačí pouze ústní sjednání (Štarha, Havel, Holásek & Partners, 2012)

O. z. v sobě explicitně nezakotvuje, že pro ochranu spotřebitele musí být smluvní pokuta nadále písemná, čehož by mohli prodávající využít. Proto Lasák et al. (2014) v Komentáři dále ochranu spotřebitele stupňuje tím, že i když zákon povoluje uzavřít smluvní pokutu ústně, tak výjimku zde tvoří spotřebitelské a adhezní smlouvy, tedy je pro ně v návaznosti na předchozí rozhodnutí ústavního soudu zachována podmínka, že smluvní pokuta musí být písemná.

Mění se i zařazení smluvní pokuty v o. z., a to z oddílu zajištění závazků do oddílu utvrzení dluhu. Vysvětlení najdeme v důvodové zprávě: „*Ustanovení o smluvní pokutě jsou společně s ustanoveními o uznání dluh zařazena do zvláštního oddílu nazvaného Utvrzení dluhu. Funkcí obou těchto institutů totiž není dluh zajistit, jako tomu je u ručení, zástavy nebo dalších ve vlastním slova smyslu zajišťovacích institutů, ale posílit postavení věřitele jiným způsobem. (...) Účelem smluvní pokuty je dát předem (tedy před splněním a zpravidla již při uzavírání smlouvy) najevo zvýšený zájem věřitele na náležitém splnění smluvní povinnosti*“ (Černá et al., 2014).

## 9.10 Smlouvy uzavírané adhezním způsobem

Obch. zák. pouze stanovoval v § 273 odst. 3, že k uzavření smlouvy může dojít i s využitím formuláře. O. z. toto vylepšuje a stanovuje v § 1798 - 1801 obecné podmínky smluv uzavíraných adhezním způsobem (formulářových smluv).

Tyto smlouvy fungují na principu „take it or leave it“ (vezmi nebo nech), tzn. že podnikatel dá spotřebiteli k podpisu již hotovou smlouvu (popř. smluvní formulář k vyplnění) bez možnosti změny. O. z. zde poskytuje ochranu zejména tím, že je-li zde nějaká doložka nečitelným písmenem nebo není-li pro osobu průměrného rozumu srozumitelná, je tato doložka platná, pouze nezpůsobí-li slabší smluvní straně újmu nebo prokáže-li druhá strana, že tuto doložku dostatečně vysvětlila (Svejkovský et al., 2012, (Rt) 5 Tdo 181/2016).

## 9.11 Smlouva o úvěru

Obč. zák. stanovoval, že je-li smlouva o dočasném užívání ubytovacího zařízení hrazena z úvěru (půjčky) a dojde-li k odstoupení od této smlouvy, dochází zároveň i ke zrušení smlouvy o úvěru (půjčce), aniž by spotřebiteli vznikly jakékoliv náklady (srov. § 71, obč. zák.).

O. z. tuto úpravu přejímá, upravuje a rozšiřuje na všechny spotřebitelské smlouvy. Je v něm zakotveno, že vždy dojde ke zrušení smlouvy o úvěru, dojde-li k odstoupení od smlouvy o dočasném užívání ubytovacího zařízení nebo smlouvy distanční. U ostatních spotřebitelských smluv to platí též, neujednají-li si to strany ve smlouvě o úvěru jinak (srov. § 1816, o. z.; srov. § 71, obč. zák.).

## 9.12 Smlouva o zájezdu

Definici zájezdu uvádím již v kapitole 5.6 Ochrana spotřebitele v rámci smluvních typů. I zde však nastaly výrazné změny oproti obč. zák. Zatímco o. z. hovoří o „smlouvě o zájezdu“, obč. zák. užíval pojem „cestovní smlouva“, což mohlo být zavádějící, neboť zájezdem je soubor služeb, nikoliv pouze cesta.

Obč. zák. stanovoval, že cestovní smlouva musí být písemná. Oproti tomu o. z. formu smlouvy o zájezdu nestanovuje, vyžaduje pouze, aby písemnou formu mělo tzv. potvrzení o zájezdu (doklad o smlouvě), které musí pořadatel vystavit při uzavření smlouvy nebo bezprostředně poté.

Podle obč. zák. byla pořadatelem zájezdu pouze cestovní kancelář (tedy subjekt s platnou koncesí). V rámci ochrany spotřebitele o. z. definici pořadatele rozšiřuje a podle § 2523 odst. 1 o. z. je to „*ten, kdo nabízí zájezd veřejnosti nebo skupině osob podnikatelským způsobem, a to i prostřednictvím třetí osoby*“. Díky této úpravě

se nerozlišuje, zda spotřebitel uzavřel smlouvu s osobou, která má, nebo nemá patřičná oprávnění, a spotřebitel má v obou těchto situacích stejná práva (Malimánková, 2013).

Nemůže-li se zákazník zájezdu zúčastnit, může podle § 2532 o. z. smlouvu postoupit. Tato skutečnost musí být doručena pořadateli nejpozději 7 dní před zahájením zájezdu a dále pak je nový i původní zákazník povinen platit pořadateli náklady vzniklé postoupením. Podle § 852f obč. zák. se také mohl zájezdu zúčastnit místo zákazníka někdo jiný, nejednalo se však o postoupení, kterým na zákazníka přechází jak práva, tak i povinnosti, ale o pouhou změnu cestovní smlouvy. I podle obč. zák. musel nový i původní zákazník uhradit náklady vzniklé se změnou. Nebyla zde ale stanovena lhůta, dokdy nejpozději o této změně musí cestovní kancelář vyrozumět (Selucká et al., 2014).

Nově v o. z. najdeme i ustanovení, kdy podle § 2524 musí zákazník před uzavřením smlouvy znát údaje o pasových, vízových a zdravotních požadavcích vč. lhůt pro jejich vyřízení. Obč. zák. tuto povinnost nezakotvoval (Svejkovský et al., 2012).

Má-li zájezd vadu, musí ji zákazník, jak je uvedeno v § 2540 o. z., vytknout bez zbytečného odkladu, nejpozději však do 1 měsíce od skončení zájezdu. Podle § 852i odst. 2 obč. zák. musel zákazník vytknout vadu bez zbytečného odkladu, nejpozději však do 3 měsíců od skončení zájezdu.

§ 2541 o. z. stanovuje, že „*ocitne-li se po zahájení zájezdu zákazník v nesnázích, poskytne mu pořadatel neprodleně pomoc*“. Na rozdíl od obč. zák., tak pomoc v nesnázích rozšiřuje na veškeré možné situace, které mohou nastat, protože podle § 852k odst. 1 musela cestovní kancelář poskytnout zákazníkovi pomoc v nesnázích, pouze způsobila-li škodu třetí osoba, která není spojena s poskytováním zájezdu, nebo způsobila-li škodu neodvratitelná událost, již nešlo zabránit (Svejkovský et al., 2012).

Další novinku přinesl § 2543 o. z., kdy se nově v o. z. objevuje termín „*újma za narušení dovolené*“, kterou si může zákazník nárokovat v případě, že byl zájezd zmařen nebo podstatně zkrácen, tedy aby zákazník měl právo i na náhradu imateriální újmy. Jako příklad lze uvést, kdy cestovní kancelář garantuje určité ubytování, ale ve skutečnosti zákazník obdrží jiné; zažívací potíže v důsledku špatně upraveného jídla atd. Všechny tyto případy vedou ke ztrátě požitku z dovolené, za což náleží zákazníkovi nárok na odškodné. I když nikde v obč. zák. nebyla uvedena



újma za narušení dovolené, zákazník si i tak mohl uplatnit svoje práva na náhradu nemajetkové újmy podle § 11 obč. zák. a násl., zejména podle § 13 odst. 2 obč. zák. Tyto žaloby ale byly často bezúspěšné, neboť v § 13 odst. 2 obč. zák. byla myšlena ochrana od neoprávněných zásahů do práva na ochranu osobnosti fyzické osoby a snížení důstojnosti fyzické osoby v důsledku těchto zásahů a s tím spojená náhrada imateriální újmy (Matzner, 2015; Selucká et al., 2014; srov. § 13 obč. zák.).

## 9.13 Obchodní podmínky

Obč. zák. úpravu obchodních podmínek upravoval jen okrajově, kdy v § 53a odst. 3 stanovoval, že musí být poskytnuty ve formě, která umožňuje archivaci a reprodukci (což o. z. označuje jako textovou podobu). Jinak byly zakotveny v obch. zák. v § 273, kde bylo stanoveno, že:

*„(1) Část obsahu smlouvy lze určit také odkazem na všeobecné obchodní podmínky vypracované odbornými nebo zájmovými organizacemi nebo odkazem na jiné obchodní podmínky, jež jsou stranám uzavírajícím smlouvu známe nebo k návrhu přiložené.*

*(2) Odchylná ujednání ve smlouvě mají přednost před zněním obchodních podmínek uvedených v odstavci 1.*

*(3) K uzavření smlouvy lze užít smluvních formulářů užívaných v obchodním styku.“*

O. z. obchodní podmínky přejímá a zpřísňuje ve prospěch ochrany spotřebitele. Velkou změnou zde je § 1752, který umožňuje jednostranně změnit obchodní podmínky, pokud si to strany ujednají. Zákon však stanovuje podmínku, že se musí jednat o smlouvy uzavírané s větším počtem osob a předmětem této smlouvy je opakované plnění stejného druhu. Musí zde být i povinnost tuto změnu oznámit a zároveň musí být druhé straně dána možnost s tím nesouhlasit a ukončit tuto smlouvu. Může se tak jednat o smlouvy o nájmu, dodávce elektrické energie, telekomunikačních službách, vedení účtu atd. Tato novinka, kterou o. z. přinesl, si ale protirečí s § 1814 písm. g), podle něhož se zakazuje, aby podnikatel jednostranně měnil svoje či spotřebitelova práva a povinnosti ve smlouvě. Na základě rozhodnutí Soudního dvora EU na to Komentář nahlíží tak, že jednostranná změna obchodních podmínek je v souladu se směrnicí o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách, „pokud jsou v obchodních podmínkách jasně a srozumitelným jazykem formulovány důvody, způsob změny a spotřebiteli je garantováno právo smluvní vztah

*ukončit*“. Ujednání mohou být ale i přesto neplatná, pokud by obsah daného ujednání o jednostranné změně obchodních podmínek mohl způsobit značné oslabení slabší smluvní strany, tedy spotřebitele (Hulmák et al., 2014, p. 168).

O. z. na ochranu spotřebitele přidává i ustanovení (§ 1753), že pokud obsah obchodních podmínek neodpovídá tomu, co mohla druhá strana rozumně očekávat, nepřihlíží se k těmto ustanovením. Přičemž se zde přihlíží jak k formální stránce, např. velikosti písma, tak i ke způsobu vyjádření obsahu textu (Pelikánová, Pelikán et al., 2014).

Dále pak § 1827 odst. 2 o. z. stanovuje *„uzavírá-li se smlouva za použití elektronických prostředků, poskytne podnikatel spotřebiteli v textové podobě kromě znění smlouvy i znění všeobecných obchodních podmínek“*. Otázkou však zůstává, zda pro splnění této podmínky postačí pouhý hypertextový odkaz na všeobecné obchodní podmínky, protože § 1819 o. z. stanovuje, že *„textová podoba je zachována, jsou-li údaje poskytnuty takovým způsobem, že je lze uchovat a opakovaně zobrazovat“*. O. z. jako takový toto nevymezuje a Hulmák et al. (2014; p. 539) v Komentáři k § 1827 odst. 2 o. z. udává, že *„Pouhé zpřístupnění informací uvedených v tomto ustanovení jen prostřednictvím hypertextového odkazu na internetové stránky nesplňuje požadavky poskytnutí. Informace jsou poskytnuty pouze v případě, kdy v rámci postupu předání informací není nezbytné, aby jejich příjemce musel cokoli činit. Naproti tomu v případě zaslání hypertextového odkazu spotřebiteli musí tento spotřebitel konat, aby se obeznámil s dotčenými informacemi, a každopádně musí na tento hypertextový odkaz kliknout.“* Je zde tedy jasné, že podle Hulmáka hypertextový odkaz nestačí, aby byl spotřebitel seznámen s všeobecnými obchodními podmínkami. Přesto ale autoři v tomto nejsou jednotní, např. Bezouška & Piechowiczová (2013) uvádí, že k obeznámení se s obchodními podmínkami postačí jejich připojení ke smlouvě formou hypertextového odkazu.

## **9.14 Závěrečné shrnutí změn vč. námětů de lege ferenda**

Úprava, která předcházela o. z., tedy úprava podle obč. zák. a obch. zák., se v řadě ustanoveních neshodovala, či se dokonce vzájemně vylučovala. O. z. tyto nedostatky odstraňuje, úpravu sjednocuje a kompletuje převážnou část soukromoprávních vztahů do jednoho zákona v rámci rekonstrukce soukromého práva.

Mimo jiné v o. z. nastaly velké změny i v ochraně slabší smluvní strany, zejména pak spotřebitele. Větší ochranu spotřebitele zajišťuje o. z. rozšířením informační povinnosti vůči kupujícím a spotřebitelům, rozšiřuje možnosti, kdy může spotřebitel odstoupit od smlouvy (např. je-li smlouva uzavřená v obchodních prostorách podnikatele po tom, co byl spotřebitel osloven mimo tyto prostory), objemné zboží si musí podnikatel vyzvednout sám na své náklady u spotřebitele doma, nečitelný a nesrozumitelný text ve smlouvách a obchodních podmínkách je považován za neplatný apod.

Přesto, že o. z. chrání zejména spotřebitele, můžeme zde nalézt i ustanovení ve prospěch prodejce (podnikatele). Např. že nemusí vracet peníze, dokud neobdrží vrácené zboží, či že pokud dojde při reklamaci k výměně zboží za nové, nezačne již běžet nová 24měsíční záruční lhůta, jak tomu bylo v obč. zák., ale bude platit stále lhůta původní, tedy od data, kdy spotřebitel zboží převzal prvně.

Do návrhů de lege ferenda bych dala vyjasnění nesrovnalostí, které vznikají při výkladu zákona. Např. u obchodních podmínek, kdy se autoři rozcházejí, zda je hypertextový odkaz dostačující pro seznámení se s obchodními podmínkami, přestože v praxi se tomu tak běžně děje. Spotřebitel při uzavírání smlouvy prostřednictvím elektronických prostředků potvrzuje, že souhlasí s obchodními podmínkami prostřednictvím „zatrnutí fajfky“ u daného hypertextového odkazu. Podle mého názoru by v o. z. mělo být uvedeno, že při uzavírání smlouvy elektronickými prostředky musí spotřebitel obdržet obchodní podmínky jinak než pouhou formou hypertextového odkazu. Nejjednodušší by bylo zasílat obchodní podmínky platné při uzavírání smlouvy spotřebiteli vždy na e-mail, a to buď formou přílohy, nebo jako samotný text e-mailu. Důvod je zde zcela zřejmý – daný hypertextový odkaz nemusí být trvalý a může přestat fungovat, nebo může fungovat, ale budeme odkázáni na aktuální obchodní podmínky daného prodejce místo těch, které byly platné v době uzavření smlouvy. Může se také stát, že prodejce ukončí svoji činnost a s tím i svoje webové stránky a my bychom ztratili možnost se k obchodním podmínkám dostat. Domnívám se tedy, že je mnohem rozumnější zasílat obchodní podmínky spotřebiteli elektronickou poštou, aby se tomuto zamezilo.

Další nesrovnalosti nalezneme v o. z. např. u smluvní pokuty, kde není zcela jasné, zda ve spotřebitelských smlouvách musí být forma nadále písemná, či nikoliv. Důkazem jsou slova v Komentáři, kde Lasák et al. (2014, p. 1286) stanovuje, že „*limitem mohou*

*být ustanovení o spotřebitelských či adhezních smlouvách*“. Právě slovo „mohou“ vyjadřuje značnou dávku nejistoty. Nicméně si myslím, že v rámci budoucích novel pravděpodobně k odstranění těchto nedostatků dojde, a já osobně se přikláním k tomu, aby v rámci ochrany spotřebitele byla u spotřebitelských smluv smluvní pokuta vždy a pouze jediné písemná.

Za důležitý námět *de lege ferenda* považuji změnu, co se týče identifikovatelnosti smluvních stran u kupní smlouvy. Byť se o tom zde v komparaci nezmiňuji, myslím si, že zákon by měl obsahovat povinné náležitosti, jak identifikovat smluvní strany. Podle Komentáře nejsou pro označení stran žádné zvláštní požadavky, stačí pouze, aby byly strany identifikovatelné, tedy zde stačí jakékoliv (i nepřímé) označení. V praxi tak dochází k tomu, že u kupních smluv (např. u těch uzavřených na předváděcích akcích) dává kupující do identifikace prodávajícího pouze razítko bez jakéhokoliv podpisu, přičemž na razítku jsou pouze údaje o dané obchodní společnosti, nikoliv jméno a příjmení, případně další údaje o osobě prodávajícího. Toto sice není v rozporu se zákonem, protože na razítku je uvedená obchodní firma, pod níž je prodávající zapsán v obchodním rejstříku, ale myslím si, že takto by to nemělo být. Zavedla bych povinnost, aby zejména na smlouvách uzavřených mimo obchodní prostory bylo povinné uvádět konkrétní jméno člověka (prodávajícího), který se spotřebitelem smlouvu uzavřel, vč. jeho podpisu. Pokud by pak kupující chtěl uplatnit svoje právo na odstoupení od smlouvy nebo práva z vadného plnění a daná obchodní společnost by nereagovala (např. protože na smlouvě uváděla klamavé sídlo; zkrachovala apod.), ručil by za veškeré závazky obchodní společnosti právě tento prodávající, který by měl možnost pojistit se pro případ, že obchodní společnost nebude schopna dostát svým závazkům. Dá se tedy očekávat, že by klamavých prodejců („šmejdů“) ubylo, protože jednak pojišťovna by si řádně svého klienta prověřila a protože nikdo by nechtěl dělat prodávajícího u „pochybné“ obchodní společnosti, když by musel ručit za její závazky. Faktem je i to, že drtivá většina obchodních společností, které pořádají předváděcí akce, jsou obchodní společnosti s ručením omezeným, což jsou obchodní společnosti, kde za závazky ručí společníci pouze omezeně (Tichý at al., 2014).

## 10 Klamání spotřebitele na předváděcí akci

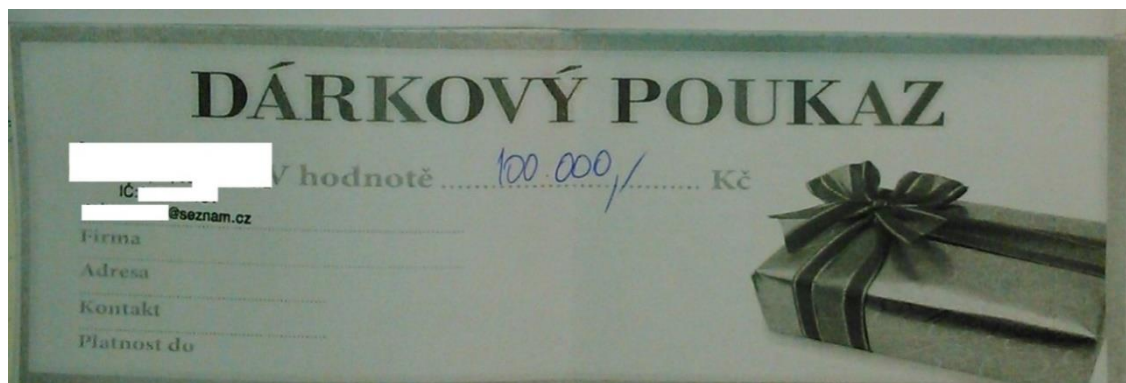
V této části bakalářské práce bych chtěla ukázat reálný příklad klamání spotřebitele. Jedná se o předváděcí akci, která proběhla 2. 11. 2015 a z níž se mi podařilo získat tyto materiály. Pro zachování anonymity zde budu používat pouze termíny „obchodní společnost“, resp. „prodávající“ a „senior“ a neuvedu zde město, kde tato akce proběhla.

Tato obchodní společnost informovala o své předváděcí akci skrze pozvánky, které byly neadresně zaslány do schránek obyvatelům města a blízkého okolí, kde tato akce proběhla. Na pozvánce bylo uvedeno, že se zde bude pořádat soutěž o 100 000 Kč a zároveň předávat i další výhry, bude následovat poděkování sponzorům a proběhne krátká prezentace výrobků těchto sponzorů.

Předváděcí akce trvala 2 hodiny, proběhla v prostorách restaurace a ve skutečnosti se zde jednalo o typickou předváděcí akci, na níž byly použity nekalé obchodní praktiky a na níž bylo prodáváno zboží za neúměrně vysoké ceny.

Pro účely této práce zde uvedu příklad jednoho oklamaného seniora. Tento senior se stejně jako další seniori nevědomky zúčastnil předváděcí akce. Zde mu byla slíbena výhra 100 000 Kč a to rovnou 2krát (tedy 200 000 Kč), dostal tedy 2 totožné dárkové poukazy – viz obrázek 1.

**Obrázek 1: Dárkový poukaz**



*Zdroj: vlastní*

Podmínkou pro vyplacení výhry ale bylo zaplacení částky 10 000 Kč (5 000 Kč za každý poukaz) s tím, že seniorovi bude výhra doručena do následujících 48 hodin. Tato praktika patří mezi agresivní obchodní praktiky, protože jak je uvedeno v příloze 2 písm. h) ZoOSP „prodávající vytváří klamný dojem, že spotřebitel vyhrál

nebo vyhraje, popřípadě že vyhraje cenu nebo jinou výhru, pokud bude jednat určitým způsobem, ačkoli ve skutečnosti žádná taková cena ani obdobná výhra neexistuje nebo pro získání ceny nebo jiné obdobné výhry musí spotřebitel vynaložit finanční prostředky nebo mu vznikají výdaje“.

Každý senior, který něco vyhraje, se zpravidla cítí zavázaný, má pocit, že prodávajícímu něco dluží, a nejinak tomu bylo i v tomto případě. Senior pak kromě zmíněných 10 000 Kč totiž zaplatil i dalších 35 000 Kč za kupní smlouvu, kterou zde uzavřel, konkrétně za nádobí a parní čistič. Navíc protože tyto peníze neměl senior u sebe, pořadatelé z obchodní společnosti neváhali a ochotně jeli se seniorem až domů, aby jim mohl dané částky zaplatit.

K nakoupenému zboží dostal senior záruční list – 2 totožné záruční listy - viz obrázek 2. Ani na jednom z nich není ani zmínka o nakoupeném parním čističi.

#### Obrázek 2: Záruční list

**ZÁRUČNÍ LIST**

Název zboží: Pekáč CERAMO, Pánev CERAMO, keramická škrabka, titan. keramický nůž

Typové označení: KHL, CHL, ŠK, NU (5let)

Datum prodeje: 2.11.2015

Podpis prodejce: \_\_\_\_\_

IČ: \_\_\_\_\_  
@seznam.cz

5.000

**ZAPLACENO  
V HOTOVOSTI**

Záruční list je průkazem práv spotřebitele na bezplatné odstranění poruchy, které vznikly v průběhu záruční doby vadou výrobku, nebo chybou materiálu. Je součástí produktu příslušného typového označení a jeho příslušenství.

**ZÁRUČNÍ PODMÍNKY:**  
Při každé reklamaci je nutné předložit správně vyplněný záruční list. V průběhu záruky, organizace vymění výrobek za nový v případě poruchy výrobku způsobené výrobními poruchami, nebo špatným materiálem.

Záruka se nevztahuje na závady způsobené vnějšími vlivy jako:

- Svévolné zásahy do výrobku
- Připojení na nesprávné síťové napětí, nebo nedovolené zdroje
- Poškození výrobku, které zapříčinila neodvratitelnou událost (živelná pohroma, požár apod.)
- Nesprávné zacházení

**VE VLASTNÍM ZÁJMU PEČLIVĚ USCHOVEJTE**

Zdroj: vlastní

Na této fotografii můžeme, kromě gramatických chyb, vidět ukázkový příklad porušení zákona. Podle § 13 ZoOSP „je prodávající povinen řádně informovat

o rozsahu, podmínkách a způsobu uplatnění práva z vadného plnění (reklamaci) spolu s údaji o tom, kde lze reklamaci uplatnit“, což zde rozhodně není splněno.

Zboží, které je na záručním listu uvedeno, není řádně označeno, protože např. keramická škrabka je velmi široký pojem a těžko se poté dokazuje, že jsme daný výrobek u prodávajícího opravdu koupili.

Prodávající si zde klade nepřiměřené podmínky, např. že kupující musí při reklamaci předložit správně vyplněný záruční list. Pravdou však je to, že proto, aby si spotřebitel uplatnil svoje práva z vadného plnění, nepotřebuje vůbec záruční list, natožpak správně vyplněný. Jako důkaz o koupi postačí i pouhá účtenka, dodací list apod., a dokonce i pouhé svědectví (Vítová, 2016).

Prodávající zde i uvádí, že dané zboží v případě poruchy vymění za nové, ale podle § 2106 a násl. o. z. má spotřebitel mnohem více práv než pouhou výměnu. Jedná-li se o podstatné porušení smlouvy, má nárok také na opravu, slevu a odstoupení od smlouvy. Při nepodstatném porušení smlouvy má pak nárok na odstranění vady, nebo slevu (srov. § 2106 a 2107, o. z.).

Dále zde příkládám kupní smlouvu, kterou senior na předváděcí akci uzavřel. Pro lepší čitelnost jsem vytvořila totožnou smlouvu, jejíž fotky jsou zde v praktické části. Originální fotografie jsou na konci bakalářské práce v kapitole V. Přílohy.

**Obrázek 3: Kupní smlouva - smluvní strany**

**KUPNÍ SMLOUVA H/HC**

tým č.: \_\_\_\_\_ číslo smlouvy:

IČ: Zapsáno u: Email: @seznam.cz Tel.: Otevírací doba:	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%; padding: 5px;"><b>KUPUJÍCÍ:</b> jméno a příjmení:</td> <td style="width: 30%; padding: 5px;">datum narození:</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">ulice a čp.:</td> <td style="padding: 5px;">telefon:</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">PSČ:                      město:                      okres:</td> <td style="padding: 5px;">OP číslo:</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Orientační bod v místě bydliště:</td> <td style="padding: 5px;"></td> </tr> </table>	<b>KUPUJÍCÍ:</b> jméno a příjmení:	datum narození:	ulice a čp.:	telefon:	PSČ:                      město:                      okres:	OP číslo:	Orientační bod v místě bydliště:	
<b>KUPUJÍCÍ:</b> jméno a příjmení:	datum narození:								
ulice a čp.:	telefon:								
PSČ:                      město:                      okres:	OP číslo:								
Orientační bod v místě bydliště:									

*Zdroj: vlastní*

Na této fotografii můžeme vidět, že v záhlaví kupní smlouvy je uvedeno číslo smlouvy a dále pak jsou zde uvedeny smluvní strany – prodávající a kupující. Obchodní společnost zde uvedla pouze své „údajné“ sídlo bez možnosti zjistit, s kým konkrétně spotřebitel smlouvu uzavřel, telefon a e-mailovou adresu. Otevírací dobu uváděla pouze 1 den v týdnu a to pouhé 3 hodiny.

#### Obrázek 4: Kupní smlouva - předmět smlouvy

Prodávající na základě této smlouvy prodává kupujícímu níže uvedené zboží:

Předmět smlouvy:	zkratka	kusů	dodáno	cena celkem
PARNÍ SYSTÉM	PC 2	1	ano <input checked="" type="checkbox"/> ne <input type="checkbox"/>	
NADOBÍ		1	ano <input checked="" type="checkbox"/> ne <input type="checkbox"/>	
V.I.P		100 000,-	ano <input checked="" type="checkbox"/> ne <input type="checkbox"/>	
			ano <input type="checkbox"/> ne <input type="checkbox"/>	
			ano <input type="checkbox"/> ne <input type="checkbox"/>	
			ano <input type="checkbox"/> ne <input type="checkbox"/>	
(dále jen „zboží“)			<b>celkem:</b>	35 000,-

\*Klientská karta č.  Vydána  .....  
podpis

Zdroj: vlastní

Předmětem smlouvy byl již zmíněný parní systém a nádobí. Obchodní společnost zde dále uvedla i položku „V.I.P“, kde je uvedeno 100 000,- ks. Tato nicneříkající položka měla seniorovi sdělit, že obdrží slíbených 100 000 Kč (slíbených měl ale 200 000 Kč).

Dále, jak můžeme vidět na fotografii, je zde uvedena pouze cena celkem. Jak je ale uvedeno v § 1811 o. z., prodávající musí poskytnout informaci o ceně vč. všech daní a poplatků. Rovněž Tichý a kol. (2014) v Komentáři uvádí, že do informace o ceně patří uvedení i částky DPH (i případných jiných poplatků), což zde prodávající nesplnil. Nejsou zde uvedeny ani ceny za jednotlivé zboží, nýbrž cena souhrnná. Pokud by se tak např. senior rozhodnul odstoupit od kupní smlouvy ve lhůtě 14 dnů pouze částečně (tzn. např. nechat si parní čistič a vrátit pouze nádobí, nebo naopak), tak se zde vůbec nedozví, kolik peněz mu má prodávající vrátit.

Tichý a kol. (2014, p. 730) uvádí, že „*předmět koupě je třeba v kupní smlouvě specifikovat způsobem, který umožní jeho náležitou identifikaci*“. Zde můžeme vidět, že prodávající používá pouze všeobecná označení, kterými nelze dané zboží identifikovat, a nikoliv konkrétní typ, označení výrobce apod., tedy je zde obdobný problém jako u výše zmíněného záručního listu. Toho lze velmi snadno zneužít, neboť kupující pak má velmi omezenou schopnost dokázat, že dané zboží je opravdu to, co koupil. Zajímavé je i to, že na záručním listě je uvedeno, že kupující si koupil pekáč, pánev, škrabku a nůž, ale zde na kupní smlouvě je uveden pouze 1 ks pod souhrnným názvem nádobí.



Dále zde můžeme vidět, že seniorovi byla údajně vydána klientská karta, což vedlo opět ke vzbuzení důvěry, že senior obdrží slíbených 200 000 Kč, ale i zde byl senior samozřejmě uveden v omyl.

Další částí kupní smlouvy byly dodací podmínky – viz obrázek 5. Zde je uvedeno, že zboží bylo kupujícímu dodáno při podpisu smlouvy. Až na zmíněných „100 000,- ks V.I.P“ nebo slíbených 200 000 Kč byla tato povinnost prodávajícího splněna.

#### Obrázek 5: Kupní smlouva - dodací podmínky

<b>DODACÍ PODMÍNKY:</b> zboží bude kupujícím dodáno/dovezeno:			
při podpisu smlouvy	<input checked="" type="checkbox"/>	pozn: .....	
do místa bydliště kupujícího	<input type="checkbox"/>	termín dodání dne: .....	pozn.: .....
<small>(do 14 dnů ode dne podpisu smlouvy na základě předchozího telef. oznámení kupujícím. Ten se zavazuje sjednaný termín dodržet)</small>			

Zdroj: vlastní

Poté následovalo určení způsobu úhrady kupní ceny – viz obrázek 6. Zde se kupní strany dohodly na platbě v hotovosti v celkové kupní ceně 35 000 Kč (jak jsem již výše zmínila, prodávající zajel pro peníze se seniorem domů). Co je zde ale opravdu zarážející, je to, že i když byla smlouva uzavřena 2. 11. 2015, tedy téměř 2 roky po nabytí účinnosti o. z., prodávající zde stále odkazuje na předchozí obč. zák., konkrétně zde odkazuje na § 517 obč. zák., který se týká prodlení dlužníka. Ve smlouvě je uvedeno, že „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 obč. zák. ve výši stanovené obč. zák.“. V § 517 obč. zák. se kupující např. v odst. 2 dozvídá, že „Jde-li o prodlení s plněním peněžitého dluhu, má věřitel právo požadovat od dlužníka vedle plnění úroky z prodlení, není-li podle tohoto zákona povinen platit poplatek z prodlení; výši úroků z prodlení a poplatku z prodlení stanoví prováděcí předpis“. Protože v době uzavření smlouvy byl ale již téměř 2 roky účinný o. z., měl zde prodávající odkazovat na § 1968 a násl. o. z., např. § 1970 o. z., který svým obsahem odpovídá zmíněnému § 517 odst. 2 obč. zák. Je zde tedy patrné, že prodávající využíval k prodeji formulářové smlouvy, které nikterak nepřizpůsoboval platné legislativě.

**Obrázek 6: Způsob úhrady kupní ceny - hotově**

<b>H O T O V Ě</b>	<b>ZPŮSOB ÚHRADY KUPNÍ CENY (Prodávající prodává kupujícímu zboží za těchto platebních podmínek):</b>	
	celková kupní cena zboží:	.....35 000,-.....- Kč
	z toho uhrazeno v hotovosti při podpisu smlouvy:	.....- Kč
	zbývající částka k doplacení:	.....- Kč
	Celková kupní cena je již cenou konečnou, včetně DPH.	
	<b>KUPUJÍCÍ JE POVINEN DOPLATIT KUPNÍ CENU:</b>	
	Prodávajícímu hotově	<input checked="" type="checkbox"/> při dodání zboží
	Prodávajícímu hotově	<input type="checkbox"/> v místě bydliště kupujícího do 14 dnů ode dne podpisu smlouvy na základě předchozího telefonického oznámení kupujícímu
	poštovní poukázkou	<input type="checkbox"/> na adresu prodávajícího do 14 dnů ode dne podpisu smlouvy
	převodem na účet	<input type="checkbox"/> 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.		

Zdroj: vlastní

Pod možností platby hotově byla možnost koupě zboží na splátky – viz obrázek 7. Tato možnost však nebyla smluvními stranami dohodnuta, proto byla přeškrtnuta.

**Obrázek 7: Způsob úhrady kupní ceny - na splátky**

<b>S P L Á T K Y</b>	<b>ZPŮSOB ÚHRADY KUPNÍ CENY (Prodávající prodává kupujícímu zboží za těchto platebních podmínek):</b>	
	celková kupní cena zboží:	.....- Kč
	z toho uhrazeno v hotovosti při podpisu smlouvy:	.....- Kč
	Zbývající částka k doplacení:	.....- Kč
	<input type="checkbox"/> 1. splátka	.....- Kč splatná k datu .....
	<input type="checkbox"/> 2. splátka	.....- Kč splatná k datu .....
	<input type="checkbox"/> 3. splátka	.....- Kč splatná k datu .....

Zdroj: vlastní

Smlouva byla zakončena klasicky datem a podpisy smluvních stran – viz obrázek 8. Kupující se zde vlastnoručně podepsal, prodávající zde uvedl razítko s identifikačními údaji jeho firmy bez jakéhokoliv podpisu či možnosti zjistit, s kým konkrétně (jmenovitě) spotřebitel smlouvu uzavřel.

**Obrázek 8: Datum a podpisy smluvních stran**

Datum uzavření smlouvy: ...2. 11. 2015....

Kupující: .....  
podpis

za prodávajícího schválil: .....

Zdroj: vlastní

Součástí kupní smlouvy byly i všeobecné obchodní podmínky. I zde nedošlo ze strany prodávajícího k úpravě VOP v souladu s o. z. a i zde nebyla zcela správná korektnost, ale pro soulad s originálními fotografiemi jsem zde chyby ponechala.

**Obrázek 9: VOP - Úvodní ustanovení**

**I. ÚVODNÍ USTANOVENÍ**

Tyto Všeobecné obchodní podmínky jsou obchodními podmínkami, kterými se stanoví zásady, za nichž dochází k prodeji zboží společnosti uvedené v záhlaví kupní smlouvy (dále prodávající) klientům (dále jen kupujícím), a to včetně podmínek, za nichž dochází k uhrazení kupní ceny kupujícím. Vlastnictví ke zboží dle této kupní smlouvy přechází na kupujícího až po úplném zaplacení kupní ceny.

*Zdroj: vlastní*

Všeobecné obchodní podmínky začínají kapitolou „Úvodní ustanovení“ (viz obrázek 9). Zde se kupující dozví podle § 445 obch. zák., že „*vlastnictví ke zboží dle této kupní smlouvy přechází na kupujícího až po úplném zaplacení kupní ceny*“. Protože ale smlouva byla uzavřena po účinnosti o. z., mělo by zde být podle § 2132 o. z. nahrazeno slovo „zboží“ za „věc“, jinak zde úprava shoduje.

**Obrázek 10: Odstoupení od smlouvy**

**II. Odstoupení od smlouvy**

Kupující může do 14 dnů od uzavření kupní smlouvy od této bez uvedení důvodu a bez sankce odstoupit. Pokud dosud nedošlo ke splnění dodávky zboží ze strany prodávajícího, může kupující od smlouvy odstoupit do jednoho měsíce. Odstoupení od smlouvy musí být odesláno do skončení lhůty pro odstoupení. Doporučujeme proto kupujícím, aby odstoupení od smlouvy, zasílali na adresu sídla společnosti, která je uvedena v záhlaví kupní smlouvy, a to doporučujeme pouze pro co nejrychlejší vyřízení.

Kupující může odstoupit od smlouvy ve 14-denní lhůtě, přičemž kupující by měl prokázat vznik závazkového vztahu s prodávajícím. Proto doporučujeme kupujícím, v případě, že se rozhodnou odstoupit od smlouvy ve 14-denní lhůtě, aby uváděli informace o čísle smlouvy, datu nákupu, čísle účtu nebo adrese pro vrácení kupní ceny. V případě zaslání zboží kupujícím neodpovídá prodávající za jeho případnou ztrátu na cestě. Dobírka nebude přijata. Při splnění všech zákonných podmínek pro vrácení zboží prodávající zašle uhrazenou část kupní ceny prokazatelně připsanou na účet prodávajícího kupujícímu složenkou nebo převodem na účet kupujícího, a to nejpozději do 14-ti kalendářních dnů od odstoupení od smlouvy.

*Zdroj: vlastní*

Dále ve VOP bylo sdělení seniorovi o jeho zákonném právu na odstoupení od smlouvy ve lhůtě 14 dnů bez udání důvodu – viz obrázek 10. Zde je uvedeno, že kupující smí odstoupit do 14 dnů od uzavření smlouvy nebo ve lhůtě 1 měsíce, nedošlo-li ke splnění dodávky zboží ze strany prodávajícího (podle § 57 obč. zák.). Podle § 1829 a násl. o. z. však kupující/spotřebitel má právo odstoupit pouze a jenom ve lhůtě 14 dnů. Zajímavé ale je, že zde prodávající stanovuje 14denní lhůtu pro vrácení peněz, což už je v souladu s o. z., neboť podle obč. zák. byla tato lhůta 30 dní.

**Obrázek 11: VOP - Financování kupní ceny - část 1**

**III. FINANCOVÁNÍ KUPNÍ CENY**

V případě, že kupující financuje nákup zboží formou spotřebitelského úvěru od finanční instituce, je povinen uhradit na účet prodávajícího akontaci/přímou platbu/platbu v hotovosti, vyplývá-li z obsahu úvěrové smlouvy, a to nejpozději při převzetí zboží kupujícím. Výše úvěru je poskytnuta dle pokynů kupujícího na účet prodávajícího. Kupující úvěr splácí přímo finanční instituci dle ustanovení úvěrové smlouvy a jeho práva a povinnosti vyplývají z úvěrových podmínek, které jsou nedílnou součástí úvěrové smlouvy.

*Zdroj: vlastní*

**Obrázek 12: VOP - Financování kupní ceny - část 2**

V případě, že kupující využije svého zákonného práva k odstoupení od kupní smlouvy, kde cena zboží je úplně nebo částečně hrazena spotřebitelským úvěrem, zaniká též smlouva o spotřebitelském úvěru. O této skutečnosti je spotřebitel povinen informovat věřitele. Peněžní prostředky, uhrazené kupujícím jako kupní cena, prodávající po započtení svých splatných i nesplatných pohledávek vůči kupujícímu, použije na úhradu úvěru kupujícího u finanční instituce. Zbylé peněžní prostředky poté budou vráceny kupujícímu. Při odstoupení od smlouvy o úvěru je kupující povinen informovat o této skutečnosti prodejce, a to bez zbytečného odkladu. Odstoupením kupujícího od úvěrové smlouvy nezaniká jeho povinnost uhradit kupní cenu či její neuhrazenou část. Tyto je kupující povinen uhradit jednorázovou platbou v měsíci následujícím po měsíci, kdy došlo k faktickému převzetí zboží kupujícím, a to na účet prodávajícího, číslo účtu je uvedené na kupní smlouvě pod adresou společnosti, s uvedením správného variabilního symbolu s platností ustanovení odstavce III.

*Zdroj: vlastní*

Prodávající ve VOP informuje kupujícího i o možnosti financování kupní ceny prostřednictvím úvěru – viz obrázek 11 a 12. Tato úprava vychází z § 1816 o. z. a dále pak ze zákona č. 145/2010 Sb., o spotřebitelském úvěru. V době uzavření

smlouvy byl tento zákon č. 145/2010 Sb., o spotřebitelském úvěru, účinný, nyní by se již tato úprava musela řídit novým ZoSPÚV, zde by se ale nic nezměnilo.

Kupující je tedy informován o tom, že financuje-li kupní cenu prostřednictvím úvěru a odstoupí-li od kupní smlouvy, zaniká tím i smlouva o spotřebitelském úvěru. Jedná se o tzv. smlouvu o vázaném spotřebitelském úvěru, např. v § 14 odst. 3 zák. č. 145/2010 Sb., o spotřebitelském úvěru se spotřebitel dozvídá i to, že *„Jestliže byla smlouva o koupi zboží uzavřena mimo prostory obvyklé k podnikání nebo při použití prostředků komunikace na dálku a spotřebitel zboží vrátil prodávajícímu, není spotřebitel povinen vrátit věřiteli poskytnuté peněžní prostředky dříve, než mu bude prodávajícím vrácena kupní cena“*. I tato úprava je v novém ZoSPÚV.

Poslední součástí VOP byla „závěrečná ustanovení“. V závěrečných ustanoveních se kupující dozvídá, že poruší-li svoje povinnosti, musí prodávajícímu uhradit smluvní pokutu ve výši 500 Kč – viz obrázek 13.

#### **Obrázek 13: VOP - Závěrečná ustanovení - část 1**

##### **IV. ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ**

Pro případ, že kupující nedostojí svým povinnostem dle uzavřené kupní smlouvy, náleží prodávajícímu smluvní pokuta ve výši 500,- Kč za každé jednotlivé porušení. Ujednání předchozí věty se nevztahuje na případy, kdy některá ze smluvních stran využije svého zákonného práva a odstoupí od smlouvy.

*Zdroj: vlastní*

Protože prodávající velice rádi zahrnují údaje o smluvní pokutě do VOP a spoléhají na to, že spotřebitel si je nepřečte, ale pouze podepíše, vyjádřil se Ústavní soud k tomu následovně: *„V rámci spotřebitelských smluv ujednání zakládající smluvní pokutu zásadně nemohou být součástí tzv. všeobecných obchodních podmínek, nýbrž toliko spotřebitelské smlouvy samotné (listiny, na niž spotřebitel připojuje svůj podpis)“*. I u VOP platí zásada poctivosti a platí pro ně nejen formální omezení (např. velikost písma), ale i obsahová omezení (tedy nemohou obsahovat pro spotřebitele nevýhodná ustanovení) ((US) I. US 3512/11 – 1).

Dále pak je zde kupující informován o svém právu z vadného plnění – viz obrázek 14. Zde odkazuje prodávající již správně – na o. z., nikoliv obč. zák. Podle mě by se zde měl ale prodávající vyvarovat dřívější terminologii používané v obč. zák. – tedy pojům „záruka“ a „záruční doba“, neboť tyto pojmy

najdeme v o. z. pouze v souvislosti se zárukou za jakost – viz kap. 9. 8 „Práva z odpovědnosti za vady – záruka, reklamace“ a mohlo by to tak být pro spotřebitele matoucí.

#### **Obrázek 14: VOP - Závěrečná ustanovení - část 2**

Práva vyplývající z ust. § 2099 a násl. občanského zákoníku, resp. práva z odpovědnosti za vady lze uplatňovat u prodávajícího v místě provozovny. V souladu s příslušnými ustanoveními zákona o ochraně spotřebitele doporučujeme kupujícím, aby uplatňoval svá práva v provozovně na adrese, která je uvedena na přední straně této smlouvy a to v záhlaví, kde je přítomen pracovník pověřený vyřizovat reklamace. Poskytování záruky, délky záruční doby a další související otázky se řídí příslušnými ustanoveními občanského zákoníku, zákona o ochraně spotřebitele a dalšími obecně závaznými právními předpisy. Záruční podmínky, informace o záruce, o záručním servisu, jsou obsaženy v záručním listu, který je předán kupujícímu při dodání objednaného zboží.

*Zdroj: vlastní*

Poté prodávající kupujícího informoval o tom, že změní-li kupující svoji adresu, musí o této skutečnosti prodávajícího informovat nejpozději do 10 dnů, aby nedošlo k tomu, že bude zboží doručovat na jinou adresu – viz obrázek 15. Zde na této předváděcí akci ale toto ujednání nebylo potřeba, neboť zboží bylo kupujícímu doručeno ihned. Kupující je i informován o tom, že kupní smlouva byla vyhotovena ve 3 stejnopisech, přičemž následně si v další větě prodávající protičeří, neboť zde uvádí stejnopisy 4.

#### **Obrázek 15: VOP - Závěrečná ustanovení - část 3**

V případě, že kupující nesdělí prodávajícímu změnu doručovací adresy, a to nejpozději do 10 dnů od takové změny a prodávající vynaloží náklady na pokus o doručení zboží na adresu jinou, bude kupující povinen tyto náklady uhradit. Kupní smlouva je vypracována ve třech stejnopisech, z nichž jedno vyhotovení si ponechá kupující a tři vyhotovení obdrží prodávající.

*Zdroj: vlastní*

Další součástí VOP bylo i informování kupujícího o tom, že dává svůj souhlas se zpracováním osobních údajů a o tom, jak s těmito údaji bude nakládáno – viz obrázek 16. Domnívá-li se kupující, že jeho údaje jsou zpracovány v rozporu s ochranou jeho soukromého a osobního života, dozvídá se zde i možnosti svojí obrany.

#### Obrázek 16: VOP - Závěrečná ustanovení - část 4

Kupující prohlašuje, že byl ve smyslu § 11 zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, poučen o tom, že poskytnutí osobních údajů je dobrovolné, a že poskytnuté údaje budou zpracovány za účelem splnění zákonných povinností správce, jednání o smluvních vztazích s kupujícími jakožto subjektem údajů, plnění povinnosti z uzavřených smluv, pro archivační a analytické účely správce, pro marketingové a obchodní účely správce a pro informování a nabídku dalších služeb správce nebo jeho obchodních partnerů. Kupující současně dává prodávajícímu souhlas se zpracováním svých osobních údajů tak, jak je uvedeno výše. Tento souhlas je dán na dobu neurčitou. Každý subjekt údajů, který zjistí nebo se domnívá, že správce nebo zpracovatel provádí zpracování jeho osobních údajů, které je v rozporu s ochranou soukromého a osobního života subjektu údajů nebo v rozporu se zákonem, zejména jsou-li osobní údaje nepřesné s ohledem na účel jejich zpracování, může: a) požádat správce nebo zpracovatele o vysvětlení, b) požadovat, aby správce nebo zpracovatel odstranil takto vzniklý stav. Zejména se může jednat o blokování, provedení opravy, doplnění nebo likvidaci osobních údajů. Je-li žádost subjektu údajů podle předchozí věty shledána oprávněnou, správce nebo zpracovatel odstraní neprodleně závadný stav. Nevyhoví-li správce nebo zpracovatel žádosti subjektu údajů, má subjekt údajů právo obrátit se přímo na Úřad. Postup podle předchozí věty nevylučuje, aby se subjekt údajů obrátil se svým předmětem na Úřad přímo. Správce je povinen bez zbytečného odkladu informovat příjemce o žádosti subjektu údajů podle věty první tohoto odstavce a o blokování, opravě, doplnění nebo likvidaci osobních údajů. To neplatí, pokud je informování příjemce nemožné nebo vyžadovalo neúměrné úsilí.

*Zdroj: vlastní*

V posledních třech odstavcích – viz obrázek 17 – se kupující dozvídá, že může kdykoliv svůj souhlas se zpracováním osobních údajů ukončit, dále pak, že jeho osobní údaje budou předány i třetím osobám a v neposlední řadě zde prodávající uvádí, že je podpis kupujícího zcela dobrovolný a bez jakéhokoliv nátlaku. Tímto samozřejmě chce prodávající bránit sám sebe proti případným rozporům, když by kupující namítal, že smlouvu podepsal v důsledku hrozby, nátlaku apod.

### Obrázek 17: VOP - Závěrečná ustanovení - část 5

Kupující současně prohlašuje, že byl seznámen s právem svůj souhlas se zpracováním osobních údajů kdykoliv odvolat.

Kupující také tímto dává prodávajícímu svůj souhlas s přiřazením dalších osobních údajů, které byly získány legálním způsobem, k osobním údajům získaným z této kupní smlouvy. Současně kupující dává prodávajícímu souhlas poskytováním osobních údajů třetím osobám, avšak pouze za účelem nabízení obchodu a služeb v souvislosti s obchodní činností prodávajícího.

Svým podpisem na kupní smlouvě potvrzuje kupující svůj souhlas s cenou zboží, Všeobecnými obchodními podmínkami a prohlašuje, že mu byl dán dostatečný čas a prostor pro seznámení se se zbožím, uplatnění svého práva dotazu ohledně tohoto zboží a prostudování textu kupní smlouvy, že byl řádně seznámen a poučen o vlastnostech prodávajícího zboží, a že kupní smlouvu podepisuje dobrovolně a nikoliv v tísní.

\_\_\_\_\_  
Podpis kupujícího

*Zdroj: vlastní*

Senior, o kterém ve své práci píše, brzy po ukončení předváděcí akce zjistil, že byl uveden v omyl, a rozhodnul se využít svého zákonného práva na odstoupení od smlouvy. Bohužel ale jeho doručení o odstoupení nebylo doručeno, neboť obchodní společnost uváděla pouze fiktivní sídlo, a vrátilo se mu zpět. Tímto pro daného seniora tato událost skončila, protože neměl sílu ani chuť se s danou obchodní společností soudit, protože tak jako tak by s nejvyšší pravděpodobností od obchodní společnosti stejně žádné peníze nevysoudil. Stejně jako tento senior se zachová i převážná část seniorů, ale alespoň si většina z nich odnese celoživotní ponaučení – nechodit na žádné předváděcí akce. Bohužel ale ne vždy seniori dopředu vědí, že vůbec jdou na předváděcí akci, a když už to zjistí a chtějí třeba prostory akce opustit, je jim v tom často bráněno. Jediná šance v tomto případě je zavolat telefonem policii, je-li to možné.

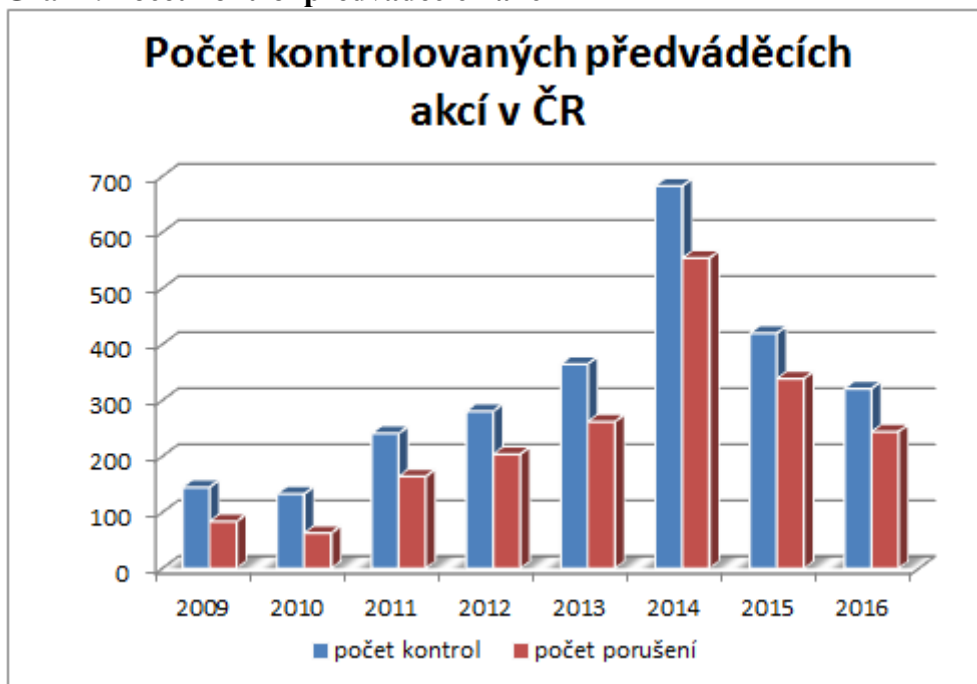
Seniori zpravidla vůbec nechodí na předváděcí akce za účelem koupě, ale za účelem pobavit se. Průzkumy ukazují, že 43 % seniorů udává jako důvod návštěvy předváděcí akce výlet, 16 % společnost vrstevníků a 10 % seznámení s moderními technologiemi. Za účelem nakupovat jezdí pouhých 0,53 % seniorů, přesto v konečném důsledku udělá nákup 72 % z nich (Mazalová & Vingárková, 2016).



## 11 Předváděcí akce v číslech

V této části bakalářské práce jsou uvedeny výsledky z kontrol předváděcích akcí, které na svých internetových stránkách pravidelně zveřejňuje ČOI.

**Graf 1: Počet kontrol předváděcích akcí**



*Zdroj: vlastní zpracování dle výročních zpráv ČOI 2009 – 2015 a Závěrečné zprávy ČOI 2016 „Organizátoři předváděček nadále obcházejí zákon“*

Na Grafu 1 můžeme vidět, že od roku 2010 do roku 2014 počet kontrolovaných předváděcích akcí v rámci ČR rostl a v posledních dvou letech klesá. Jednotlivá čísla pro dané kontroly podrobněji vyobrazuje Tabulka 1.

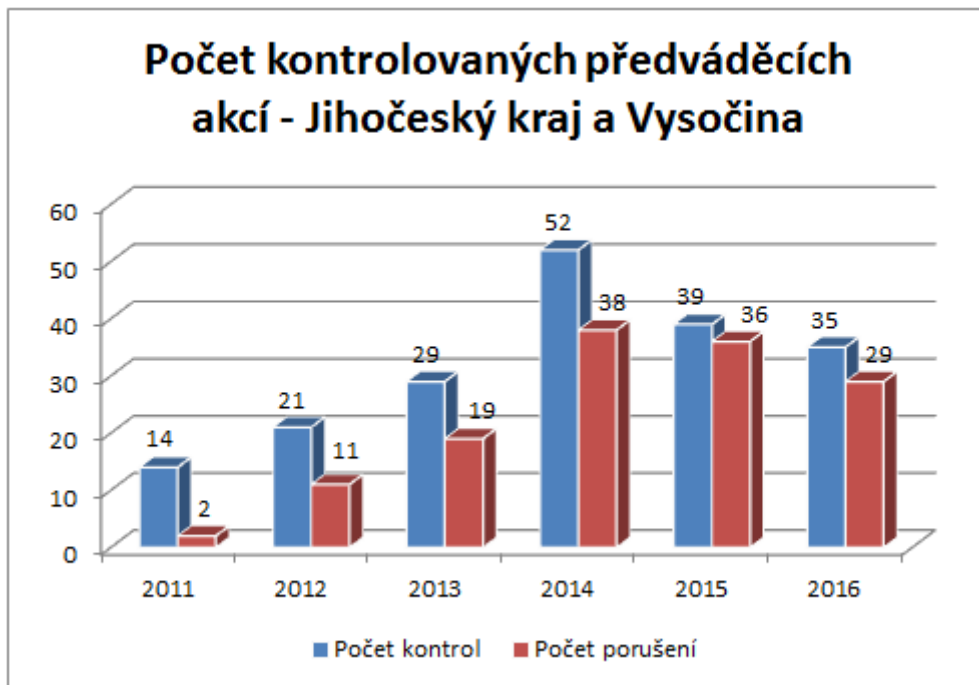
**Tabulka 1: Tabulka počtu kontrol**

Rok	Počet kontrol	Z toho porušeno	Porušení v %
2009	145	84	58
2010	133	63	47
2011	241	164	68
2012	281	204	73
2013	365	262	72
2014	683	554	81
2015	420	339	81
2016	321	244	76

*Zdroj: vlastní zpracování dle výročních zpráv ČOI 2009 – 2015 a Závěrečné zprávy ČOI 2016 „Organizátoři předváděček nadále obcházejí zákon“*

Z tabulky č. 1 je patrné, že z celkového počtu kontrol je zaznamenáno porušení zákona, až na rok 2010, vždy nad 50 % a v posledních 3 letech dokonce nad 75 %. V roce 2016 bylo provedeno méně kontrol než v roce 2015, a i přesto, že došlo k výrazným změnám v ZoOSP, zaznamenala ČOI na většině z těchto akcí pochybení, a to v celých 76 % případů z celkového počtu 321 kontrol, což je o pouhých 5 % méně než v roce 2015. Nejvíce zjištěných pochybení ČOI zaznamenala v letech 2014 a 2015, a to v 81 % případů z celkového počtu kontrol. Největší počet kontrol proběhl za posledních 9 let v roce 2014, kdy bylo zkontrolováno celkem 683 předváděcích akcí. Důvodem tohoto obrovského nárůstu v porovnání s počtem kontrol v roce 2013 byla novela ZoOSP, která v roce 2014 proběhla. Tato novela s účinností od 15. ledna 2014 stanovila povinnost pořadatelům předváděcích akcí informovat ČOI o konání dané předváděcí akce. Celkem tak bylo v roce 2014 ČOI oznámeno více než 27 600 předváděcích akcí pořádaných 66 pořadateli (Výroční zprávy ČOI 2009 – 2015; Závěrečná zpráva ČOI - Organizátoři předváděček nadále obcházejí zákon, 2017; Závěrečná zpráva ČOI – Pokuty pořadatelům předváděcích akcí přes 29 milionů, 2015).

**Graf 2: Počet kontrol předváděcích akcí v Jihočeském kraji a na Vysočině**



*Zdroj: vlastní zpracování dle výročních zpráv ČOI 2011 – 2015 a Závěrečné zprávy ČOI 2016 „Organizátoři předváděček nadále obcházejí zákon“*

Počty kontrol předváděcích akcí provedených v Jihočeském kraji a na Vysočině jsou zobrazeny na Grafu 2. Nejvíce kontrol zde proběhlo v roce 2014 – celkem 52. Nejméně pochybení z celkového počtu kontrol bylo zaznamenáno v roce 2011 – „pouze“ 14 %, oproti tomu nejvíce pochybení bylo zjištěno v roce 2015, a to dokonce 92 %. V roce 2016 to bylo 83 % z celkového počtu kontrol v rámci Jihočeského kraje a Vysočiny (Výroční zprávy ČOI 2011 – 2015; Závěrečná zpráva ČOI - Organizátoři předváděček nadále obcházejí zákon, 2017).

Příčiny jednotlivých porušení pořadatelů předváděcích akcí za rok 2016 jsou vyobrazeny následující Tabulce č. 2:

**Tabulka 2: Příčiny porušení ZoOSP**

1. Oznamovací povinnosti	177
2. Chybějící údaje na pozvánce	140
3. Nekalé obchodní praktiky	80
4. Přijetí platby před uplynutím 7denní lhůty	32
5. Agresivní obchodní praktika	1

*Zdroj: vlastní zpracování dle Závěrečné zprávy ČOI 2016 „Organizátoři předváděček nadále obcházejí zákon“*

V Tabulce 2 můžeme vidět, že největší počet pochybení ČOI zaznamenala ohledně porušování oznamování o konání předváděcí akce, celkem ve 177 případech. Z toho 52 předváděcích akcí nebylo vůbec oznámeno, 83 oznámení obsahovalo nepravdivý nebo neúplný údaj a u zbylých 42 případů prodejce nedodržel zákonnou lhůtu 10 pracovních dnů pro oznámení předváděcí akce.

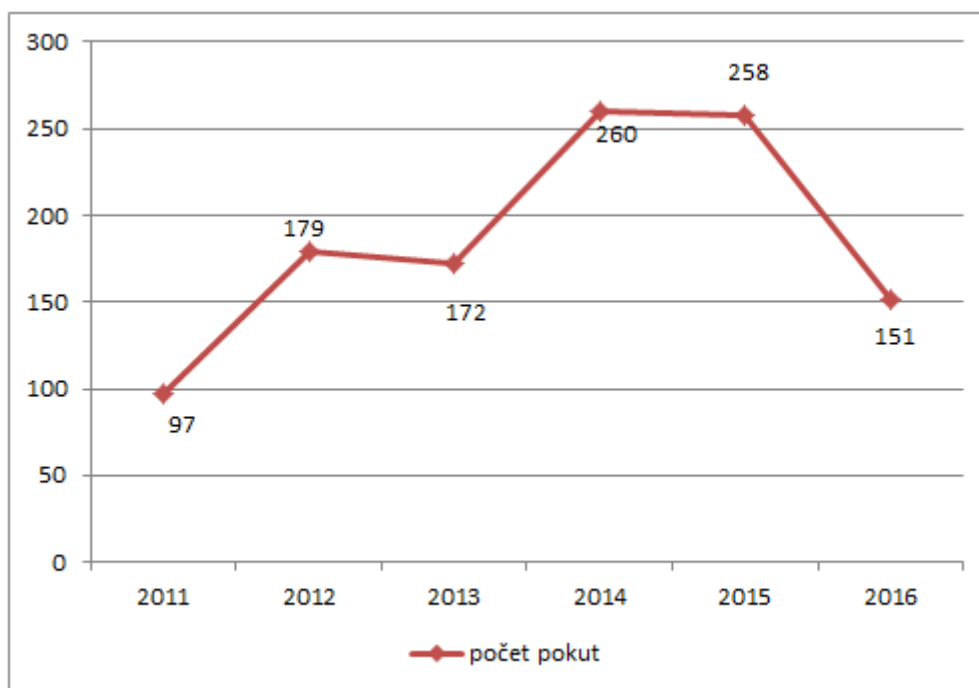
Další častou příčinou bylo neuvedení údaje na pozvánce na předváděcí akci, konkrétně neuvedení časového harmonogramu a údajů o daném výrobku. Toto pochybení ČOI zaznamenala celkem u 140 předváděcích akcí. U 80 předváděcích akcí bylo zaznamenáno použití nekalé obchodní praktiky zejména v souvislosti s 14denní lhůtou pro odstoupení od smlouvy ale i další zavádějící údaje např. nepravdivé informace o velikosti obchodní společnosti prodejce. U 32 předváděcích akcí bylo zjištěno, že prodávající přijímá od kupujícího peníze před uplynutím 7denní lhůty od uzavření kupní smlouvy. V 1 případě byla i zaznamenána agresivní obchodní praktika, konkrétně vytváření dojmu z výhry.

Tato agresivní obchodní praktika byla použita i u výše rozebírané předváděcí akce v kapitole 10 „Klamání spotřebitele na předváděcí akci“.

Kromě ZoOSP prodejci porušovali i zákon č. 255/2012 Sb., o kontrole, kdy např. nebyl ČOI vůbec umožněn vstup na danou předváděcí akci a nemohla tak vůbec provést kontrolu nebo kontrolovaná osoba neposkytla potřebnou součinnost. Tato porušení byla zaznamenána u 70 předváděcích akcí (Závěrečná zpráva ČOI 2016 – Organizátoři předváděček nadále obcházejí zákon, 2017).

Za zjištěná pochybení ukládá ČOI pokuty, které může uložit až do výše 50 milionů Kč. Na Grafu 3 můžeme vidět, že nejvíce uložených pokut bylo v roce 2014 – celkem 260, což byl rok, kdy i proběhlo nejvíce kontrol předváděcích akcí za posledních 8 let (srov. § 24 odst. 14 písm. e), ZoOSP).

**Graf 3: Počet uložených pokut za předváděcí akce**

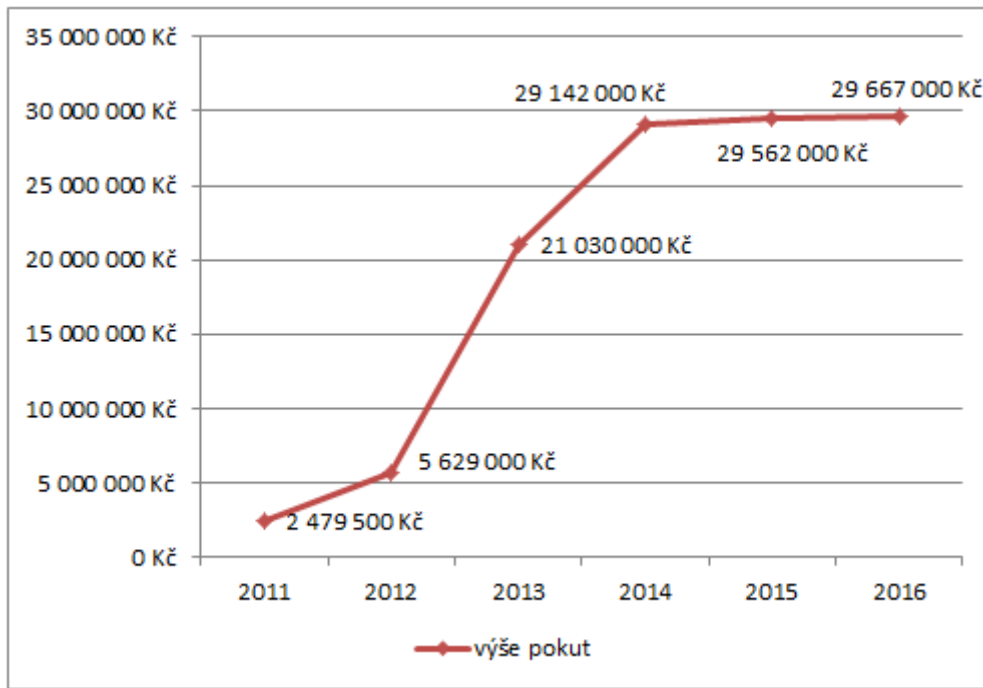


*Zdroj: Závěrečné zprávy ČOI o předváděcích akcích 2011 – 2016*

I když v roce 2016 bylo uděleno o více než 100 pokut méně než v roce 2015, tak i přesto pokuty v celkové výši byly vyšší než v roce 2015. Za rok 2016 ČOI uložila pokuty ve výši 29 667 000 Kč – viz Graf 4, kde můžeme i vidět, že za posledních 6 let se pokuty každý rok co rok zvyšují. Zatímco v roce 2011 to bylo necelých 2,5 miliónu Kč, v roce 2016 to bylo téměř 12krát více v porovnání s rokem 2011. Za poslední 3 roky se pokuty drží nad celkovou výší 29 milionů Kč. V roce 2016 byla nejvyšší udělená pokuta 2,5 milionu Kč obchodní společnosti, která neoznamovala

konání předváděcích akcí nebo je neoznamovala včas, popřípadě na oznámení chyběly patřičné informace. Nejvyšší uložená pokuta za posledních 6 let byla v roce 2015 ve výši 5 340 000 Kč (Závěrečné zprávy ČOI o předváděcích akcích 2011 – 2016).

**Graf 4: Výše pokut za předváděcí akce**



*Zdroj: Závěrečné zprávy ČOI o předváděcích akcích 2011 - 2016*

## 12 Závěr

Závěrem bych chtěla zmínit skutečnost, že i když se naše zákony neustále novelizují, nedaří se snížit počet podvodných prodejců. Děje se tomu jak v běžných kamenných prodejnách, tak i při prodeji po internetu, kdy např. prodávající nepošle spotřebiteli již zaplacené zboží, nebo mimo obchodní prostory podnikatele, např. při podomním prodeji, který se stále praktikuje i v těch městech a obcích, kde je zakázán.

Praktickou část jsem cílila na předváděcí akce, kdy hlavně kvůli nim proběhla v ZoOSP novela č. 378/2015. Bohužel se stále nic nezměnilo na skutečnosti, že se předváděcí akce stále dějí, drtivá většina prodejců nadále používá nekalé obchodní praktiky a senioři na tyto akce stále chodí. Senioři tak přicházejí o své celoživotní úspory za zboží, které by si jednak normálně nikdy nekoupili, jednak jeho kvalita ani neodpovídá dané vysoké ceně. Protože se zpravidla jedná o podvodné prodejce, nepomůže zde ani odstoupení od smlouvy a senioři svoje peníze zpět jen těžko získávají.

Otázkou tedy zůstává, jestli vůbec je nějaký způsob, jak získat své peníze zpět. Protože kupní smlouva na předváděcích akcích se uzavírá podle o. z., může se kupující obrátit na soud v rámci občanskoprávního řízení, neboť policie řeší pouze trestní řízení. Soud zpravidla dá kupujícímu za pravdu a v rámci soudního rozhodnutí nařídí prodejci, aby danému spotřebiteli peníze vrátil. Problémem zde ale je, že se zpravidla jedná o obchodní společnosti, které nemají žádný majetek a také bývají napsány na tzv. bílé koně, tj. na bezdomovce, alkoholiky či jiné vrstvy obyvatel s hodně nízkými příjmy. Ti se pak stávají jediným majitelem a zároveň jednatelem obchodní společnosti a není možné z nich dostat žádné peníze, protože žádné nemají. Obchodní společnosti typicky nemají žádná reálná sídla a svá fiktivní sídla často mění. Rovněž i jejich majitelé, bezdomovci, mívají místo trvalého pobytu na obecním úřadě. Tak tomu bylo a je i u obchodní společnosti, z jejíž předváděcí akce jsem zde uvedla materiály.

Situaci ani nijak nevylepší to, když je na danou obchodní společnost vydán exekuční titul a následná exekuce. Důvod uvádím již výše – obchodní společnost nemá žádný majetek. Další skutečností pak je, že pokud by daná obchodní společnost zanikla a byla by v likvidaci, kupující (spotřebitel) by musel svoje práva uplatňovat u daného likvidátora. Byla by obchodní společnost „pouze“ v insolventi, musel by se kupující

obracet na insolvenčního správce. V každém případě výsledek je vždy stejný, tj. společnost nemá žádný majetek, a tedy ani žádné peníze.

Jedinou prevencí tedy je na žádné předváděcí akce nechodit, být obezřetní, nedůvěřovat každému a nepodepisovat žádnou smlouvu bez přečtení. Drtivá většina kupujících na těchto předváděcích akcích jsou senioři, kteří ač si mnohdy uvědomí svoji chybu, nemají sílu se takto svých práv domáhat a nechávají to být. A i na to prodejci spoléhají.

V poslední době jsou předváděcí akce často medializovány, především zprávy upozorňují na nekalé praktiky a ukazují i nové způsoby, které prodejci využívají pro oklamání spotřebitele. Bohužel senioři i tak na předváděcí akce chodí, proto by i možným řešením bylo vytvoření více aktivit zaměřených právě na ně. Pokud by se senioři necítili osamoceni, měli by menší motivaci se těchto akcí zúčastňovat.

## I. Summary and keywords

As a summary, I would like to point out that even though our legislature is always in the process of novelization there is no success with reducing the number of fraudulent sellers. Deceptive business practices are used in normal stores but also in e-shops when, for example, the seller doesn't send the goods to customer and also during house-to-house sales despite being prohibited by many cities.

The practical part was focused on the demonstration events which were the main reason for the 378/2015 amendment. Unfortunately, these events are still occurring and most of the sellers are still using malicious business practices and seniors are still attending these events. The seniors are thus still losing their lifetime savings and getting goods which they wouldn't normally buy and the quality doesn't correspond with the steep price. And since the sellers are usually fraudsters, canceling the agreement of purchase doesn't help very much and the seniors are only rarely able to get their money back.

The question remains, whether there is a way to get the money back at all. Since the agreement of purchase on demonstration events is closed according to the new Civil Code, the customer can potentially sue the seller in a civil suit – the police is there only for criminal cases. The court usually agrees with the customer and orders the seller to pay the money back. The issue usually is, that the seller – company usually doesn't have any assets and the responsible people are the so called "cat's paws" – usually homeless people or people from the very lowest social classes. These people are often the sole owners of businesses and since they don't have any money there is no way to get the money back from them. The trade companies usually don't have a real place of business and their fictitious place of businesses change quite often. Also their owners, the homeless people, also usually have their official place of residence at the local municipal office. This exact set up was used for the company from which I presented the demonstration event materials.

The situation is not even solved by a distraint order. Since the company doesn't have any valuable assets there is nothing to confiscate. If the company is in the process of liquidation the customer would need to raise his demands with the bankruptcy trustee. If the company is only in the state of insolvency the customer



would need to contact the insolvency administrator. In any case, since the company doesn't have any assets, the result is always the same.

The only way, how not to be a victim of fraudulent practices is not to attend the demonstration events, not being gullible and never sign any agreement/contract without reading it. Most customers attending the demonstration events are seniors who, even when they realize their mistake, don't have the resources/strength to defend themselves and usually let it go. That is also one thing the fraudulent sellers rely on.

Recently, there has been quite a lot of media attention regarding the deceptive/malicious business practices and there have been shown new ways how these fraudsters are scamming the customers. Unfortunately the seniors are still willing to attend those actions so maybe a good way to approach this issue would be to create more activities focused just on the seniors. When the seniors are not feeling lonely, they would be less motivated to attend those events.

**Keywords:** businessman, consumer, consumer contract, consumer protection, Consumer Protection Act, unfair trade practices, the Civil Code

## II. Zdroje

### Literatura

1. Bělohávek, A. J., Černý F., Jungwirthová M., Klíma P., Profeldová T. & Šrotová E. (2012). *Nový občanský zákoník: srovnání dosavadní a nové občanskoprávní úpravy včetně předpisů souvisejících*. (1. vyd., 829 s.) Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk.
2. Bezouška, P., & Piechowiczová, L. (2013). *Nový občanský zákoník: nejdůležitější změny*. Olomouc: Anag.
3. Černá, S., Plíva, S., Štenglová, I., Čech, P., Eichlerová, K., Patěk, D., ...Horáček, V. (2013). *Podnikatel a jeho právní vztahy*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Právnická fakulta.
4. Horová, O. (2004). *Ochrana spotřebitele*. (Vyd. 2., 136 s.) Praha: Oeconomica.
5. Hulmák, M., Petrov, J., Lavický, P., Dvořák, B., Šilhán, J., Dávid, R., ... Lasák, J. (2014). *Občanský zákoník V : závazkové právo : obecná část (§1721-2054) : komentář*. (1. vyd., xvii, 1317 s.) Praha: C.H. Beck.
6. Janků, M., Kelblová, H., Uhlířová, M., & Zapletalová, D. (2014). *Nové občanské právo v kostce: (stručný úvod)*. (1. vyd., xx, 311 s.) V Praze: C.H. Beck.
7. Klabusayová, N., Burdiláková, R., & Zlámalová, J. (2009). *Ochrana spotřebitele: geneze a současnost*. (1. vyd., 164 s.) Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava.
8. Kotoučová, J., & Švarc, Z. (2007). *Ochrana spotřebitelů: (vybrané otázky právní úpravy)*. (Vyd. 1., 100 s.) Praha: Oeconomica.
9. Matusiková, L. (2010). *Analysis of perception in case of consumer's rights and usage of conclusions in business strategy: Monograph*. Krakow: Krakow Society for Education - AFM Publishing House.
10. Ondřej, J., Růžička, K., Marková, L., Voráč, P., Selucká M., Nesnídalová, J., ... Skuhrová, P. (2013). *Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele: Ekonomické, právní a sociální aspekty*. Praha: C.H. Beck.
11. Srbová, A., & Vojtko, V. (2011). *Spotřebitelské teorie a realie*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta.
12. Svejkovský, J., Svejkovská, J., Kabelková, E., Jirásková, T., Šlauf, P., Faist, O., ... Svatoš, M. (2012). *Nový občanský zákoník: srovnání nové a současné úpravy občanského práva* (Vyd. 1.). Praha: C.H. Beck.

13. Švestka, J., Dvořák, J., Fiala, J., David, O., Deverová, L., Bányaiová Dolanská, L., ... Večerková, E. (2014). *Občanský zákoník: komentář. Svazek I.* (Vyd. 1., p. 1667). Praha: Wolters Kluwer ČR.
14. Švestka, J., Dvořák, J., Fiala, J., Bajura, J., Bányaiová, A., Bělina, M., ... Uhlíř, D. (2014). *Občanský zákoník. Komentář. Svazek V.* (Vyd. 1., xxxii, p. 1667). Praha: Wolters Kluwer ČR.
15. Švestka, J., Spáčil, J., Škárová, M., Hulmák, M. & et al. (2008). *Občanský zákoník I. § 1 - 459. Komentář.* (1. vyd., xvi, 1221 s.) Praha: C.H. Beck.
16. Švestka, J., Spáčil, J., Škárová, M., Hulmák, M. & et al. (2008). *Občanský zákoník II. § 460 - 880. Komentář.* (1. vyd., 2 sv. (xvi, 1221 s.; xiv, s. 1223-2293)). Praha: C.H. Beck.
17. Tichý, L., Pipková, P. J. & Balarin, J. (2014). *Kupní smlouva v novém občanském zákoníku: Komentář : [§ 2079-2183].* V Praze: C.H. Beck.
18. Vítová, B. (2016). *Zákon o ochraně spotřebitele: komentář* (Vyd. 1.). Praha: Wolters Kluwer.

## **Internetové zdroje**

1. Beck-online. (n.d.). *Zákon č. 170/2012 Sb., ze dne 25. dubna 2012, kterým se mění zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.* Retrieved from <https://www.beck-online.cz/bo/chapterview-document.seam?documentId=onrf6mrqgezff6mjxgawta>
2. Česká obchodní inspekce. (2017, February 24). *Závěrečná zpráva za rok 2016 - Předváděcí akce - 2016.* Retrieved from <http://www.coi.cz/predvadeci-akce-2016-nc2512/>
3. Česká obchodní inspekce. (2016, March 4). *Závěrečná zpráva za rok 2015 - Předváděčky ve znamení nekalých praktik a odírání seniorů.* Retrieved from <http://www.coi.cz/predvadeci-akce-2015-nc1913/>
4. Česká obchodní inspekce. (2015, January 29). *Závěrečná zpráva za rok 2014 - ČOI: Pokuty pořadatelům předváděcích akcí přes 29 milionů.* Retrieved from <http://www.coi.cz/predvadeci-akce-pokuty-29-mil.-nc1354/>
5. Česká obchodní inspekce. (2014, February 18). *Závěrečná zpráva za rok 2013 - Nejúčinnější obrana: předváděcí prodejní akce ignorovat.* Retrieved from <http://www.coi.cz/pokuty-smejdum-pres-21-milionu-nc998/>

6. Česká obchodní inspekce. (2012, February 7). *Závěrečná zpráva za rok 2012 - Praktiky prodejců na utajených akcích poškozují seniory*. Retrieved from <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:XXhYfehKNEEJ:www.coi.cz/userdata/files/tiskove-zpravy/2013/130207-tz-predvadeci-akce-2012.doc+&cd=1&hl=cs&ct=clnk&gl=cz>
7. Česká obchodní inspekce. (2012, February 27). *Závěrečná zpráva za rok 2011 - Nekalé a další obchodní praktiky na předváděcích akcích*. Retrieved from <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:-tj-mKEbDPUJ:www.coi.cz/userdata/files/tiskove-zpravy/0227-tz-predvadeci-akce-2011.doc+&cd=2&hl=cs&ct=clnk&gl=cz>
8. Česká obchodní inspekce. (n.d.). *Výroční zpráva 2009*. Retrieved from <http://www.coi.cz/userdata/files/dokumenty-ke-stazeni/vyrocni-zpravy-o-cinnosti/2009-vyr-zprava-cinnost.pdf>
9. Česká obchodní inspekce. (n.d.). *Výroční zpráva 2010*. Retrieved from <http://www.coi.cz/userdata/files/dokumenty-ke-stazeni/vyrocni-zpravy-o-cinnosti/2010-vyr-zprava-cinnost.pdf>
10. Česká obchodní inspekce. (n.d.). *Výroční zpráva 2011*. Retrieved from <http://www.coi.cz/userdata/files/dokumenty-ke-stazeni/vyrocni-zpravy-o-cinnosti/2011-vyr-zprava-cinnost.pdf>
11. Česká obchodní inspekce. (n.d.). *Výroční zpráva 2012*. Retrieved from <http://www.coi.cz/userdata/files/dokumenty-ke-stazeni/vyrocni-zpravy-o-cinnosti/2012-vyr-zprava-cinnost.pdf>
12. Česká obchodní inspekce. (n.d.). *Výroční zpráva 2013*. Retrieved from <http://www.coi.cz/userdata/files/dokumenty-ke-stazeni/vyrocni-zpravy-o-cinnosti/2013-vyr-zprava-cinnost.pdf>
13. Česká obchodní inspekce. (n.d.). *Výroční zpráva 2014*. Retrieved from <http://www.coi.cz/userdata/files/dokumenty-ke-stazeni/vyrocni-zprava-2014-strany1-75final.z-3.4..pdf>
14. Česká obchodní inspekce. (n.d.). *Výroční zpráva 2015*. Retrieved from <http://www.coi.cz/userdata/files/dokumenty-ke-stazeni/vyrocni-zprava-2015.pdf>
15. dTest. (n.d.). *Odstoupení od kupní smlouvy uzavřené při předváděcích či podomním prodeji*. Retrieved from <https://www.dtest.cz/clanek-3284/odstoupeni-od-kupni-smlouvy-uzavrene-pri-predvadecim-ci-podomnim-prodeji>

16. dTest (2016, November 8). *Nová pravidla pro spotřebitelský úvěr – bič na lichváře*. Retrieved from <https://www.dtest.cz/clanek-5463/dtest-nova-pravidla-pro-spotrebitelsky-uver-bic-na-lichvare>
17. Fetter, R. W. (2011, April 19). *Co jsou to nepojmenované smlouvy*. Retrieved from <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/co-jsou-to-nepojmenovane-smlouvy/622691>
18. Františová, P. (2016, February 15). *Novinka v zákoně o ochraně spotřebitele – mimosoudní řešení spotřebitelských sporů*. Retrieved from <http://www.epravo.cz/top/clanky/novinka-v-zakone-o-ochrane-spotrebitele-mimosoudni-reseni-spotrebitelskych-sporu-100463.html>
19. Malimánková, B. (2013, November 28). *Zájezd po účinnosti NOZ*. Retrieved from <http://www.epravo.cz/top/clanky/zajezd-po-ucinnosti-noz-93041.html>
20. Matzner, J. (2015, January 29). *Nová pravidla pro smlouvu o zájezdu dle NOZ*. Retrieved from <http://www.pravniprostor.cz/clanky/rekodifikace/nova-pravidla-pro-smlouvu-o-zajezdu-dle-noz>
21. Mazalová, R., & Vingárková, M. (2016, May 18). *dTest: Výzkum: Proč senioři stále navštěvují předváděcí akce*. Retrieved from <https://www.dtest.cz/clanek-5085/vyzkum-proc-seniori-stale-navstevuji-predvadeci-akce>
22. Ministerstvo financí ČR. (2015, September 15). *Ministerstvo financí předkládá vládě návrh zákona o úvěru pro spotřebitele*. Retrieved from <http://www.mfcr.cz/cs/soukromy-sektor/uvery-pro-spotrebitele/spotrebitelsky-uver/distribuce-uveru-pro-spotrebitele/ministerstvo-financi-predklada-vlade-nav-22582>
23. Myška, J., & Kulhánková, K. (2016, October 14). *Spotřebitelské úvěry nově a lépe?* Retrieved from <http://www.epravo.cz/top/clanky/spotrebitelske-uvery-nove-a-lepe-103065.html>
24. Palla, T. (2010, July 16). *Právnícká osoba jako spotřebitel? už ne*. Retrieved from <http://www.epravo.cz/top/clanky/pravnicka-osoba-jako-spotrebitel-uz-ne-63811.html>
25. Schejbal, L. (2016, August 17). *Nový zákon o spotřebitelském úvěru nabyl platnosti!* Retrieved from <http://www.epravo.cz/top/clanky/novy-zakon-o-spotrebitelskem-uveru-nabyl-platnosti-102609.html>
26. Srbecký, L. (2016, October 19). *Hypotéky a nový zákon o spotřebitelském úvěru*. Retrieved from <http://www.epravo.cz/top/clanky/hypoteky-a-novy-zakon-o-spotrebitelskem-uveru-103572.html>

27. Štarha, Š. & et al. (2012, October 25). *Smluvní pokuta v novém Občanském zákoníku*. Retrieved from [http://finance.idnes.cz/smluvni-pokuta-v-novem-obcanskem-zakoniku-fjb-/pravo.aspx?c=A121025\\_163954\\_pravo\\_vr](http://finance.idnes.cz/smluvni-pokuta-v-novem-obcanskem-zakoniku-fjb-/pravo.aspx?c=A121025_163954_pravo_vr)
28. Vítová, B. (2016, January 25). *Novela zákona o ochraně spotřebitele účinná od 28. 12. 2015*. Retrieved from <http://www.epravo.cz/top/clanky/novela-zakona-o-ochrane-spotrebitelucinna-od-28-12-2015-100236.html>
29. Vojtková, M. (2016, November 29). *Zákon o spotřebitelském úvěru*. Retrieved from <http://zpravy.alfa9.cz/absolutenm/templates/zprava.aspx?a=43188>
30. Vozár, J. (2013, November 4). *Spotřebitelské smlouvy v NOZ*. Retrieved from <http://www.epravo.cz/top/clanky/spotrebitelske-smlouvy-v-noz-92749.html>
31. [Zakonyprolidi.cz](http://www.zakonyprolidi.cz/). (2016). *Zákony pro lidi - Sbírka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění*. Retrieved from <https://www.zakonyprolidi.cz/>

## Právní předpisy

1. *Směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 2011/83/EU ze dne 25. října 2011, o právech spotřebitelů*. (2015, October 31). Retrieved from <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0064:0088:cs:PDF>
2. *Směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 2005/29/ES ze dne 11. května 2005, o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu*. (2015, October 31). Retrieved from <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:149:0022:0039:cs:PDF>
3. Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
4. Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
5. Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
6. Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů.
7. Zákon č. 257/2016 Sb., o spotřebitelském úvěru, ve znění pozdějších předpisů.
8. Zákon č. 64/1986 Sb. o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů.

## Programy

Právnícký program ASPI

### III. Seznam obrázků, grafů a tabulek

Obrázek 1: Dárkový poukaz .....	48
Obrázek 2: Záruční list .....	49
Obrázek 3: Kupní smlouva - smluvní strany .....	50
Obrázek 4: Kupní smlouva - předmět smlouvy .....	51
Obrázek 5: Kupní smlouva - dodací podmínky .....	52
Obrázek 6: Způsob úhrady kupní ceny - hotově .....	53
Obrázek 7: Způsob úhrady kupní ceny - na splátky .....	53
Obrázek 8: Datum a podpisy smluvních stran .....	53
Obrázek 9: VOP - Úvodní ustanovení .....	54
Obrázek 10: Odstoupení od smlouvy.....	54
Obrázek 11: VOP - Financování kupní ceny - část 1 .....	55
Obrázek 12: VOP - Financování kupní ceny - část 2 .....	55
Obrázek 13: VOP - Závěrečná ustanovení - část 1 .....	56
Obrázek 14: VOP - Závěrečná ustanovení - část 2 .....	57
Obrázek 15: VOP - Závěrečná ustanovení - část 3 .....	57
Obrázek 16: VOP - Závěrečná ustanovení - část 4 .....	58
Obrázek 17: VOP - Závěrečná ustanovení - část 5 .....	59
Graf 1: Počet kontrol předváděcích akcí.....	60
Graf 2: Počet kontrol předváděcích akcí v Jihočeském kraji a na Vysočině .....	61
Graf 3: Počet uložených pokut za předváděcí akce .....	63
Graf 4: Výše pokut za předváděcí akce .....	64
Tabulka 1: Tabulka počtu kontrol.....	60
Tabulka 2: Příčiny porušení ZoOSP .....	62

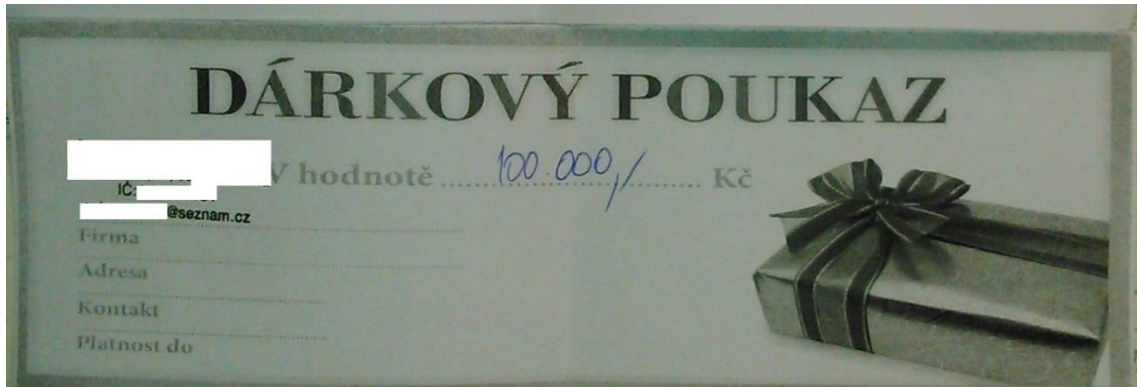
## **IV. Seznam příloh**

Příloha č. 1: Dárkový poukaz z předváděcí akce.....	76
Příloha č. 2: Záruční list z předváděcí akce .....	77
Příloha č. 3: Kupní smlouva z předváděcí akce.....	78
Příloha č. 4: Všeobecné obchodní podmínky z předváděcí akce.....	79



## V. Přílohy

Příloha č. 1: Dárkový poukaz z předváděcí akce



## Příloha č. 2: Záruční list z předváděcí akce

**ZÁRUČNÍ LIST**

Název zboží: Pekáč CERAMO, Pánev CERAMO, keramická škrabka, titan. keramický nůž

Typové označení: KHL, CHL, ŠK, NU (Slet)

Datum prodeje: 2.11.2015

Podpis prodejce: \_\_\_\_\_

[redacted]  
IČ: [redacted]  
[redacted]@seznam.cz  
5.000,-

Záruční list je průkazem práv spotřebitele na bezplatné odstranění poruchy, které vznikly v průběhu záruční doby vadou výrobku, nebo chybou materiálu. Je součástí produktu příslušného typového označení a jeho příslušenství.

**ZÁRUČNÍ PODMÍNKY:**  
Při každé reklamaci je nutné předložit správně vyplněný záruční list. V průběhu záruky, organizace vymění výrobek za nový v případě poruchy výrobku způsobené výrobními poruchami, nebo špatným materiálem.

Záruka se nevztahuje na závady způsobené vnějšími vlivy jako:

- Svévolné zásahy do výrobku
- Připojení na nesprávné síťové napětí, nebo nedovolené zdroje
- Poškození výrobku, které zapříčinila neodvratitelnou událost (živelná pohroma, požár apod.)
- Nesprávné zacházení

**ZAPLACENO  
V HOTOVOSTI**

**VE VLASTNÍM ZÁJMU PEČLIVĚ USCHOVEJTE**

**Příloha č. 3: Kupní smlouva z předváděcí akce**

## KUPNÍ SMLOUVA H/HC

tým č.: \_\_\_\_\_ číslo smlouvy: \_\_\_\_\_

Zapsáno u: _____ IČ: _____ Email: _____@seznam.cz Tel.: _____ Otevírací doba: _____	<b>KUPUJÍCÍ:</b> jméno a příjmení: _____ datum narození: _____ ulice a čp.: _____ telefon: _____ PSČ: _____ město: _____ okres: _____ OP číslo: _____ orientační bod v místě bydliště: _____
---	--

Prodávající na základě této smlouvy prodává kupujícímu níže uvedené zboží:

Předmět smlouvy:	zkratka	kusů	dodáno	cena celkem
TAJOU SYSTEM	PC2	1	ano <input type="checkbox"/> ne <input type="checkbox"/>	
LAJDA		1	ano <input type="checkbox"/> ne <input type="checkbox"/>	
		400 000	ano <input type="checkbox"/> ne <input type="checkbox"/>	
			ano <input type="checkbox"/> ne <input type="checkbox"/>	
			ano <input type="checkbox"/> ne <input type="checkbox"/>	
<b>celkem:</b>				35 000

(dále jen "zboží") \*Klientská karta č.: \_\_\_\_\_ Vydána  podpis: \_\_\_\_\_

**DODACÍ PODMÍNKY:** zboží bude kupujícím dodáno/dovezeno:  
 při podpisu smlouvy  pozn.: .....  
 do místa bydliště kupujícího  termín dodání dne: ..... pozn.: .....  
(do 14 dnů ode dne podpisu smlouvy na základě předchozího telef. oznámení kupujícímu. Ten se zavazuje sjednaný termín dodržet)

**ZPŮSOB ÚHRADY KUPNÍ CENY** (Prodávající prodává kupujícímu zboží za těchto platebních podmínek):  
 celková kupní cena zboží: ..... Kč  
 z toho uhrazeno v hotovosti při podpisu smlouvy: ..... Kč  
 zbývající částka k doplacení: ..... Kč  
Celková kupní cena je již cenou konečnou, včetně DPH.

**KUPUJÍCÍ JE POVINEN DOPLATIT KUPNÍ CENU:**

**H O T O V Ě**

Prodávajícímu hotově  při dodání zboží  
 Prodávajícímu hotově  v místě bydliště kupujícího do 14 dnů ode dne podpisu smlouvy na základě předchozího telefonického oznámení kupujícímu  
 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 prodání kupujícího s doplacením kupní ceny zboží je prodávající oprávněn požadovat od kupujícího úrok z prodání dle §517 občanského zákoníku ve výši stanovené občanským zákoníkem.

**S P L Á T K Y**

**ZPŮSOB ÚHRADY KUPNÍ CENY** (Prodávající prodává kupujícímu zboží za těchto platebních podmínek):  
 celková kupní cena zboží: ..... Kč  
 z toho uhrazeno v hotovosti při podpisu smlouvy: ..... Kč  
 zbývající částka k doplacení: ..... Kč

1. splátka ..... Kč splatná k datu .....

2. splátka ..... Kč splatná k datu .....

3. splátka ..... Kč splatná k datu .....

Datum uzavření smlouvy: 2. 11. 2015

Kupující: \_\_\_\_\_ podpis

za prodávajícího schválil: \_\_\_\_\_ IČ: \_\_\_\_\_@seznam.cz

## Příloha č. 4: Všeobecné obchodní podmínky z předváděcí akce

**VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY**

**I. ÚVODNÍ USTANOVENÍ**

Tyto Všeobecné obchodní podmínky jsou obchodními podmínkami, kterými se stanoví zásady, za nichž dochází k prodeji zboží společností uvedených v záhlaví kupní smlouvy (dále prodávající) klientům (dále jen kupující), a to včetně podmínek, za nichž dochází k uhrazení kupní ceny kupující. Vlastnictví ke zboží dle této kupní smlouvy přechází na kupujícího až po úplném zaplacení kupní ceny.

**II. Odstoupení od kupní smlouvy**

Kupující může do 14 dnů od uzavření kupní smlouvy od této bez uvedení důvodu a bez sankce odstoupit. Pokud dosud nedošlo ke splnění dodávky zboží ze strany prodávajícího, může kupující od smlouvy odstoupit do jednoho měsíce. Odstoupení od smlouvy musí být odesláno do skončení lhůty pro odstoupení. Doporučujeme proto kupující, aby odstoupení od smlouvy, zaslali na adresu sídla společnosti, která je uvedena v záhlaví kupní smlouvy, a to doporučujeme pouze pro co nejrychlejší vyřízení.

Kupující může odstoupit od smlouvy ve 14-ti denní lhůtě, přičemž kupující by měl prokázat vznik závazkového vztahu s prodávajícím. Proto doporučujeme kupující, v případě, že se rozhodnou odstoupit od smlouvy ve 14-ti denní lhůtě, aby uváděli informace o čísle smlouvy, datu nákupu, čísle účtu nebo adrese pro vrácení kupní ceny. V případě zaslání zboží kupující neodpovídá prodávající za jeho případnou ztrátu na cestě. Dobírka nebude přijata. Při splnění všech zákonných podmínek pro vrácení zboží prodávající zašle uhrazenou část kupní ceny prokazatelně připsanou na účet prodávajícího kupujícímu složenkou nebo převodem na účet kupujícího, a to nejpozději do 14-ti kalendářních dnů od odstoupení od smlouvy.

**III. FINANCOVÁNÍ KUPNÍ CENY**

V případě, že kupující financuje nákup zboží formou spotřebitelského úvěru od finanční instituce, je povinen uhradit na účet prodávajícího akontaci/přímou platbu/platbu v hotovosti, vyplývá-li z obsahu úvěrové smlouvy, a to nejpozději při převzetí zboží kupující. Výše úvěru je poskytnuta dle pokynů kupujícího na účet prodávajícího. Kupující úvěr splácí přímo finanční instituci dle ustanovení úvěrové smlouvy a jeho práva a povinnosti vyplývají z úvěrových podmínek, které jsou nedílnou součástí úvěrové smlouvy.

V případě, že kupující využije svého zákonného práva k odstoupení od kupní smlouvy, kde cena zboží je úplně nebo částečně hrazena spotřebitelským úvěrem, zaniká též smlouva o spotřebitelském úvěru. O této skutečnosti je spotřebitel povinen informovat věřitele. Peněžní prostředky, uhrazené kupující jako kupní cena, prodávající po započtení svých splatných i nesplatných pohledávek vůči kupujícímu, použije na úhradu úvěru kupujícího u finanční instituce. Zbýlé peněžní prostředky poté budou vráceny kupujícímu. Při odstoupení od smlouvy o úvěru je kupující povinen informovat o této skutečnosti prodejce, a to bez zbytečného odkladu. Odstoupením kupujícího od úvěrové smlouvy nezaniká jeho povinnost uhradit kupní cenu či její neuhrazenou část. Tyto je kupující povinen uhradit jednorázovou platbou v měsíci následujícím po měsíci, kdy došlo k faktickému převzetí zboží kupující, a to na účet prodávajícího, číslo účtu je uvedené na kupní smlouvě pod adresou společnosti, s uvedením správného variabilního symbolu s platností ustanovení odstavce III.

**IV. ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ**

Pro případ, že kupující nedostojí svým povinnostem dle uzavřené kupní smlouvy, náleží prodávajícímu smluvní pokuta ve výši 500,- Kč za každé jednotlivé porušení. Ujednání předchozí věty se nevztahuje na případy, kdy některá ze smluvních stran využije svého zákonného práva a odstoupí od smlouvy.

Práva vyplývající z ust. § 2099 a násl. občanského zákoníku, resp. práva z odpovědnosti za vady lze uplatňovat u prodávajícího v místě provozovny. V souladu s příslušnými ustanoveními zákona o ochraně spotřebitele doporučujeme kupující, aby uplatňovali svá práva v provozovně na adrese, která je uvedena na přední straně této smlouvy a to v záhlaví, kde je přítomen pracovník pověřený vyřizovat reklamace. Poskytování záruky, délky záruční doby a další související otázky se řídí příslušnými ustanoveními občanského zákoníku, zákona o ochraně spotřebitele a dalšími obecně závaznými právními předpisy. Záruční podmínky, informace o záruce, o záručním servisu, jsou obsaženy v záručním listu, který je předán kupujícímu při dodání objednaného zboží.

V případě, že kupující nesdělí prodávajícímu změnu doručovací adresy, a to nejpozději do 10 dnů od takové změny a prodávající vynaloží náklady na pokus o doručení zboží na adresu jinou, bude kupující povinen tyto náklady uhradit. Kupní smlouva je vypracována ve třech stejnopisech, z nichž jedno vyhotovení si ponechá kupující a tři vyhotovení obdrží prodávající.

Kupující prohlašuje, že byl ve smyslu § 11 zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, poučen o tom, že poskytnutí osobních údajů je dobrovolné, a že poskytnuté údaje budou zpracovány za účelem splnění zákonných povinností správce, jednání o smluvních vztazích s kupujícími jakožto subjektem údajů, plnění povinností z uzavřených smluv, pro archivační a analytické účely správce, pro marketingové a obchodní účely správce a pro informování a nabídku dalších služeb správce nebo jeho obchodních partnerů. Kupující současně dává prodávajícímu souhlas se zpracováním svých osobních údajů tak, jak je uvedeno výše. Tento souhlas je dán na dobu neurčitou.

Každý subjekt údajů, který zjistí nebo se domnívá, že správce nebo zpracovatel provádí zpracování jeho osobních údajů, které je v rozporu s ochranou soukromého a osobního života subjektu údajů nebo v rozporu se zákonem, zejména jsou-li osobní údaje nepřesné s ohledem na účel jejich zpracování, může: a) požádat správce nebo zpracovatele o vysvětlení, b) požadovat, aby správce nebo zpracovatel odstranil takto vzniklý stav. Zejména se může jednat o blokování, provedení opravy, doplnění nebo likvidaci osobních údajů. Je-li žádost subjektu údajů podle předchozí věty shledána oprávněnou, správce nebo zpracovatel odstraní neprodlené závadný stav. Nevyhoví-li správce nebo zpracovatel žádosti subjektu údajů, má subjekt údajů právo obrátit se přímo na Úřad. Postup podle předchozí věty vylučuje, aby se subjekt údajů obrátil se svým předmětem na Úřad přímo. Správce je povinen bez zbytečného odkladu informovat příjemce o žádosti subjektu údajů podle věty první tohoto odstavce a o blokování, opravě, doplnění nebo likvidaci osobních údajů. To neplatí, pokud je informování příjemce nemožné nebo by vyžadovalo neúměrné úsilí.

Kupující současně prohlašuje, že byl seznámen s právem svůj souhlas se zpracováním osobních údajů kdykoliv odvolat.

Kupující také tímto dává prodávajícímu svůj souhlas s přiřazováním dalších osobních údajů, které byly získány legálním způsobem, k osobním údajům získaným z této kupní smlouvy. Současně kupující dává prodávajícímu souhlas s poskytováním osobních údajů třetím osobám, avšak pouze za účelem nabízení obchodu a služeb v souvislosti s obchodní činností prodávajícího.

Svým podpisem na kupní smlouvě potvrzuje kupující svůj souhlas s cenou zboží, Všeobecnými obchodními podmínkami a prohlašuje, že mu byl dán dostatečný čas a prostor pro seznámení se se zbožím, že mu byl dán dostatečný čas ohledně tohoto zboží a prostudování uplatnění svého práva dotazu ohledně tohoto zboží a vlastnostech textu kupní smlouvy, že byl řádně seznámen a poučen o vlastnostech prodávávaného zboží, a že kupní smlouvu podepisuje dobrovolně a nikoliv v tísni.

Podpis kupujícího