Nemožnost odstoupení u zboží na míru

26.5.2026 - Lucie Korbeliusová | DTest

Objednali jste si šaty na míru, chcete, aby výrobce pro vaše potřeby nabízenou skříňku trochu zmenšil, nebo objednáváte trička se speciálním potiskem na kamarádovu oslavu? Tyto produkty mají jedno společné – jedná se o výrobky přizpůsobené individuálním zájmům spotřebitele, které není možné vrátit do 14 dnů jako jiné zboží zakoupené online. Jak je to ale s kuchyní na míru a jinými produkty, u kterých sám prodejce dává možnosti výběru z několika variant?

Co je odstoupení a jak odstoupit?

Ze zákona má spotřebitel možnost odstoupit od smlouvy uzavřené distančním způsobem do 14 dnů od doručení zboží bez udání důvodu. Jedná se o možnost odstoupit od smlouvy jednostranně, proto není třeba, aby podnikatel odstoupení schválil. Postačí ho o odstoupení informovat, a to např. prostřednictvím e-mailu nebo dopisu. Je možné také využít formuláře pro odstoupení, který někteří podnikatelé nabízejí na svých webových stránkách. *„Účelem odstoupení od smlouvy je kompenzovat spotřebitelům možnost seznámit se s produktem v kamenné prodejně a v případě, že jim nebude vyhovovat, dát jim možnost produkt ‚vrátit‘,“* vysvětluje Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest.

Proč není možné odstoupit?

Podobně jako v kamenné prodejně je zboží poté, co si ho spotřebitel vyzkouší, vráceno do regálů k opětovnému prodeji. Vrácený produkt by tedy měl být v takovém stavu, aby ho podnikatel byl schopen znovu prodat. Podnikateli tak v souvislosti s vrácením zboží vznikají zpravidla pouze náklady na přepravu zboží a náklady spojené s vyřízením vrácení. Nebylo by ale spravedlivé po podnikateli požadovat, aby umožnil vrácení zboží, které je nějakým způsobem individualizované, neboť by mohlo být obtížné prodat ho někomu dalšímu. Nikdo zřejmě nebude mít zájem o hrníček s naší fotografií či tričko s odkazem na konkrétní osobu nebo událost, které jsme si nechali vyrobit.

Vyrobené nebo přizpůsobené?

Zákon pod „výrobek vyrobený na míru“ podřazuje „zboží vyrobené podle požadavků spotřebitele“ a „zboží přizpůsobené osobním potřebám spotřebitele“. První kategorie je poměrně jednoznačná, bude se jednat o produkty, které byly na žádost spotřebitele zhotoveny jako nové – například ušití šatů na míru, namalování obrazu podle pokynů spotřebitele apod. Co je však myšleno pod úpravou věci, může být sporné. Jedná se zejména o zboží, které podnikatel nabízí, ale v konkrétním případě bylo individualizováno pro potřeby spotřebitele – například úprava již existujících šatů nebo obleku či zhotovení určitého typu rolet na míru.

Modré tričko, velikost L

Problém je v tom, že věci přizpůsobené na míru je nutné odlišovat od pouhého zvolení varianty daného produktu. Jedná se o případy výběru z variant nebo konfigurace produktu, kdy e-shop nabízí například více barev či velikostí. To se často může projevit u e-shopů s oděvy nebo nábytkem apod. *„Jestliže je spotřebiteli dána možnost vybrat si z předem nabízených variant, pak se jedná o*

standardní zboží, které je možné v rámci odstoupení od smlouvy vrátit do 14 dnů od převzetí,“ vysvětluje Eduarda Hekšová. Aby se jednalo o věc, kterou nelze vrátit, musí úprava ztěžovat další prodej jinému zákazníkovi. Pouhé tvrzení prodávajícího tedy nestačí k tomu, aby bylo možné považovat výrobek za upravený na míru.

Je „kuchyně na míru“ vždy vyrobená na míru?

Co je tedy produktem vyrobeným na míru? Zejména se bude jednat o textilní výrobky nebo šperky upravené či vyrobené podle požadavků spotřebitele (záclony šité na míru, tričko s vlastním potiskem, prstýnek s gravírováním apod.). Může jím být také nábytek vyrobený na zakázku, například nábytek atypických rozměrů a tvarů, nebo některé kuchyně na míru. *„Pokud si spotřebitel kuchyni nebo vybavení jiného pokoje ‚na míru‘ pouze poskládá z běžně nabízených kusů nábytku, které dále nejsou nijak upravovány, pak se z podstaty věci o výrobek na míru nejedná. Vybírá si totiž přímo z nabízeného zboží a každý individuální kousek nábytku může být znovu prodán,“* upřesňuje Eduarda Hekšová.

V každém případě platí, že podnikatel by měl spotřebitele vždy předem informovat o uplatnění výjimky a nemožnosti vrácení zboží.

Nevíte, kudy kam?

„V případě, že si spotřebitelé nevědí rady ohledně svých práv, mohou se obrátit na spotřebitelskou poradnu organizace dTest, a to každý všední den od 9 do 17 hodin telefonicky na čísle 299 149 009 či elektronicky pomocí formuláře na stránce dtest.cz/poradna. Pokud řeší konkrétní problém s podnikatelem, mohou využít rovněž naši službu smírného řešení sporů VašeStížnosti.cz,“ uzavírá Eduarda Hekšová z dTestu.

Kontakt pro média:

Lucie Korbeliusová, media@dtest.cz, tel.: +420 604 556 874

dTest, o.p.s. je největší českou spotřebitelskou organizací, která v ČR působí již od roku 1992. Je vydavatelem spotřebitelského časopisu dTest, na jehož stránkách jsou publikovány výsledky nezávislých a objektivních testů produktů, varování před nebezpečnými a zdravotně závadnými výrobky, informace o spotřebitelských právech a rady, jak tato práva účinně uplatňovat. dTest je součástí mezinárodní organizace International Consumer Research and Testing (ICRT) a evropské spotřebitelské organizace BEUC.

Poradenská linka časopisu dTest – 299 149 009 – je v provozu každý pracovní den od 9 do 17 hodin a spotřebitelé na ní mohou konzultovat s právními poradci dTestu nejrůznější spotřebitelské problémy, a to za cenu běžného tarifu volání. Od spuštění v roce 2010 této možnosti využily již statisíce spotřebitelů a poradenská linka časopisu dTest se tak stala první a nejvyhledávanější cestou k řešení potíží, se kterými se zákazníci na trhu setkávají.

https://www.dtest.cz/clanek-12318/dtest-nemoznost-odstoupeni-u-zbozi-na-miru