

dTest: Co si s podnikatelem neujednáte

11.2.2025 - Lucie Korbeliusová | DTest

Překvapivé obchodní podmínky

Mnoho spotřebitelů již někdy uzavřelo smlouvu, ve které odsouhlasili obchodní podmínky, které vůbec neviděli. Často se tak děje při nákupech na internetu, kde stačí jeden klik (bez něhož nelze dokončit objednávku) a spotřebitel potvrdí, že podmínky nejen četl, ale že s nimi i souhlasí. Někteří podnikatelé, zejména ti pochybní či přímo podvodní, poté odkazují na tyto podmínky v případě, kdy chce spotřebitel řešit nějaký problém.

„Setkáváme se například s případy, kdy jsou spotřebitelé odkazováni s řešením reklamace či odstoupením od smlouvy do Číny či Saúdské Arábie, neboť se stránky označují pouze za zprostředkovatele prodeje,“ uvádí Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest.

Je pravdou, že v případě zprostředkování prodeje je zpravidla nutné se s případnými problémy obrátit přímo na prodávajícího, který může být z jiné země. O tom však musí být spotřebitel řádně informován.

„Takové informování by mělo být uvedeno viditelně přímo na stránkách. U samotného produktu by poté měl být řádně označen prodávající, který věc dodá. Samotnou informaci v obchodních podmínkách by bylo nutné vyhodnotit jako překvapivé ustanovení, ke kterému se nepřihlíží,“ upřesňuje Hekšová a dodává: *„Jestliže tedy informování není dostatečné, má tento zprostředkovatel stejné povinnosti jako prodávající.“*

Pokud je však v obchodních podmínkách upraveno například místo pro zaslání zboží k reklamaci (např. smluvní servis v České republice), lze takové ustanovení až na výjimky považovat za účinné.

Blacklist aneb zakázaná ujednání

V rámci ochrany spotřebitelů bylo nutné nastavit jasné hranice. V rámci zneužívajících ujednání se s nimi lze setkat v § 1814 odst. 1 občanského zákoníku, který poskytuje tzv. blacklist – tedy výčet zakázaných ujednání. *„Patří sem například vyloučení či omezení spotřebitelských práv z vadného plnění či umožnění jednostranného zvýšení ceny bez možnosti spotřebitele od smlouvy odstoupit,“* upozorňuje Hekšová. Mimo jiné lze zde objevit nepřiměřené sankce, kterými mohou být například smluvní pokuty. *„Zatímco ve vztazích mezi podnikateli či fyzickými osobami může soud nepřiměřeně vysoké smluvní pokuty moderovat, tedy snížit, u spotřebitelských smluv by se k této smluvní pokutě vůbec nepřihlíželo,“* upozorňuje Hekšová.

Greylist aneb pochybná ujednání

Ve druhém odstavci stejného ustanovení se poté nachází tzv. greylist – jedná se o ujednání, která nemusí být vždy zneužívající, nicméně zákon zakládá domněnku, že zneužívajícími jsou. Podnikatel však, na rozdíl od zakázaných ujednání, může tuto domněnku vyvrátit. Zákon sem zařazuje například odložení určení ceny až na dobu plnění, či možnost podnikatele vypovědět závazek bez přiměřené výpovědní doby.

„Pokud by si spotřebitelé nebyli jisti ohledně určitých ujednání, případně měli jiné dotazy k tomuto tématu, mohou se obrátit na naši spotřebitelskou poradnu na čísle 299 149 009 či elektronicky.“

Pokud by chtěli řešit svou stížnost se společností, mohou se obrátit rovněž na službu VašeStížnosti.cz, kterou provozujeme,” uzavírá Eduarda Hekšová.

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 časopisu dTest 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-11395/dtest-co-si-s-podnikatelem-neujednate>