

Ochrona konsumenta w Republice Czeskiej

David Mlák

I. Ramy prawne ochrony konsumenta

W ramach podejmowanych przez siebie działań Unia Europejska dąży do tego, aby konsumenci podlegali należytej ochronie. Republika Czeska, będąc państwem członkowskim UE, powinna przyjmować wszystkie ustalone zasady. Komisja Europejska wypracowała dla krajów UE i jej konsumentów podstawowe zasady dotyczące ochrony konsumenta.

Ochrona konsumenta w Czechach zajmuje się instytucje rządowe i pozarządowe. Po stronie instytucji rządowych ochrona konsumenta leży w kompetencji Ministerstwa Przemysłu i Handlu. Sprawowany nadzór obejmuje dwa podstawowe obszary.

- Nadzór nad wyrobami nie tylko ciowymi, który wykonuje w szczególności Czeska Inspekcja Handlowa (česká obchodní inspekce), ponadto organy ochrony zdrowia publicznego wykonują te zadania państwowego nadzoru zdrowotnego oraz inne organy w dziedzinach specjalistycznych.
- Nadzór nad wyrobami tylko ciowymi, który wykonuje w szczególności Państwowa Inspekcja Rolno-Spożywcza (Státní zemědělská a potravinářská inspekce) oraz organy administracji weterynaryjnej.

W przypadku organizacji pozarządowych są to różne stowarzyszenia i fundacje. Do najbardziej znanych można zaliczyć Stowarzyszenie Na Rzecz Obrony Konsumenta (Sdružení na obranu spotřebitelů) oraz Stowarzyszenie Czeskich Konsumentów (Sdružení českých spotřebitelů).

Najważniejszym aktem prawnym jest ustawa nr 634/1992 Dz. U. o ochronie konsumenta (o ochraně spotřebitelů). Definiuje ona podstawowe pojęcia, określa obowiązki dotyczące sprzedaży produktów lub świadczenia usług, wymienia zadania administracji publicznej, itd.

Ustawa ta nie jest jednak jedynym przepisem prawa regulującym ochronę konsumenta w Czechach. Istnieją również inne ustawy i przepisy wykonawcze. Są to w szczególności poniższe akty:

- Ustawa nr 321/2001 Dz. U., w sprawie niektórych warunków zawierania kredytu konsumpcyjnego (o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru)
- Ustawa nr 59/1998 Dz. U., w sprawie odpowiedzialności za szkody spowodowane przez wady wyrobu (o odpovědnosti za škodu způsobenou vadou výrobku)
- Ustawa nr 40/1964 Dz.U., kodeks cywilny, z późniejszymi zmianami (obchodní zákoník)
- Ustawa nr 64/1986 Dz.U., o Czeskiej Inspekcji Handlowej, z późniejszymi zmianami (o české obchodní inspekci)
- Ustawa nr 102/2001 Dz.U., w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów i w sprawie zmiany niektórych ustaw, z późniejszymi zmianami (o obecné bezpečnosti výrobků a o změně některých zákonů)
- Ustawa nr 513/1990 Dz.U., kodeks handlowy, z późniejszymi zmianami (obchodní zákoník)

II. Podstawowe zasady ochrony konsumenta w krajach UE

1. Wadliwy artykuł może na zwrócić

Produkt musi odpowiadać warunkom umowy sprzedaży. Jeżeli produkt nie spełnia warunków umowy sprzedaży, konsument może artykuł zwrócić lub dać jego naprawy lub wymiany, ewentualnie może domagać się pełnego zwrotu zapłaconej kwoty lub obniżenia ceny.

2. Wysokie normy bezpieczeństwa

W ramach UE funkcjonują wysokie normy bezpieczeństwa towarów konsumpcyjnych. Normy bezpieczeństwa UE są rygorystyczne i dotyczą zarówno żywności, jak i kosmetyków, zabawek oraz sprzętu elektrycznego. Zgodnie z ogólnymi wymogami prawa unijnego, wszystkie produkty sprzedawane na rynkach UE muszą być bezpieczne. UE gwarantuje bezpieczeństwo żywności w ramach całego obszaru bezpieczeństwa, regulując zasady produkcji żywności, przetwarzania żywności, stosowania w jej produkcji barwników i substancji dodatkowych oraz sprzedaży żywności. Kryteria określone przez UE powinny spełniać również wyroby konsumpcyjne importowane z państw spoza UE. Jeżeli firma, osoba prawna lub fizyczna, wprowadzi na rynek produkt niebezpieczny, ma obowiązek jego wycofania z rynku.

3. Informacje nt. żywności muszą być podane na opakowaniu

Konsument powinien wiedzieć, co żywność zawiera i jaki ma skład. Na opakowaniu powinna być umieszczona informacja o barwnikach, konserwantach, substancjach słodzących oraz innych chemicznych substancjach dodatkowych, nawet jeżeli występują w minimalnych ilościach. Określenia związane z pewnymi wymaganiami dotyczącymi jakości mogą stosować wyłącznie producenci, którzy tak jakoś zapewniają.

4. Warunki umów muszą być uczciwe

Umowy nie mogą zawierać nieuczciwych warunków. Na przykład zapis, że nabywca może odstąpić od umowy tylko w przypadku zapłaconia firmie odszkodowania w śniebotycznej wysokości. Ponadto w umowach nie powinny się pojawić niekorzystne zapisy pisane drobnym drukiem. W przypadku takich nadużyć umowy te mogą być traktowane, jako nieważne lub niezawierające tego typu niekorzystnych warunków.

5. Reklama powinna być rzetelna

Reklama nie może zniekształcać stanu faktycznego. Nie może celowo wprowadzać klientów w błąd. UE wymaga od sprzedawców, aby przekazywali klientom pełne informacje, kim są, co sprzedają, ile ich produkty kosztują (wraz z podatkami i dodatkowymi opłatami) i jak długo będzie trwała ich dostawa.

6. Niektóre transakcje mogą być anulowane bez podania przyczyny

Niektóre rodzaje transakcji, które wykorzystują moment zaskoczenia konsumenta, jak na przykład "sprzedaż w drzwiach" lub transakcje zawarte na odległość bez możliwości obejrzenia towaru, ograniczają możliwość podjęcia przemyślanej decyzji przez konsumenta. A więc co do zasady, można zmienić zdanie i towar zwrócić w ciągu siedmiu dni (w przypadku sprzedaży na odległość 14 dni) bez podania przyczyn.

Zabrania się także sprzedaży artykułów niezamówionych i udzielenia ich za darmo. Zgodnie z przepisami określonymi przez UE w ten sposób postępuje sprzedawca nie ma nawet prawa

do zwrotu wysłanego artykułu. Konsument może wyc otrzymany towar zatrzymać, nie interesując się zwi zanyymi z tym ewentualnymi obowizkami.

7. Szczególna ochrona konsumenta podczas urlopu

Biura podróży muszą zapewnić powrót uczestników do domu nawet, jeżeli ogłoszą upadek. Mają również obowizek zaproponowania rekompensaty za usługi, jeżeli usługi nie były zgodne z opisem wycieczki. Gdy biuro podróży podniesie cenę wycieczki lub zmieni miejsce pobytu bez zgody uczestnika, ma on prawo do rezygnacji z wycieczki. Prawo chroni konsumentów w czasie ich urlopu a nawet po powrocie domu przed działaniami bezskrupularnymi firmami oferującymi systemy wymiany wczasno-czasowej, tzw. timeshare systems. Są to programy, w ramach których konsument ma prawo czasowego korzystania z obiektu rekreacyjnego w oznaczonym czasie. Sprzedawcy takich programów w niektórych miejscowościach wypoczynkowych docierają do zagranicznych turystów, skłaniając ich do podpisywania umów na niekorzystnych warunkach cenowych, nie w pełni zrozumiałych dla obcokrajowców. Tego jednak przepisy UE zabraniają. Konsument ma prawo odstąpienia od umowy w ciągu 15 dni, ma ponadto prawo do otrzymania informacji na piśmie (prospekt) oraz przetłumaczenia umowy na swój język ojczysty. Dzięki temu zminimalizowane jest ryzyko oszustwa.

Konsument

Z punktu widzenia prawa konsument to osoba, która zawiera i realizuje umowę w celu bezpośrednio niezwiązanym z prowadzonym przez siebie działalnością handlową lub inną gospodarczą, lub osoba, która kupuje produkty lub korzysta z usług w celu niezwiązanym z działalnością gospodarczą, czyli konsumentem jest osoba fizyczna, która nie dokonuje czynności związanej z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

Produkt

Produkt jest przedmiotem lub inną wartością (dobrem), oferowaną konsumentowi. Produkt może być przedmiotem stosunku prawnego.

Usługa

Usługa to jakakolwiek działalność gospodarcza, która ma być zaoferowana konsumentowi.

III. Obowiązki dotyczące sprzedaży wyrobów i świadczenia usług w myśl ustawy o ochronie konsumenta

1. Sprzedawca powinien sprzedawać produkty o właściwej wadze, we właściwym zakresie (rozmiarze) lub ilości oraz umożliwić konsumentowi sprawdzenie prawdziwości tych informacji.

2. Sprzedawca powinien sprzedawać produkty lub świadczyć usługi w określonej lub zatwierdzonej jako takiej, jeżeli jest ona właściwie ustalona lub jeżeli wynika to z odrębnych przepisów albo w jakości deklarowanej przez sprzedawcę; jeżeli jako taka nie jest określona, zatwierdzona lub deklarowana, w jakości ogólnie przyjętej.

3. Sprzedawca powinien sprzedawać produkty lub świadczyć usługi po cenach ustalonych zgodnie z przepisami o cenach.

4. Sprzedawca produktów lub świadczy usługi sprzedawcy nie może stosować praktyk dyskryminujących konsumenta.

5. Zabrania się produkowania, importowania, eksportowania, oferowania, sprzedawania lub przekazywania nieodpowiednie produktów, w przypadku których istnieje ryzyko zamiany (pomylenia) z innymi.

6. Sprzedawcy zobowiązany jest do należytego informowania konsumenta o właściwościach sprzedawanych produktów lub charakterze świadczonych usług, o sposobie zastosowania i konserwacji wyrobu oraz o niebezpieczeństwie, jakie wynika z jego nieprawidłowego użytkowania lub konserwacji, jak również o zagrożeniach związanych ze świadczoną usługą. Jeżeli wymaga tego charakter produktu, sposób i okres jego użytkowania, sprzedawcy powinien zadbać o to, aby informacje te były zawarte w dołączonej pisemnej instrukcji i aby były zrozumiałe. Sprzedawcy nie może zwolnić się z tych obowiązków wskazując na fakt, że niezbędnych lub właściwych informacji nie przekazał producent, importer lub dostawca.

7. Sprzedawcy powinien zapewnić, aby sprzedawane przez niego produkty były w sposób widoczny i zrozumiały sposobem oznaczone oznakowaniem producenta lub importera, ewentualnie dostawcy, a jeżeli wymaga tego charakter produktu lub forma sprzedaży, również nazw produktu, danymi np. wagi lub ilości, lub wielkości, ewent. rozmiaru, dalszymi informacjami niezbędnymi w zależności od rodzaju produktu do jego identyfikacji, ewentualnie użycia, danymi dotyczącymi składu materiału w przypadku wyrobów tekstylnych, oraz danymi np. materiału zastosowanych w ich głównych częściach w przypadku obuwia. Jeżeli w czasie użytkowania wyrobu należy przestrzegać szczególnych zasad, w szczególności w sytuacji, gdy sposób użytkowania objęty jest instrukcją, sprzedawcy powinien zapoznać konsumenta z tymi zasadami, chyba że są to zasady powszechnie znane.

8. Sprzedawcy nie może usuwać ani zmieniać oznakowania produktów ani innych informacji umieszczonych przez producenta, importera lub dostawcę.

9. W przypadku sprzedaży produktów używanych lub zmienianych, wyrobów z wad lub wyrobów, których właściwości użytkowe są w innych sposób ograniczone, sprzedawcy musi konsumenta o tych okolicznościach wcześniej wyraźnie poinformować. Takie wyroby podlegają sprzedaży oddzielnie od pozostałych wyrobów. W zakładzie, w miejscu przeznaczonym do sprzedaży takich wyrobów, nie mogą znajdować się przedmioty nieprzeznaczone do sprzedaży.

10. Sprzedawcy musi zapewnić, aby powyżej wymienione informacje, jeżeli są przekazywane na piśmie, były w języku czeskim. Informacje np. składu wyrobów tekstylnych oraz obuwia mogą być przekazywane w formie symboli (piktogramów), które muszą być zrozumiałe, czytelne i precyzyjne. W przypadku sprzedaży wyrobów, do których oznakowania zastosowano symbole (piktogramy), sprzedawcy powinien na ich podstawie wyjaśnić lub w odpowiedni sposób przekazać konsumentowi ich znaczenie.

11. Zgodnie z przepisami dotyczącymi cen, sprzedawcy powinien konsumenta poinformować o cenie sprzedawanych produktów lub świadczonych usług poprzez wyraźne oznakowanie wyrobu ceną lub w odpowiedni inny sposób informacje o cenie produktów lub usług udostępnić. Informacje o cenie lub sytuacji, w której informacja jest niepełna lub jej brakuje, nie może rodzić wątpliwości, a:

- Cena jest niższa od faktycznej.
- Ustalenie ceny zależne jest od okoliczności, od których w rzeczywistości nie zależy.
- W cenie są te koszty dostawy produktów, dzieł sztuki lub usług, za które w rzeczywistości płać się odrębnie.
- Cena była lub będzie podwyższona, obniżona lub niezmienną, choć w rzeczywistości tak nie jest.
- Relacja ceny i użyteczności oferowanego produktu lub usługi a ceny i użyteczności porównywalnego produktu lub usługi jest taka, jaka w rzeczywistości nie jest.

12. Sprzedawca powinien konsumenta należy poinformować o zakresie, warunkach oraz sposobie dochodzenia odpowiedzialności za wady wyrobów i usług, w tym o warunkach zgłaszania oświadczeń od umowy kupna (dalej "reklamacja"). Ponadto powinien poinformować o miejscu zgłaszania reklamacji oraz o sposobie przeprowadzania napraw gwarancyjnych.

13. Jeżeli umożliwia to charakter produktu, sprzedawca powinien na życzenie konsumenta produkt zaprezentować. W przypadkach określonych na mocy przepisów prawa sprzedawca powinien na życzenie wypełnić kartę gwarancyjną. Jeżeli usługa nie jest świadczona w trybie natychmiastowym, sprzedawca powinien wydać konsumentowi pisemne potwierdzenie przyjęcia zamówienia. Potwierdzenie powinno zawierać wskazanie przedmiotu usługi, jej zakres, jakość, cenę za wykonanie usługi oraz termin realizacji.

14. Sprzedawca powinien na życzenie konsumenta wydać dokument potwierdzający zakup wyrobu lub realizację usługi ze wskazaniem daty sprzedaży produktu lub realizacji usługi, rodzaju produktu lub usługi, ceny sprzedaży produktu lub usługi, wraz z danymi identyfikacyjnymi sprzedawcy, zawierającymi imię i nazwisko lub nazwisko albo firmę handlową, ewentualnie nazwisko sprzedawcy, jego numer regionu. W przypadku sprzedaży wyrobów z późniejszych dostaw, dokument powinien zawierać także informacje o miejscu i terminie dostawy. W przypadku sprzedaży produktów używanych lub zmienianych, wyrobów z wadami lub wyrobów, których właściwość została ograniczona w inny sposób, informacje te powinny być na dokumencie wyraźnie wskazane.

15. Jeżeli wymaga tego charakter produktów oraz sposób ich użytkowania, w szczególności pod względem sanitarnych warunków sprzedaży, sprzedawca powinien sprzedawać produkty w opakowaniach spełniających wymogi sanitarne lub zapakować je w takie opakowania w momencie sprzedaży; w przypadku sprzedaży samoobsługowej powinien konsumentowi udostępnić odpowiednią materiały opakunkowe.

16. Z wyjątkiem sytuacji, gdy do celów wykonania naprawy wskazana jest inna osoba, sprzedawca powinien przyjąć reklamację w jakimkolwiek zakładzie, w którym możliwe jest przyjęcie reklamacji ze względu na asortyment sprzedawanych towarów lub świadczonych usług, ewentualnie również w siedzibie lub miejscu prowadzenia działalności. Sprzedawca powinien wydać konsumentowi pisemne potwierdzenie zawierające informacje, kiedy konsument zgłosił reklamację, co stanowi przedmiot reklamacji i jakiego sposobu załatwienia reklamacji konsument żąda; ponadto potwierdzenie o dacie i sposobie załatwienia reklamacji, wraz z potwierdzeniem wykonania naprawy oraz okresie jej trwania, ewentualnie pisemne uzasadnienie odmowy przyjęcia reklamacji. Obowiązek ten dotyczy także innych osób wskazanych do przeprowadzenia naprawy. W godzinach otwarcia zakładu na miejscu powinien przez cały czas przebywać pracownik upoważniony do przyjmowania reklamacji. Sprzedawca lub wskazany przez niego pracownik podejmuje natychmiastową decyzję w sprawie reklamacji, w bardziej skomplikowanych przypadkach w ciągu trzech dni roboczych. Okres ten nie obejmuje czasu niezbędnego do specjalistycznej oceny wady, adekwatnego do rodzaju produktu lub usługi. Reklamacja, w tym usunięcie usterki, powinna być załatwiona bez zbędnej zwłoki, najpóźniej w ciągu 30 dni od dnia zgłoszenia reklamacji, o ile sprzedawca nie uzgodni z konsumentem dłuższego terminu. Po upływie tego terminu konsumentowi przysługują takie same prawa, jak w przypadku wady, której nie można usunąć. W przypadku sprzedaży lub świadczenia usługi poza zgłoszonym (zarejestrowanym) zakładem, sprzedawca powinien w formie pisemnej udostępnić w szczególności nazwę lub imię, nazwisko i adres sprzedawcy, pod którym konsument może zgłosić reklamację również po zakończeniu takiej sprzedaży lub świadczenia usługi.

IV. Nadzór nad przestrzeganiem ustawy o ochronie konsumenta

W zależności od kompetencji, nadzór nad przestrzeganiem ustawy o ochronie konsumenta wykonywany jest przez szereg instytucji państwowych, w szczególności Czeską Inspekcję Handlową (Česká obchodní inspekce), Państwową Inspekcję Rolno-Spożywczą (Státní zemědělská a potravinářská inspekce), krajskie (wojewódzkie) stacje sanitarno-epidemiologiczne (krajské hygienické stanice), Państwową Służbę Weterynaryjną (Státní veterinární správa), krajskie (wojewódzkie) służby weterynaryjne (krajské veterinární správy) oraz Miejską Służbę Weterynaryjną

w Pradze (M stská veterinární správa v Praze), gminne urz dy ds. dziaćno ci gospodarczej (obecni fivnostenské ú ady), waciwe wedćg lokalizacji zakćdu (je eli nie mo na ustali miejscowej waciwo ci wedćg lokalizacji zakćdu, nadzór wykonuj gminne urz dy ds. dziaćno ci gospodarczej wedćg miejsca wykonywanej czynno ci), urz dy celne (w przypadku oferowania lub sprzeda y produktów lub usćg, które naruszaj niektóre prawa wćsno ci intelektualnej, magazynowania takich produktów w celu ich oferowania lub sprzeda y oraz w przypadku u ywania w obrocie handlowym bez zezwolenia oznakowania obj tego ochron w my l odr bnych przepisów, urz d celny mo e takie wyroby lub towary zabezpieczy i postanowi o ich przepadku lub zaj ciu), Czeski Urz d ds. Badania Broni i Amunicji (eský ú ad pro zkou-ení zbraní a st eliva), Czeski Bank Narodowy (eská národní banka), Pa stwowy Zakćd Kontroli Leków (Státní ústav pro kontrolu lé iv). Organy te maj prawo wydawa wi ce zalecenia dotycz ce usuni cia stwierdzonych uchybie . W razie bezpo redniego zagro enia ycia, zdrowia lub mienia mog wstrzyma sprzeda produktów lub wiadczenie usćg lub zakćd zamkn . Wznowienie sprzeda y produktów lub wiadczenia usćg albo otwarcie zakćdu mo liwe jest dopiero po doprowadzeniu sytuacji do stanu bez zastrze e i tylko za pisemn zgod organu, który postanowićo wstrzymaniu sprzeda y wyrobów lub wiadczeniu usćg lub zamkni ciu zakćdu. Ponadto organy te mog na mocy decyzji nać y na producenta, importera, dostawc lub sprzedaj cego obowi zek wycofania z rynku produktu, stwarzaj cego ryzyko zamiany z ywno ci . W przypadku bezpo redniego zagro enia ycia, je eli wymaga tego pilna sytuacja, decyzja taka mo e by przekazana ustnie, po czym nale y bezzwćcznie dor czy decyzj na pi mie.

V. Sankcje za naruszenie zapisów ustawy o ochronie konsumenta

W przypadku naruszenia zapisów ustawy o ochronie konsumenta mamy do czynienia z deliktem administracyjnym. Popećnienie deliktu administracyjnego w my l ustawy o ochronie konsumenta podlega karze do wysoko ci **50 000 000,- CZK** w zale no ci od powagi popećnionego deliktu administracyjnego. Kara za delikt administracyjny do wysoko ci 5000 CZKmo e by nać ona na miejscu (w trybie natychmiastowym) na mocy nakazu.

VI. Zako czenie

Tematyka ochrony konsumenta dotyczy ka dego z nas i w praktyce spotykamy si z tymi zagadnieniami na co dzie . Czeski konsument jest coraz bardziej wiadomy swoich praw i coraz cz cie j umiej tnie i ch tnie egzekwuje. Równie z tego powodu, osoby prowadz ce dziaćno gospodarcz w Czechach powinny na te zagadnienia zwróci wi ksz uwag i w mo liwie maksymalnym stopniu przestrzega wszystkich przepisów prawa zwi zanych z ochron konsumenta. Nie jest to jednak tylko zagro enie ewentualn kar za ich naruszenie. Przede wszystkim nale y pami ta o tym, e tylko zadowolony klient ch tnie wróci ponownie do swojego sprzedawcy lub usćgodawcy.

W razie pyta dotycz cych ochrony konsumenta mo na zwróci si do wy ej wymienionych instytucji administracji pa stwowej, szczególnie do Czeskiej Inspekcji Handlowej, ewentualnie równie do stowarzysze spoćecznych, zajmuj cych si ochron konsumenta.

Ważne adresy:

Ministerstwo Przemysć i Handlu RCz	http://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/pravo-ochrana-spotrebitele/
Czeska Inspekcja Handlowa	http://www.coi.cz/
Pa stwowa Inspekcja Rolno-Spo ywcz	http://www.szpi.gov.cz/
Stowarzyszenie Obrony Konsumentów	http://www.spotrebitele.info/
Stowarzyszenie Czeskich	http://www.konzument.cz/

Konsumentów	
-------------	--