

Tisková zpráva ze dne 27. prosince 2022

dTest: Jak vrátit nevhodný vánoční dárek?

Vrácení vánočních dárků může potkat každého z nás. Nákup na poslední chvíli, špatný výběr, několik stejných dárků? dTest za vás prošel možností, kdy a jakým způsobem mohou být nevhodné dárky vráceny, pokud by se výběr vánočního dárku nepovedl.

Co s nevhodnými dárky

„Před vrácením nevhodných dárků je potřeba ověřit, zda jsme nakoupili vánoční dárky v kamenné prodejně nebo přes e-shop,“ uvádí Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest a dodává: „Pokud spotřebitelé nakoupili vánoční dárky na dálku v různých e-shopech, pak ve lhůtě 14 dnů od převzetí zboží mohou odstoupit od kupní smlouvy bez uvedení důvodu.“ Tato lhůta je stanovena přímo zákonem a postačí, pokud naše rozhodnutí prodejci během této lhůty odešleme, ideálně písemně s dokladem odeslání nebo má-li prodejce on-line formulář, tak jeho on-line vyplněním na webu e-shopu. V případě, že zašleme prodejci odstoupení od smlouvy, pak je potřeba dodržet 14denní lhůtu, ve které je spotřebitel povinen zakoupené zboží odeslat zpět prodejci. Oba kroky lze spojit dohromady, tedy poslat balík se zbožím a oznámením o odstoupení. Důležité je vědět, že existují druhy zboží, které ani při koupi na e-shopu nelze v zákonné lhůtě vrátit, jelikož spadá pod zákonné výjimky. Jedná se zejména o zboží upravené podle vašeho přání (například s gravírováním), zboží podléhající rychlé zkáze (třeba řezané květiny) nebo zboží v uzavřeném obalu, které bylo z obalu vyňato a není jej možné vrátit z hygienických důvodů (zubní kartáček nebo rtěnka), zvukové či obrazové nahrávky (hudební alba, filmy na DVD) nebo počítačové programy a hry, pokud došlo k vybalení z původního obalu. Vracet se nedají ani noviny, periodika nebo časopisy – pro knihy však výjimka neplatí.

„Spotřebitel si může zboží prohlédnout a vyzkoušet,“ vysvětluje Eduarda Hekšová a pokračuje: „Pokud však se zbožím nakládal jinak (třeba jej úmyslně poškodil), odpovídá prodejci za snížení jeho hodnoty.“

Ani v situaci, kdy již čtrnáctidenní lhůta od převzetí zboží uplynula, nemusí spotřebitel přijít o možnost vrátit nevhodný dárek. „Zejména v období Vánoc některé e-shopy umožňují vrátit zboží v delší lhůtě, například třiceti dnů nebo do konce ledna,“ sděluje Eduarda Hekšová a doplňuje: „Což je dobré si předem ověřit, avšak pro vrácení zboží, která je nad zákonný rámec 14 dnů, si již prodejce může stanovit přísnější podmínky pro vrácení zboží, např. dodání neporušeného původního obalu.“

Oprávnění zboží vrátit obchodníkovi má však podle zákona jen ten, kdo ho kupoval, ledaže by obdarovanému postoupil svá práva, a to ideálně písemně. Obchodníci většinou neřeší totožnost osoby, která zboží vrací, pokud se prokáže účtenkou či kupním dokladem. Vyhovět vám však nemusí, proto na to raději myslete.

Spotřebitel nemá povinnost v rámci odstoupení od smlouvy v zákonné lhůtě vrátit zboží v původním obalu. Prodejce tak nemůže po spotřebiteli požadovat, aby vrátil zakoupené zboží přesně v tom samém obalu, ve kterém zboží obdržel. Na druhou stranu je spotřebitel povinen zboží před vrácením k prodávajícímu řádně zabalit nebo jinak opatřit, aby nedošlo k jeho poškození na cestě zpět k prodávajícímu (jinak se vystavuje riziku, že bude odpovídat za snížení hodnoty zboží). O povinnosti spotřebitele vrátit zboží

včetně původního balení by se dalo uvažovat pouze v případě, že by i takové balení bylo součástí kupní smlouvy (např. speciální pouzdra či dárkové balení).

Pokud spotřebitel zboží používal nad rámec běžného seznámení a vyzkoušení, tj. je-li zboží poškozeno porušením povinností kupujícího, je prodávající oprávněn vůči spotřebiteli uplatnit nárok na náhradu snížení hodnoty zboží a započíst jej na vrácenou částku.

„Ze zákona musí prodejce při odstoupení v zákonné lhůtě vrátit spotřebiteli všechny peníze včetně nákladů na prodejcem nabízenou nejlevnější dopravu zboží k vám,“ vysvětluje Eduarda Hekšová a doplňuje: „Myslí se tím z nabídky prodejce a nelze to zaměňovat s možností osobního odběru, která není dodáním v pravém slova smyslu.“ Částku k vrácení poukáže prodejce stejným způsobem, jakým jste zboží platili, pokud se nedohodnete na jiném způsobu.

Při vrácení zboží zpět prodejci však nese náklady spotřebitel. Některé e-shopy však umožňují vrácení zboží zdarma např. prostřednictvím vybraných způsobů dopravy.

Složitější je vrácení zboží v běžných kamenných obchodech. Zde neexistuje zákonné právo cokoliv vrátit zpět bez udání důvodu, a tak si to každý obchod řeší po svém a zákazníci z toho mohou mít těžkou hlavu. Možnost vrátit či vyměnit zboží je zejména ve velkých obchodech a řetězcích častá, není to však povinností podnikatele. V takových případech si ale musíme dát pozor na to, že na vrácení zboží se může vztahovat celá řada dalších podmínek, které si prodejce může určit. „Pokud si spotřebitelé nejsou jisti vhodností dárků, pak doporučujeme i toto kritérium zvážit při výběru konkrétního prodejce,“ uzavírá Eduarda Hekšová.

Pokud spotřebitelé mají otázky k tomuto tématu, mohou se obrátit na bezplatnou spotřebitelskou poradnu dTestu, a to elektronicky na www.dtest.cz/spotrebitelska-poradna nebo telefonicky na číslo 299 149 009.

Kontakt pro média:

Lucie Korbiliusová, 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 desetitisíce spotřebitelů a poradenská linka časopisu dTest se tak stala první a nejvyhledávanější cestou k řešení potíží, se kterými se zákazníci na trhu setkávají.