

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI  
FAKULTA TEXTILNÍ

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

LIBEREC 2007

PAVLÍNA KUNTEOVÁ

Technická univerzita v Liberci

Fakulta textilní



Studijní program: B 3107 Textil

Studijní obor: 3107 R006 Textilní marketing

**REKLAMACE TEXTILNÍCH VÝROBKŮ**  
**THE RECLAMATION OF TEXTILE PRODUCTS**

Pavλίna Kunteová

KHT-519

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Ludmila Fridrichová Ph.D.

Rozsah práce

Počet stran textu.....	39
Počet stran příloh .....	11
Počet tabulek.....	3
Počet obrázků.....	15
Počet grafů .....	1
Počet schémat .....	1

## **P r o h l á š e n í**

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušila autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb. O právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v Univerzitní knihovně TUL.

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č.121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že TUL má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědoma toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem TUL, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených univerzitou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše).

V Liberci dne 14.května

.....

Touto cestou bych ráda poděkovala prodejnám, které poskytly informace o textilních vadách a reklamách textilních výrobků.

Za ochotu a cenné rady chci také upřímně poděkovat vedoucí bakalářské práce Ing. Ludmile Fridrichové, Ph.D. a konzultantovi Doc. Ing. Jaroslavu Staňkovi, CSc.

## **ANOTACE**

Práce se zabývá problematikou reklamací textilních výrobků. Nejprve byl proveden marketingový průzkum zaměřen na reklamace ze strany prodejce a spotřebitele, jehož cílem bylo, zjistit nejčastější důvody reklamací v prodejnách s textilem. Spolu s vyhodnocením jednotlivých odpovědí jsou zde zmíněny i poznatky získány během průzkumu.

V další části je podrobně rozepsán postup reklamačního řízení spolu se zákony týkající se práv a povinností prodejce a zákazníka, o kterých pojednává Zákon o ochraně spotřebitele a Občanský zákoník.

V návaznosti na první část, která se zabývá průběhem a výsledky průzkumu, je napsána část třetí, kde je nastíněn způsob vzniku a následné testování zjištěných vad. Právě ty výrobky jsou doporučeny k testování na Technické univerzitě v Liberci.

Nutno podotknout, že informace o výrobcích a jejich vadách jsou pravdivé, ale na přání prodejců zde nejsou zveřejněna jména, názvy a ani jiné znaky, prozrazující původ výrobku.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

Prodejce

Kupující, spotřebitel, zákazník

Reklamace výrobků

Životnost výrobku

Vada výrobku

Znalecký posudek

## **ANNOTATION**

The diploma thesis is inquiring into the problematics of reclamation of textiles. In the beginning, a marketing survey was performed which focused on reclamations from both the seller's and customer's side to determine the most frequent reasons for the reclamations in the textile shops. Along with the evaluation of every answer, findings collected during the survey are also mentioned.

In the next section, the detailed description of reclamation process is provided with the laws about privileges and liabilities of the seller and the customer, as determined in the Law of Customer Protection and Citizen Code of Law.

The third section discusses the manner in which the defects occur and their testing. Those defect products are recommended for the testing at the Technical University of Liberec.

The information about the products and their defects was authenticated, but at the seller's request, all names or other identification marks which may serve to identify the origin of the products discussed are not mentioned.

## **KEY WORDS**

Seller

Buyer, consumer, customer

Product reclamation

Product lifetime

Product defects

Expert evidence

OBSAH:

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>1 PRŮZKUM TRHU</b> .....	<b>10</b>
1.1 Průzkum trhu zaměřen na prodejce textilních výrobků .....	10
1.2 Skupiny prodejen .....	10
1.3 Průzkum trhu zaměřen na spotřebitele.....	17
1.4 Poznatky získané během průzkumu trhu .....	19
<b>2 PROCES REKLAMACE ODĚVNÍCH VÝROBKŮ</b> .....	<b>20</b>
2.1 Záruční doba .....	20
2.2 Životnost výrobku.....	20
2.3 Vady výrobku .....	21
<b>3 POSTUP PŘI REKLAMAČNÍM ŘÍZENÍ</b> .....	<b>24</b>
3.1 Místo uplatnění reklamace.....	24
3.2 Požadavky prodejce na počátku reklamačního řízení.....	25
3.3 Náležitosti reklamačního protokolu.....	25
3.4 Rozhodnutí o uznání či zamítnutí reklamace.....	25
3.5 Uznání reklamace .....	26
3.6 Reklamace zamítnuta .....	27
3.7 Pasivní jednání prodejce .....	28
3.8 Vyřízení reklamace .....	28
3.9 Znalecký posudek .....	29
<b>4 SHRUTÍ PRÁV A POVINNOSTÍ PŘI REKLAMAČNÍM ŘÍZENÍ</b> .....	<b>31</b>
<b>5 DOPORUČENÍ CHOVÁNÍ SPOTŘEBITELE BĚHEM NÁKUPU ZBOŽÍ</b> .	<b>32</b>
<b>6 NÁVRH TEXTILNÍCH VÝROBKŮ VHODNÝCH PRO TESTOVÁNÍ NA TECHNICKÉ UNIVERZITĚ V LIBERCI</b> .....	<b>35</b>
6.1 Kvalita a jakost textilního výrobku.....	35
6.2 Testování textilních výrobků .....	35
<b>7 ZÁVĚR</b> .....	<b>46</b>
<b>8 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY</b> .....	<b>48</b>
<b>9 SEZNAM PŘÍLOH</b> .....	<b>49</b>

## ÚVOD

Reklamace textilních výrobků je v dnešní době již pojem známý široké veřejnosti. Bohužel ne každý tento pojem zná natolik, aby si věděl rady v situacích, které se v této problematice nabízejí.

Proces reklamace je někdy zdlouhavý způsob toho, jak docílit svých potřeb a přání, ať už se jedná o zákazníka či prodejce. Zdlouhavý proto, že problematika reklamací s sebou přináší mnoho nástrah v podobě případné neznalosti zákonů, jež v závěru může vyústit až v soudní spor, který nejen že nemá dobrý vliv na zákazníka, ale jistým způsobem může poškodit i jméno firmy.

Cílem práce je v první řadě zjištění četnosti reklamací směřovaných na textilní výrobek zaznamenaných jak prodejcem, tak spotřebitelem. Ze samotného zjištění četnosti vyplývají nejčastější důvody reklamací, tedy vady, které se na výrobcích objevují, a které jsou předmětem následného testování. Aby bylo možné dojít k nějakému cíli, bylo zapotřebí provést marketingový průzkum. Ten kromě potřebných informací týkajících se důvodů reklamací výrobku, poskytl také informace o zkušenostech prodejců s chováním spotřebitele během reklamačního řízení, ale i o dalších vztazích prodejce / kupující.

Vzhledem k tomu, že průzkum byl prováděn ve velmi příjemné atmosféře a vztahu se samotným prodejcem, bylo možné získat i tak zvaně vzácné informace, které jsou následně použity v kapitole Testování výrobků na TUL.

Tato práce je ve své podstatě návod, jak předcházet jmenovaným obtížím, které při reklamacích mohou nastat. Provází spotřebitele touto problematikou od samotného počátku důvodu reklamace až k úspěšnému či neúspěšnému konci přes různá zákoutí, která se v dané situaci nabízí.



# 1 PRŮZKUM TRHU

## 1.1 PRŮZKUM TRHU ZAMĚŘEN NA PRODEJCE TEXTILNÍCH VÝROBKŮ

### **Předmět průzkumu**

Průzkum trhu zaměřen na reklamace textilních výrobků ze strany prodejce byl proveden v době od prosince 2006 do února 2007 v městě Liberec. Předmětem průzkumu bylo, dotazování prodejen s textilním zbožím na otázky týkající se vadnosti a následné reklamace textilních výrobků.

Bylo osloveno 30 prodejen s textilním zbožím. Jedná se o prodejny české, ale hlavně zahraniční výroby s různým sortimentem textilního zboží. Z 30 prodejen pouze dvě odmítly podat jakékoliv informace o vadách na jejich výrobcích.

### **Cíl průzkumu**

Cílem dotazování v jednotlivých prodejnách bylo zjistit, jaké jsou nejčastější důvody reklamací na jejich textilní výrobek; dále zjistit, jakými pravidly se prodejna řídí a jak dobře vychází či nevychází vstříc zákazníkům při reklamaci výrobku.

Získaná data jsou podrobně rozepsána v Příloze 1.

## 1.2 SKUPINY PRODEJEN

Z důvodu, že firmy poskytly informace pouze za příslib mlčení, není možné je zde jmenovat. Tudíž jsou prodejny pouze rozděleny do skupin podobného sortimentu.

Při samotném průzkumu nebylo bráno zřetel na konkrétní skupinu výrobků, ale byly zaznamenávány reklamace všech druhů výrobků. Při vyhodnocování bylo vybráno 5 nejčastěji a nejčetněji se poškozujících druhů výrobků.

Hlavní skupinu tvoří trička, košile (pro volný čas, klasické ), svetry, kalhoty (džíny, sportovní kalhoty, klasické kalhoty ), bundy (sportovní, pro volný čas) a vedlejší skupinu tvoří technické doplňky-oděvní galanterie (přezky, zdrhovadla, knoflíky, velcro pásky, ...).

## Charakteristika prodejen skupiny A

Sortimentem prodejen skupiny A je především zboží středně nízké ceny, ale velmi průměrné jakosti prodávaného zboží. Vzhledem k výši ceny je zde četnost reklamací relativně nízká. Spotřebitel, který shledá vadu na výrobku s tak „nízkou“ cenou zvažuje, zda-li se mu reklamace takového výrobku vyplatí.

Tabulka č. 1. Důvody reklamací v prodejnách skupiny A

<b>PRODEJNA</b>	<b>DŮVOD REKLAMACE</b>
Prodejna A1	Výměna velikosti Pevnost švů
Prodejna A2	Rozpárané švy Nestálobarevnost
Prodejna A3	Párání švů Párání módních stehů a švů
Prodejna A4	Výměna velikost Párání švů Párání módních stehů a švů
Prodejna A5	Tvarová stálost Přípevnění technických součástí
Prodejna A6	Přípevnění technických součástí
Prodejna A7	Pevnost módních stehů a švů Nestálobarevnost Tvarová stálost

## Charakteristika prodejen skupiny B

Zboží prodejen zařazených do skupiny B je oceněno cenou, která odpovídá kvalitě prodávaného výrobku. Nicméně, důvody reklamací jsou zde podobné jako u ostatních skupin. Jediným rozdílem je, že zde spotřebitel uplatňuje reklamaci častěji, právě z důvodu vyšší ceny. Zde nakoupený výrobek si spotřebitel pořizuje i za účelem funkčnosti a praktičnosti výrobku, proto když se objeví na výrobku vada, spotřebitel výrobek reklamuje (opak předchozí skupiny).

Tabulka č. 2. Důvody reklamací v prodejnách skupiny B

PRODEJNA	DŮVOD REKLAMACE
Prodejna B1	Nízká kvalita zipů Párání švů Párání módních stehů a švů Vypuštění oka v pleteninách Přípevnění technických součástí
Prodejna B2	Výměna velikosti Nedošití švů
Prodejna B3	Přípevnění druků Pevnost švů
Prodejna B4	Vyšisování džínů Pevnost švů Pevnost módních stehů a švů Nestálobarevnost
Prodejna B5	Pevnost švů Pevnost módních stehů a švů
Prodejna B6	Pevnost švů Pevnost módních stehů a švů
Prodejna B7	Pevnost švů Přípevnění druků Kvalita zdrhovadel
Prodejna B8	Vypadávání chlupu u synt. kožešin Přípevnění flitrů, kamínek Párání módních švů a stehů
Prodejna B9	Pevnost švů Tvarová stálost
Prodejna B10	Pevnost švů Vypuštění ok v pleteninách
Prodejna B11	Výměna velikostí Žmolkovitost
Prodejna B12	Pevnost švů Pevnost módních stehů a švů
Prodejna B13	Řídnutí vazby manšestru Nestálobarevnost Vady zdrhovadel

## Charakteristika prodejen skupiny C

Prodejny skupiny C jsou charakteristické svou vysokou cenou a ve většině případů i vysokou kvalitou. Existují zde ale výjimky, kdy lze narazit na skupinu výrobků v nižší kvalitě než výrobky ostatní v rámci jedné firmy. Právě tyto výjimky byly předmětem zkoumání a jsou rozepsány v následující tabulce.

Tabulka č. 3. Důvody reklamací v prodejnách skupiny C

PRODEJNA	DŮVOD REKLAMACE
Prodejna C1	Pevnost švů Odlepování membrány
Prodejna C2	Kvalita zátěru na zdrhovadlech Žmolkovitost na technických bundách
Prodejna C3	Kvalita zátěru, Nestálobarevnost
Prodejna C4	Výměna velikosti Tvarová stálost
Prodejna C5	Pevnost švů Výměna velikosti
Prodejna C6	Tvarová stálost Pevnost švů Vady zdrhovadel
Prodejna C7	Výměna velikosti Nedošití švů
Prodejna C8	Pevnost švů Žmolkovitost

Důvody reklamací jsou u všech skupin prodejen dosti podobné až stejné. Rozdíl je však v době, za kterou se na výrobku vada objeví a jak je následně řešena situace reklamace zboží. Zpravidla firmy na vyšší úrovni řeší reklamace bez problémů, nechtějí poškodit spotřebitelovo mínění o jejich firmě, a v neposlední řadě nechtějí poškodit své jméno. Proto se spotřebitel právě v těchto prodejnách setká se vstřícností a plynulým vyřízením reklamace.

V prodejnách, které jsou zásobeny zbožím nižší ceny i jakosti, se spotřebitel setká i s velmi nevhodným chováním prodejce. Ti mají pocit, že je lidé svým problémem zatěžují a o jejich vstřícnosti se v některých případech dá velmi pochybovat. Je to také dáno tím, na jaké úrovni jsou prodejci nejen v oblasti reklamací proškoleni.

## Výsledky plynoucí z průzkumu trhu

Kupující, který jde do obchodu za účelem koupě textilního výrobku pro volný čas, společenskou akci, sport, vycházku, apod., většinou od prodejce požaduje módnost, široké použití a kvalitu výrobku, jeho snadnou údržbu a patřičnou životnost. Některé podniky, které kladou důraz hlavně na zisk, často zapomínají na tu skutečnost, že prodaný nekvalitní výrobek za pár týdnů může skončit nevyužit a poničen v jeho skladu. Toto je případ prodejen, prodávajících výrobky z dovozu a co se týče prodejen ve jmenovaném Liberci, často i s personálem neprokazující známku proškolení v oboru. Jedná se o prodejny „vietnamského typu“, kde prodejci především kladou důraz na prodejnost výrobků často nízké kvality (zde však často kupující neobdrží při koupi doklad o zakoupení výrobku, tudíž reklamace je zde vyřizována způsobem známosti, dohody, apod. ;proto tyto prodejny do průzkumu zahrnuty nebyly).

Prodejny, kterých se týká průzkum trhu, prodávají výrobky často k jejich přesvědčení ve vysoké kvalitě a jak bylo zjištěno, i kupující je zpočátku přesvědčen o vysoké životnosti. Bohužel během přirozeného používání výrobku může dojít ke vzniku vady, která je důvodem začátku reklamačního řízení.

Nejčastější důvody reklamací v oslovených 28-ti firmách jsou následující:

- ☐ Výměna velikostí
- ☐ Párání švů-boční, rukávový, ramenní u oděvů nošených na horní polovině těla; krokový a sedový šev u oděvů nošených na dolní polovině těla.
- ☐ Nestálobarevnost
- ☐ Pevnost „módních stehů a švů“
- ☐ Technické součásti oděvu (druky, knoflíky, přezky, apod...) -padání, uvolňování, znehodnocení, způsobené nedokonalým připevněním...
- ☐ Nízká kvalita zdrhovadel
- ☐ Řídnutí vazby u džínových a manšestrových kalhot (především u džínů módně „vyšisovaných“ dochází k dalšímu narušování pevnosti vazby vlivem jejího používání). Manšestrové kalhoty podléhají rychlému opotřebení v oblasti krokového švu; dochází k vytřepení a řídnutí vazby.
- ☐ Žmolkovitost
- ☐ Samovolné vypadávání chlupu u syntetických kožešin
- ☐ Nízká pevnost přilepení membrány Gore-tex
- ☐ Nízká pevnost zátěrů, kryjících zdrhovadla

Ve většině dotázaných firem řeší dále problém s výměnou nenošeného zboží z důvodu rozlišných velikostních tabulek u různých výrobců ( například: velikost „M“ není stejná u dvou různých výrobců ).

Je to dáno i kulturou národa, ze kterého výrobce pochází. Čeští občané jsou například většího vzrůstu než Japonští, ale zároveň jsou „obéznější“ než Španělé. Proto v prodejnách při zkoušení takového výrobku má spotřebitel často pocit, že tento výrobek je špatně označen ( jinak řečeno- najednou má o dvě čísla větší košili než u českých výrobců ).

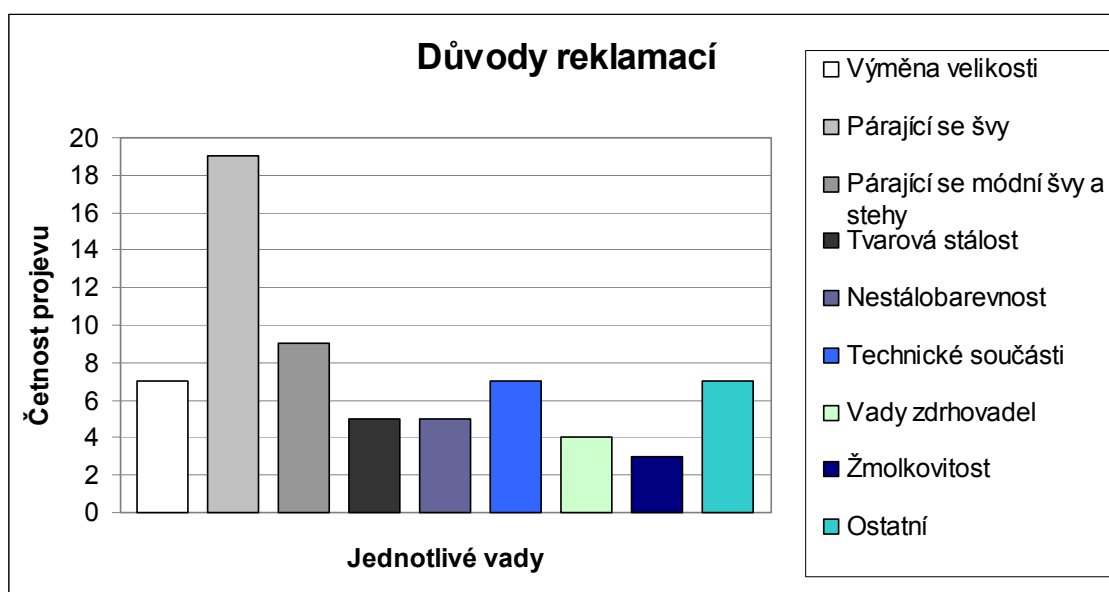
V těchto případech cca 80 % dotázaných firem zboží vyměňuje za jinou velikost bez potíží.

### **Grafické znázornění výsledků průzkumu trhu zaměřeného na prodejce**

Do skupiny „ostatní“ jsou zahrnuty vady, které samostatně svou četností nezaujímají vysoké hodnoty, ale jsou velmi důležitými vadami, které se na výrobcích objevují, proto je jim věnována z větší části i kapitola poslední „Testování vybraných výrobků na Technické univerzitě v Liberci“. Právě pro jejich nízký počet jsou spojeny do jednoho celku a jedná se o následující vady:

- Pevnost přilepení membrán na sportovních bundách.
- Zátěry zdrhovadel na sportovních bundách.
- Vypadávání syntetického chlupu
- Nízká pevnost vazby u „módně vyšisovaných“ kalhot
- Nízká odolnost v oděru u výrobků z manšestru a žinylky
- Žmolkovitost technických sportovních bund
- Vypuštěná oka v pleteninách

Graf č. 1 : Výsledky průzkumu trhu zaměřeného na prodejce



Z grafu je patrné, že nejčastěji se prodejci potýkají s nízkou pevností švů a módních stehů ( důvod nízké pevnosti je podrobně rozepsán v podkapitole „Párající se švy“ ).

Hned na místě třetím je problém s výměnou velikostí. Jde o případy, kdy darované zboží není té správné velikosti, ale především jde o odlišnosti ve velikostních tabulkách výrobce. Své místo by zde jistě zastaly ve větší míře i vady připevnění membrán a použití zátěrů ke krytí zdrhovadel, ale k tomu by bylo nutné provést průzkum v širším segmentu s orientací na prodejny outdoorového typu.

### 1.3 PRŮZKUM TRHU ZAMĚŘEN NA SPOTŘEBITELE

#### **Předmět průzkumu**

Předmětem výzkumu bylo zjistit, co trápí spotřebitele při reklamaci výrobku, na kterém se objevila vada, jaké zkušenosti má s jednáním prodejce při uplatňování reklamace a především jaké jsou důvody reklamací z jeho strany.

Dále bylo předmětem zkoumání zjistit, jak dobře respondenti ovládají problematiku reklamací, zda-li si vědí rady při jednání s prodejcem, zda-li umí rozeznat vadu způsobenou přirozeným vývojem výrobku, či zaviněnou vlastním zacházením, apod.

Osloveno bylo 80 respondentů. Jedná se především (z 60 %) o studenty Technické univerzity v Liberci. Jde totiž o respondenty, kteří vzhledem k velké vzdálenosti od domova tráví svá studentská léta na kolejích. Ve volném čase chodí na brigády právě v okolí Liberce a své potřeby týkající se odívání často uspokojují právě ve zdejších obchodech s oděvy. Zbývajících 40% pokrývají občané Liberce, kteří v době průzkumu právě nakupovali, či se pohybovali v blízké vzdálenosti obchodů s oděvy (také lidé, kteří projevovali zájem o oděvy prohlížením výloh, apod. ).

#### **Cíl průzkumu**

Cílem průzkumu trhu zaměřeného na samotného spotřebitele bylo zjistit, jaké konkrétní problémy s výrobkem spotřebitel má. Jaké má zkušenosti se samotnou reklamací výrobku, atd. Zjištěním, jaké vady se na tom kterém výrobku objevují, lze dosáhnout alespoň předběžného povědomí o jejich vadnosti a v návaznosti na poslední kapitolu, kde se objevují výrobky doporučené k testování, se může společnými výsledky na vyskytující se vadu upozornit samotného spotřebitele i prodejce.

#### **Výsledky průzkumu**

Průzkumem bylo zjištěno, že lidé nemají příliš velký zájem jít do obchodu a reklamovat zboží. V počátku je odrazuje čas, který stráví v prodejně s vysvětlováním a následným dokumentováním vady výrobku. V další fázi je obtěžuje 30-ti denní čekací doba na vyřízení reklamace. Často jde o sezónní zboží a nechtějí čekat celý měsíc.

Nutno dodat, že ne vždy firma využije celých 30 dní k odstranění vady, ale snaží se ji odstranit rychle a kvalitně. A to z důvodu, aby na ně zákazník nezanevřel.



V některých případech také dochází k nesolidnímu jednání prodejce a následnému odrazení kupujícího a zavržení veškerých jeho dalších snah na uplatnění reklamace.

Při dotazování bylo dále zjištěno, že mnoho lidí není příliš informováno o průběhu, zákonitostech a omylech při reklamačním řízení a často osočují prodejce, že jsou v právu. Následně dochází k tomu, že prodejce ztrácí veškerou vstřícnost v jednání a reklamaci zamítne ihned. Je to nezákonné, ale i spotřebitel by měl vědět, jak se chovat při jednání v této problematice (viz kapitola 5-Doporučení chování spotřebitele během nákupu zboží). Jednak z důvodu vlastní „bezpečnosti“ a dále také z důvodu udržení si dobrých vztahů.

### **Nejčastější důvody reklamací oslovených respondentů**

Mezi nejčastější důvody reklamací ze strany spotřebitele bezpochyby patří výměna velikosti či zboží darovaného, které požadují vyměnit za jiné.

Dalším důvodem, proč jde kupující zboží reklamovat, je například ztráta knoflíku, druku, apod., jež nebyl u oděvu jako náhradní. V případě, že výrobek tuto náhradní součást obsahuje, si kupující často vadu odstraní sám (právě z důvodu cesty do prodejny a čekání-v tomto případě 1-5 dní).

Další důvody reklamací:

- Párání švů
- Žmolkování materiálu - zde jde o to, zda kupující alespoň trochu tuší, z jakého materiálu je právě zakoupený výrobek a zda s ním správně nakládal při jeho údržbě
- Stálost velikosti a tvaru (srážení, vytahování výrobku)
- Nízká kvalita zdrhovadel



*Obrázek č. 1 Ukázka žmolkovitosti*

## 1.4 POZNATKY ZÍSKANÉ BĚHEM PRŮZKUMU TRHU

Během průzkumu jsem se ve většině případů setkala se vstřícností samotných prodejců / vedoucích prodejen. Pouze v několika málo prodejnách nebyli ochotni podat informace o zmiňované problematice. Tuto neochotu spolupracovat ale sdělili jemným, nenásilným a zároveň jasným způsobem, kterým dávali najevo, že nechtějí šířit informace, které by mohly poškodit jejich jméno, nebo že by mohlo dojít i k jinému případnému zkreslování informací.

Styk prodejce se spotřebitelem ve věci reklamace, nemusí být vždy příjemnou situací. Prodejci se vždy snaží zákazníkům vyhovět, ale dost často se potýkají s neznalostí spotřebitele vůči danému problému. V oslovených prodejnách často docházelo i k slovním nařknutím prodejce spotřebitelem a jeho neslušností a to většinou tehdy, když měl kupující buď nedostatečné či dokonce zkreslené informace o průběhu reklamačním řízení či když se přespříliš snažil domoci se práva neprávem. Prodejce tyto případy někdy řeší i tou nejjednodušší cestou pro spotřebitele, ale ně tou méně preferovanou pro sebe, a sice, aby se vyhnul nějakým dalším problémům, vrátí raději spotřebiteli peníze (není to standardní postup a takto řeší danou situaci cca 5 prodejen ze zmiňovaných 28-mi ).

Spotřebitelé se naopak snaží reklamovat zboží s vadou, kterou sice způsobili neúmyslně, ale vlastním zaviněním nebo se snaží uplatnit reklamaci na zboží zakoupené u konkurence leč dosti podobné.

Častým problémem je u spotřebitelů ztráta dokladu o zakoupení výrobku. V těchto případech je prodejce neoblomný a zboží k reklamaci nepřijme, i když se jedná o zboží s vadou evidentně nezaviněnou vlastní vinou. Některé velké firmy si mohou dovolit udělat výjimku, ale s takovým jednáním jsem se setkala při průzkumu pouze jednou.

Při dotazování se respondentů bylo dále vyzorováno, že v mnoha případech spotřebitel ani neví, že pokud jde reklamovat jakékoliv textilní zboží, musí být podáno k reklamaci v čistém stavu bez pachu.

Naopak někteří respondenti mne překvapili s jejich přehledem o postupech reklamačního řízení a také o znalosti a přehledu na některých internetových stránkách, jež se touto problematikou zabývají.

## 2 PROCES REKLAMACE ODĚVNÍCH VÝROBKŮ

Uplatněním reklamace se spotřebitel domáhá svých práv a může se jich domoci pouze tehdy, je-li reklamace uplatněna včas, na správném místě a v souladu se stanovenými pravidly. Každá reklamace je svým způsobem osobitým případem. [2].

### 2.1 ZÁRUČNÍ DOBA

Po samotné koupi oděvního výrobku dochází k jeho užívání a péči s užíváním související. Od koupě začíná běžet záruční doba, která je od 1.1. 2003 ze zákona vyměřena pro spotřební zboží na 24 měsíců. Délku záruční doby určuje občanský zákoník. Záruční doba může být i delší než 24 měsíců, zde záleží na prodávajícím a jeho prohlášení v záručním listě (prohlášení musí obsahovat podmínky a rozsah prodloužené záruční doby). Záruční doba neběží ode dne uplatnění reklamace do doby, kdy byl kupující povinen věc převzít (záruční doba se prodlužuje o dobu, po kterou byla reklamace vyřizována).

Záruční doba na opravy a úpravy různého charakteru je vyměřena na 3 měsíce, pokud není sjednána nebo stanovena zvláštními předpisy jinak.

Když už je zboží v užívání, tak se může během záruční doby objevit na věci vada, která má různý důvod vzniku.

Obecně vady vznikají následujícími způsoby:

- Jako důsledek technologické chyby.
- Jako projev vady materiálu (následné posouzení znalcem).
- Vlastním zaviněním –nepřiměřeným chováním a ošetřováním výrobku.

### 2.2 ŽIVOTNOST VÝROBKU

Při výběru oděvu je důležité si uvědomit, že životnost výrobku spadajícího do kategorie módních výrobků je doba životnosti podstatně kratší, než u těch, které módním vlnám nepodléhají a nosí se standardně v případě potřeby spotřebitele. Důvodem nízké životnosti módních oděvů je použití různých dalších atypických komponentů. Jedná se o různé lesklé lurexové efekty objevující se na povrchu textilie, kde jednodušeji podléhají oděru.

Životnost textilního výrobku se dá vyjádřit řadou objektivně měřitelných vlastností jako pevnost, odolnost v oděru, odolnost proti rozvláknění a proti žmolkování nebo zátrhovosti, posuvnost nití ve švu, stálobarevnost na světle.

Životnost výrobku ovlivňuje jeho materiálové složení a případný módní efekt. Je ovlivňována také především způsobem, jakým s výrobkem spotřebitel zachází. Pro optimální délku životnosti výrobku je nutné dodržet postup údržby prostřednictvím symbolů údržby [6].

### **2.3 VADY VÝROBKU**

Vady výrobku se z hlediska jejich vzniku a odstranění dělí na vady odstranitelné a neodstranitelné.

Pokud vada nevznikla zaviněním spotřebitele, mělo by být téměř pravidlem, že prodávající bude ke spotřebiteli vstřícný. Textilní výrobky ve většině případů podléhají vadám konfekčním-čili jde o vady odstranitelné.

Za předpokladu, že textilní výrobek byl používán způsobem jemu určeným a ošetřován ve shodě s deklarací a vyskytne se na něm vada, je tato vada zařazena do kategorie neodstranitelných vad.

#### **Vady odstranitelné**

Za vadu odstranitelnou se považuje vada taková, která po opravě nadále umožňuje používat výrobek bez jakéhokoliv omezení.

Jde například o vady typu:

- Špatné našití velcro pásku na výrobek
- Nestejnoměrné ozdobné prošití
- Rozpárané švy
- Vytržení zdrhovadla z vrchního materiálu

Pokud se na výrobku objeví odstranitelná vada, vstupuje tento výrobek do reklamačního řízení, kde se rozhoduje o oprávněnosti reklamace. U vad odstranitelných má spotřebitel následující práva:

- právo na odstranění vady
- právo na výměnu věci ( pouze v případě, že nebyla věc použita, může kupující požadovat její výměnu ) nebo na výměnu součásti, týká-li se vada jen součásti věci
- právo od kupní smlouvy odstoupit - jen pokud nelze věc řádně užívat pro opětovné vyskytnutí stejné vady po opravě (dvojnásobné) nebo pro větší počet vad. [2]

## **Vady neodstranitelné**

Neodstranitelnou vadou se rozumí vada, kterou nelze opravit, nebo v případě, kdy do 30 dnů nebyla opravena vada odstranitelná. Kupující má v těchto situacích tyto práva:

- právo od smlouvy odstoupit
- právo na výměnu věci
- právo na přiměřenou slevu z ceny

U vad neodstranitelných rozhoduje pouze kupující jaké právo uplatní [2].

Vady je nutno reklamovat okamžitě po jejich vzniku, bez zbytečného odkladu (§599 Občanského zákoníku - uplatnění vad).

Jde například o tyto vady:

- nízká stálobarevnost v otěrech za sucha
- nízká stálobarevnost v otěrech za vlhka
- nízká odolnost proti působení potu
- nestálost rozměrů (sražení textilie po údržbě)

Objeví-li se na výrobku vada v prvních šesti měsících dvouleté záruky, je brána jako vada, která na výrobku byla již na počátku, tedy již od okamžiku převzetí výrobku, pokud se neprokáže opak ( Občanský zákoník, § 616, odstavec 4 ). Nebude-li chtít prodávající reklamaci uznat, musí prokázat, že jím prodaný výrobek v době koupě vadou netrpěl. Pokud toto bude důvodem soudního sporu a prodávající nebude schopen předložit důkaz, tento soudní spor s největší pravděpodobností prohraje a je povinen uspokojit veškeré nároky spotřebitele.

Z této skutečnosti tedy plyne pro konečného spotřebitele poučení, neztrácet čas a reklamovat výrobek ihned po zjištění vady.

Pokud kupující reklamuje zboží v období mezi 7. a 24. měsícem ( čili po uplynutí oněch 6 měsíců záruční doby ) a prodávající odmítne tuto reklamaci uznat, je řada na spotřebiteli prokázat, že odpovědnost za vadu nese prodávající. Důkazní břemeno, že výrobek trpí vadou (bez ohledu na to, zda je odstranitelná nebo neodstranitelná), za kterou odpovídá prodávající, se tak přesouvá na spotřebitele [4].

## Sezónní zboží

Existuje malá skupina výrobků, které se nosí pouze v jedné sezóně. Jde především o saka, obleky, kostýmy, pláště, některé bundy, apod., jež se nesmí prát v pračce, nýbrž čistit v čistírnách. Objevení vady tedy nemusí proběhnout v oněch prvních šesti měsících ale později (až po případné údržbě), tudíž se reklamace zpravidla posune do dalších měsíců. Pokud se ale vada vyskytne po údržbě v čistírně, přesouvá se odpovědnost za vadu způsobenou na čistírnu, která zřejmě nedodržela technologický postup čištění, nebo byla vada způsobena nekvalitním výrobkem. Na tyto případy zvláštní odpovědnosti, mezi které patří čistírny a prádelny, pamatuje Občanský zákoník v § 421, kde se říká: *„Každý, kdo od jiného převzal věc, jež má být předmětem jeho závazku, odpovídá za její poškození, ztrátu nebo zničení, ledaže by ke škodě došlo i jinak.“* [4]

Vzhledem k narůstající pohodlnosti spotřebitelů a rozšířenosti čistíren a prádelen budou zřejmě narůstat sporné situace, kdy bude předmětem zkoumání, zda výrobek poškodila čistírna/prádelna, nebo zda k poškození došlo při vlastní domácí údržbě. K posouzení například stálobarevnosti často postačí jen odstřížek původního materiálu. Pokud ale dojde ke změně rozměrů výrobku po údržbě a při ní bylo postupováno dle doporučení výrobce, je nutné mít pro odborné posouzení k dispozici totožný výrobek či materiál, z něhož byl výrobek zhotoven.

Spory podobného typu jsou však náročné na finance. Skutečně je nutné odborné posouzení, aby se zjistilo, zda bude plátcem nákladů prodejce, čistírna/prádelna či spotřebitel.

Pokud je vina na straně výrobku, nese odpovědnost za vadu a následné náklady s posouzením vzniklé prodávající. Je-li vina na straně čistírny / prádelny, musí právě ona uhradit náklady spojené s posouzením, včetně náhrady škody za výrobek.

Pokud vina na spotřebiteli, který se nedržel doporučených symbolů k údržbě, musí právě on uhradit veškeré náklady spojené s odborným posouzením.

Existuje ještě jedna skupina výrobků, která ztěžuje reklamační řízení. Jde o výrobky, které byly v důsledku slev nakoupeny v závěru jedné právě končící sezóny. Často se výrobek nosí až za dobu, kdy ta samá sezóna opět začíná, což je zpravidla doba cca 6 měsíců. Právě těch 6 měsíců, ve kterých se přirozeně vada objeví. V tomto případě se tedy vada může objevit až po uplynutí zmíněné doby, prodejce reklamaci neuzná a jak již bylo uvedeno výše, je na spotřebiteli, aby prokázal, že jde skutečně o vadu [4].

### 3 POSTUP PŘI REKLAMAČNÍM ŘÍZENÍ

( Pozn. : pravidla pro reklamační řízení prodejce/kupující )

Před samotným konáním reklamačního řízení je nutné si uvědomit, zda-li má spotřebitel právo zboží reklamovat. Jak již bylo zmíněno v kapitole o vadách odstranitelných a neodstranitelných, vadu, která byla způsobena vlastním zaviněním reklamovat nelze. Například pokud spotřebitel zvolí při praní vlněného svetru teplotu 70°C a na etiketě je doporučeno praní pouze na 30°C, je více než pravděpodobné, že reklamáce bude zamítnuta již v počátku.

V případě, že reklamáce bude uznána, prodejce ji zašle výrobci k posouzení a výrobce na základě testování prokáže, že vada byla způsobena vlastním zaviněním, je kupující povinen uhradit prodávajícímu náklady na vyřízení reklamáce. Proto je v takovém případě na místě, se dobře zamyslet a rozmyslet si, zda-li je reklamáce takové vady způsobené vlastním zaviněním správným krokem.

#### 3.1 MÍSTO UPLATNĚNÍ REKLAMACE

Prodejce může požadovat, aby kupující reklamoval zboží přímo v místě zakoupení. Pokud je na záručním listě uvedeno jiné místo určeno pro tyto případy (servisní prodejna) musí kupující uplatňovat reklamáce právě na tomto místě.

V žádném případě se reklamáce neuplatňuje u konkrétního výrobce či dovozce. (Někteří prodejci se v některých případech chtějí zbavit odpovědnosti a právě tento způsob -pro laiky přijatelný, však zákonem nepovolující- je pro ně způsob, jak spotřebiteli cestu reklamáce znepříjemnit).

Většinou je ale vhodné reklamovat zboží v místě zakoupení oděvního výrobku, protože pokud se jedná o vadu neodstranitelnou, může prodejce ihned na místě rozhodnout o řešení situace následujícími způsoby:

- Výměnou poškozeného zboží za stejné ale neponičené ( pokud je reklamáce uplatňována v době, kdy má ještě prodejce totožné zboží na obchodě či skladu).
- Výměnou poškozeného zboží za jiné ve stejné či odlišné hodnotě (nedoplatek uhradí spotřebitel).
- Vrácením kupní ceny spotřebiteli ( varianta přijatelná pro podniky na vyšší úrovni ).

### **3.2 POŽADAVKY PRODEJCE NA POČÁTKU REKLAMAČNÍHO ŘÍZENÍ**

Pokud spotřebitel shledá na svém výrobku vadu, je jeho povinností výrobek uvést do stavu hygienicky nezávadného a co nejdříve bez zbytečného odkladu jej reklamovat.

Na počátku reklamace je zpravidla nutno vlastnit doklady, potřebné při vyřizování reklamace. Většina prodejců požaduje při uplatnění reklamace předložení účtenky či jiného dokladu dokazující, že zboží pochází skutečně z jeho prodejny, že jde opravdu o totožné zboží a hlavně, zda-li je možno toto zboží reklamovat z časového hlediska ( neuplynula-li záruční doba výrobku ).

### **3.3 NÁLEŽITOSTI REKLAMAČNÍHO PROTOKOLU**

Po vysvětlení problému prodávajícímu a popisu vady zboží je prodávající povinen vystavit kupujícímu reklamační protokol, který by ze zákona měl obsahovat:

- popis zboží (včetně výrobního čísla)
- přesný popis závady
- požadavky kupujícího na způsob vyřízení reklamace
- datum reklamace
- potvrzení prodejce (podpis a razítko )
- podpis kupujícího – tím je potvrzena správnost popisu reklamace [3]

Obchodní firmy mají pro tyto příležitosti předtištěné formuláře (viz příloha č. 3- Ukázka reklamačního listu). Spotřebitel po sepsání veškerých potřebných položek musí obdržet jedno vyhotovení protokolu. Jak již bylo zmíněno v kapitole „Záruční doba“, dochází k jejímu zastavení a pokračuje až zpětným obdržením opraveného výrobku [6].

### **3.4 ROZHODNUTÍ O UZNÁNÍ ČI ZAMÍTNUTÍ REKLAMACE**

Následně by měl prodejce do 3 dnů rozhodnout o uznání či zamítnutí reklamace. Tato lhůta se může protáhnout o dobu, která je potřebná na posouzení vady.

Celková doba na vyřízení reklamace je zákonem vyčíslena na 30 pracovních dnů.

#### **Jednání a zákonná odpovědnost prodejce**

Prodejce však může (již při prodeji) odkázat kupujícího na autorizovaný servis, kam se s reklamací má obrátit. Toto nespadá do povinnosti kupujícího ani do práv prodejce. Někteří prodejci se totiž pokoušejí své zákonné odpovědnosti za vady zboží vyhnout. Jako například tvrzením, že reklamace smí vyřizovat pouze vedoucí prodejny a ten



zrovna není přítomen ( dokud neskončí záruční lhůta, tak dle zákona č. 634/1996 o ochraně spotřebitele §19, musí být v prodejně po celou otvírací dobu přítomen pracovník, který může přijmout zboží k reklamaci – viz Příloha 4 ).

Prodávající se v některých případech pokouší odkázat kupujícího na výrobce , ale povinností prodávajícího je dodržet podmínky kupní smlouvy – tedy, že partnerem kupní smlouvy je prodejce, který následně reklamaci řeší s daným výrobcem či dovozcem. V případě, že prodejce po prohlédnutí výrobku reklamaci zamítne ihned na místě, je i přesto dobré, aby si kupující nechal vystavit reklamační protokol a písemné zdůvodnění zamítnutí reklamace (pro případ, že by si spotřebitel nechával vypracovat znalecký posudek a situaci chtěl dále řešit ).

### **3.5 UZNÁNÍ REKLAMACE**

Ve chvíli, kdy je reklamační uznána, je prodejce povinen uvést věci do stavu nezabraňující jeho dalšímu užívání. Jednou z možností je, že závadu nechá na vlastní náklady opravit, nebo zboží vymění za nové a v neposlední řadě může vrátit kupujícímu peníze za zboží zaplacené. V této chvíli se nabízí otázka, zda-li o způsobu vyřízení reklamace rozhoduje kupující či prodejce. Je nutno vycházet ze zákonné úpravy ( od 1.1.2003 ) Občanského zákoníku.

#### Zboží s vadou neodstranitelnou

Pokud má zboží neodstranitelnou vadu, má kupující možnost si vybrat, zda-li chce zboží vyměnit (dostat stejné, ale nové zboží ), či vrátit peníze. Jestliže jde o neodstranitelnou vadu, ale vada v užívání nebrání, existuje zde možnost dohody s prodejcem na přiměřené slevě.

Stejně se postupuje i v případě, kdy spotřebitel reklamuje výrobek nejméně třikrát pro stejnou vadu (a předchozí reklamace byly uznány ) nebo obsahuje více vad najednou.

#### Zboží s vadou odstranitelnou

Pokud zboží má vadu, kterou lze odstranit, má kupující následující možnosti:

- oprava zboží
- výměna zboží
- popřípadě výměna vadné části zboží

Výměnu věci může kupující požadovat pouze v případě, není-li to vzhledem k povaze vady neúměrné. (Zákon o ochraně spotřebitele; § 622 odst. 1). Obchodník tedy většinou přistoupí na výměnu zboží pokud vada bude jednoduše odstranitelná.

Pokud prodejce nemá možnost konkrétní věc vyměnit ( z důvodu jiné sezóny, apod. ), může nabídnout kupujícímu přiměřenou slevu nebo odstoupení od smlouvy a následné vrácení peněz. Na takovou situaci je dobré pomyslet již při podávání poškozeného výrobku k reklamačnímu řízení. Způsob vyřízení by měl být zmíněn i v reklamačním protokolu, protože pokud dojde k situaci, že prodejce na své náklady vadu opraví a v reklamačním protokolu bude zapsán způsob jednání při této situaci, nemůže jej kupující podvést tím, že by najednou požadoval zpět peníze.

Vzhledem k tomu, že se do záruční doby nezapočítává doba, po kterou se výrobek opravoval, je povinností prodejce předat kupujícímu reklamační protokol s datem vyřízení reklamace a s přesným popisem vady, která se na něm objevila a jakým způsobem byla opravena.

Kupující má také možnost, požadovat od prodejce uhrazení nákladů spojených s vyřizováním reklamace ( jde například o zaplacení cest za prodejcem, či proplacení poštovného, které musel kupující vynaložit na způsob dodání vadného výrobku k prodejci).

### **3.6 REKLAMACE ZAMÍTNUTA**

V případě, kdy prodejce neuzná reklamaci, je na místě, vyžádat si písemné vyjádření o neuznání reklamace. Toto není uzákoněno, proto záleží na tom, jak je podnik solidní a do jaké míry mu záleží na spokojenosti zákazníka. Pokud prodejce není ochoten kupujícímu takový doklad poskytnout, nabízí se ještě možnost, zboží reklamovat poštou-čili písemně. V tomto případě obchodník také písemně odpoví a kupující tudíž rozhodnutí o zamítnutí získá jednoduchou cestou [3].

#### ***Postup při nesouhlasu se zamítnutím reklamace***

Obecné doporučení zní: dohoda s obchodníkem / společností. Ještě před samotnou snahou se s obchodníkem dohodnout, je dobré nechat si na vadu vypracovat znalecký posudek soudním znalcem v oboru. Pokud ten rozhodne ve prospěch, je více než pravděpodobné, že se s prodejcem kupující dohodne a prodejce reklamaci uzná.

Pokud však posudek soudního znalce vyzní ve prospěch prodejce, tedy souhlasí s vyjádřením o zamítnutí reklamace, znamená to pro kupujícího stop v další snaze o uplatnění reklamace.

### ***Uhrazení nákladů***

Prodejce má právo požadovat od kupujícího uhrazení nákladů souvisejících s posouzením vady.

V případě neoprávněné reklamace zboží ( vada na výrobku byla způsobena vinou kupujícího ) dochází k tomu, že právě prodejce má právo po kupujícím žádat uhrazení nákladů spojených s vyřizováním reklamace. Pokud kupující nechce či není schopen náklady uhradit, může prodávající zboží zdržet až do doby uhrazení nákladů [3].

### **3.7 PASIVNÍ JEDNÁNÍ PRODEJCE**

Z jistých důvodů se může stát, že prodejce při vyřizování reklamace bude pasivní. A to především v situaci, kdy doba, po kterou se vyřizuje reklamace přesáhne 30 dnů a prodejce se s kupujícím předem nedohodl na jinak dlouhé lhůtě, znamená tato situace plus pro kupujícího, protože dle Zákona č. 634/1996 O ochraně spotřebitele §19 postupuje prodejce stejně jako v případě, že zboží vlastní vadu neodstranitelnou a tudíž kupující může požadovat nové zboží či vrácení peněz.

Pokud prodejce nechce takovému jednání vyhovět, je nutné si nechat potvrdit nevyřízení reklamace (tedy, že si kupující nemůže vyzvednout opravené zboží či vyjádření o zamítnutí reklamace) s datem návštěvy na reklamačním protokolu. Toto je nezákonné jednání a kupující, který se dostane do podobné situace, může na takové chování upozornit Českou obchodní inspekci. Ta ovšem situaci kupujícího neřeší- ten se svých práv musí domáhat jen u příslušného soudu [3].

### **3.8 VYŘÍZENÍ REKLAMACE**

Pokud podání zboží k reklamaci dopadne úspěšně a spotřebitel již čeká na její vyřízení, je jeho povinností si pohlídat dobu, po kterou je reklamace vyřizována a z vlastní iniciativy následně kontaktovat prodejce a dotázat se na výsledek reklamačního řízení. Reklamovat zboží je možno také písemnou formou a zboží zaslat firmě poštou. V tomto případě je vhodné si balík pojistit na cenu zasílaného zboží. Výsledek reklamačního řízení prodejce sděluje taktéž písemně.

### 3.9 ZNALECKÝ POSUDEK

Soudní znalci jsou nezávislý posuzovatelé kvality konkrétního zboží. V případě textilních výrobků se jedná jak o posuzování kvality původního, dosud nepoužívaného zboží tak zboží používaného (již po údržbě).

Posouzení poškození výrobku znalcem je nutné například v případech, kdy prodejce zamítne spotřebiteli reklamaci z neznámého důvodu. Spotřebitel není spokojen s vyjádřením prodejce a kontaktuje soudního znalce, který mu vypracuje znalecký posudek na konkrétní vadu výrobku. Z posudku je zřejmé, že spotřebitel právem reklamoval vzniklou vadu a po předložení znaleckého posudku prodejci má šanci na to, že jeho reklamace bude prošetřena a patřičně vyřízena [8, str. 88 ].

Dalším případem, kdy je zpravidla nutno doložit znalecký posudek, může být i situace, kdy spotřebitel svůj oděv musí nechat ošetřit v čistírně, a ta jej nějakým způsobem poškodí. Prodejce neuzná reklamaci na tuto vadu a spotřebiteli nezbývá, než se obrátit na soudního znalce a situaci řešit touto cestou. Prokáže-li znalecký posudek, že je na vině čistírna, řeší se tento spor s touto institucí.

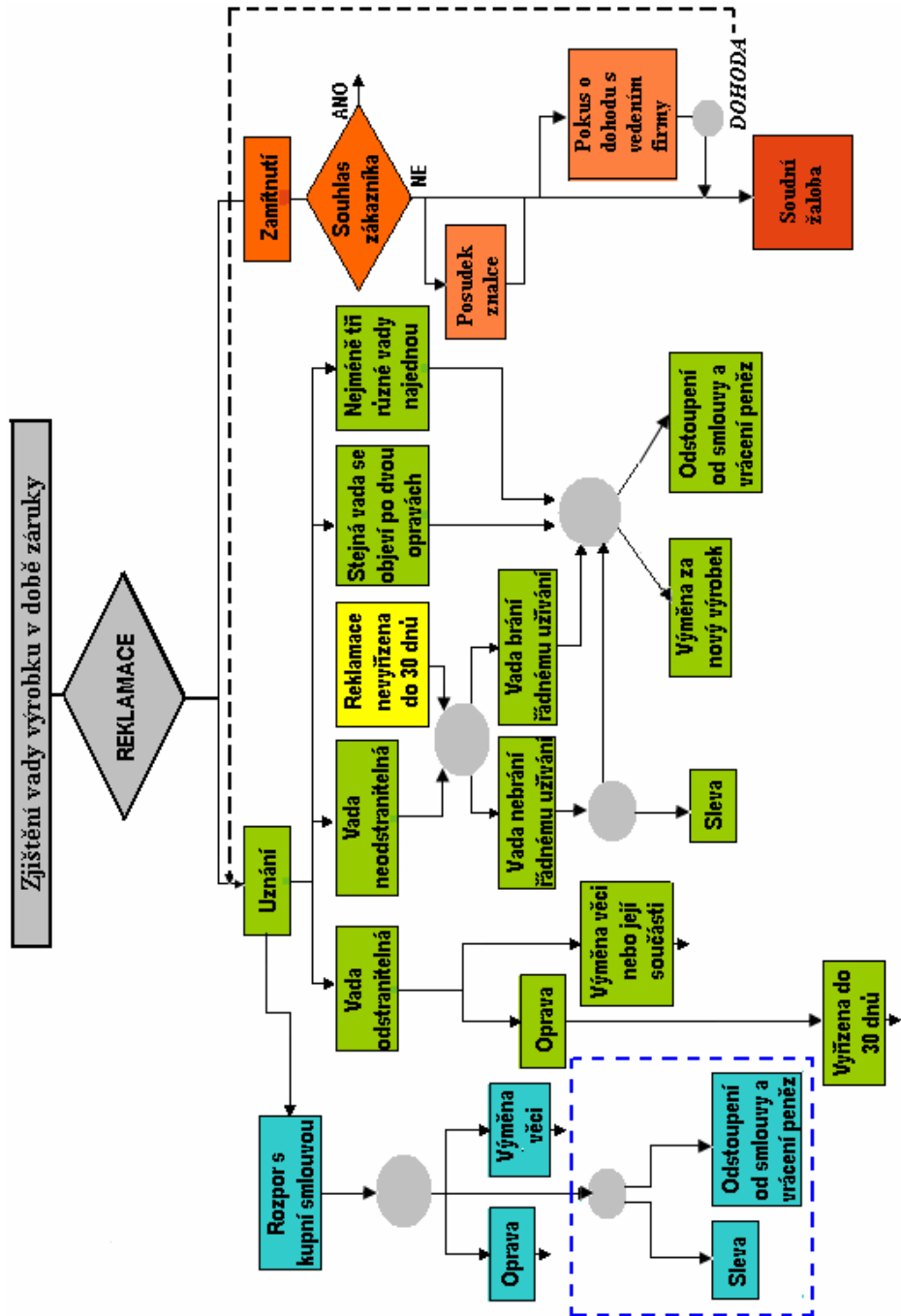
Znalecký posudek si může od soudního znalce vyžádat kdokoli a kdykoli, a to bez ohledu na to, zda podá žalobu u soudu či nikoliv. Pokud však spotřebitel žádá o znalecký posudek písemně, musí být žádost přiložená k reklamovanému výrobku a musí obsahovat následující:

- Sdělení o předmětu reklamace
- Požadované zkoušky spotřebitelem
- Popis situace, při níž se vada objevila
- Kopie osobních dokladů

Pokud soudní znalec či zkušebna zjistí, že jde o neoprávněnou reklamaci, většinou upozorní na tuto skutečnost spotřebitele ještě před vypracováním znaleckého posudku. V případě, že by se tak nestalo, došlo by k újmě spotřebitele, který by musel zaplatit náklady na znalecký posudek bez možnosti, že peníze dostane od prodávajícího zpět [6]. Znalecký posudek má tyto náležitosti:

- Evidenční číslo
- Datum zadání a ukončení vypracování znaleckého posudku
- Datum dodání vzorků pro posouzení
- Znalecká doložka [8, str. 88 ]

# Schéma postupu reklamačního řízení [1]



## 4 SHRNUTÍ PRÁV A POVINNOSTÍ PŘI REKLAMAČNÍM ŘÍZENÍ

- Práva a povinnosti prodávajícího
- Práva a povinnosti kupujícího

### **Práva a povinnosti prodávajícího při reklamačním řízení**

- Prodávající je povinen spotřebitele řádně informovat o podmínkách, rozsahu a způsobu uplatnění odpovědnosti za vady výrobku [2].
- Kromě informace o podmínkách musí prodejce spotřebitele informovat také o místě uplatnění reklamace a o provádění záručních oprav [2].
- Prodávající je povinen přijmout reklamaci v kterékoliv své organizační složce (prodejně, provozovně, ap.), v níž je přijetí možné, a to s ohledem na sortiment prodáváného zboží nebo poskytovaných služeb.
- Vydání potvrzení o provedení opravy a době jejího trvání, které musí obsahovat přesný popis závady a opravy a hlavně datum a doba trvání samotné opravy.
- Pokud reklamované zboží není hygienicky ošetřeno, má prodávající právo takto znehodnocený výrobek nepřijmout.
- Prodávající je povinen rozhodnout o přijetí či zamítnutí reklamace ihned, nejpozději však do tří dnů.
- O uplatnění reklamace je prodávající povinen vydat reklamační list, jež musí obsahovat náležitosti zmíněné v kapitole „Náležitosti reklamačního protokolu“.

### **Práva a povinnosti kupujícího při reklamačním řízení**

- Kupující je povinen ošetřovat výrobek doporučeným způsobem uvedeným na etiketě.
- Kupující je povinen pečlivě uchovat doklad o koupi výrobku od koupě po uplatnění reklamace.
- Kupující je povinen reklamovat zboží v čistém stavu.
- V případě trvání reklamačního řízení déle než 30 dnů má kupující stejná práva jako když se jedná o vadu neodstranitelnou.

Úplné znění práv a povinností prodejce a spotřebitele je obsaženo v Zákoně o ochraně spotřebitele (viz Příloha 4) a Občanském zákoníku (viz Příloha 5), z nichž jsou vybrány odstavce zabývající se touto problematikou.

## **5 DOPORUČENÍ CHOVÁNÍ SPOTŘEBITELE BĚHEM NÁKUPU ZBOŽÍ**

Každý oděvní výrobek v době své existence podléhá různým vlivům, jejichž vinou dochází ke vzniku různého poškození, vad a při nesprávném jednání spotřebitele či prodejce i k možné deformaci výrobku.

Ve vlastním zájmu spotřebitele obvykle bývá si již v prodejně výrobek dostatečně dobře prohlédnout, prostudovat si symboly pro údržbu a od prodejce si vyžádat informace o chování při reklamaci na tento výrobek. Tato opatření jsou doporučena především na vlastní obranu při případné reklamaci. Spotřebitel by se měl řídit jistými zákonitostmi, o kterých pojednávají následující podkapitoly.

### **ÚČEL POUŽITÍ**

Je vhodné, si při koupi uvědomit, k jakému účelu je oděv určen a následně pořizován. Zda-li si spotřebitel vybírá oděvní výrobek ke společenskému, sportovnímu účelu, nebo k použití pro volný čas. V dnešní době je již možnost vyznačení účelu použití piktogramy. Existují piktogramy označující používání oděvu ve společnosti, v zaměstnání, pro volný čas, pracovní oděvy, outdoor, sportovní oděvy, apod. [6].

V případě, že tento výrobek spotřebitel evidentně použije k jinému účelu, je velmi pravděpodobné, že při posouzení vzniklé vady znalcem bude tento účel zjištěn a spotřebiteli nebude reklamace uznána.

### **MATERIÁLOVÉ SLOŽENÍ**

Již v prodejně je nezbytné si dostatečně prohlédnout materiálové složení na etiketě. Podle vyhlášky Ministerstva průmyslu a obchodu č. 92/1992Sb. platí, že výrobky prodávající se na Českém území musí obsahovat údaj o materiálovém složení, který je umístěn na viditelném místě a celými českými názvy složení. Nepřípustné je použití zkratk.

Pokud je evidentní nebo alespoň do jisté míry zjištělné materiálové složení pouhým omakem a není zcela jisté, že se jedná o materiálové složení uvedené na etiketě, je možné (pokud to situace dovoluje) přímo v prodejně provést malou spalovací zkoušku pomocí jedné vyčnávající nitě u výrobku, pomocí které může spotřebitel alespoň přibližně zjistit, zda jsou údaje na etiketě správné. Například 100% -ně vlněný materiál spotřebitel pozná podle charakteristického zápachu po rohovině, či spálených vlasech.

Materiály obsahující vyšší složku syntetických vláken lze rozpoznat dle chemického zápachu a škvareni vlákna [6].

## SYMBOLY ÚDRŽBY

Zákon o ochraně spotřebitele č. 634/1992 Sb. upravuje podmínky pro prodejce a výrobce v České republice. Dle tohoto zákona musí výrobek obsahovat viditelné a srozumitelné označení, obsahující název výrobku, označení výrobce nebo dovozce, popř. dodavatele, údaje o velikosti, rozměru a účelu použití. Pokud výrobek vyžaduje zvláštní zacházení při jeho údržbě, je povinností prodejce seznámit s těmito skutečnostmi spotřebitele.

V prodejně je také do jisté míry nezbytné, aby si spotřebitel dostatečně prostudoval symboly údržby. Které by měly být v českém překladu, čitelné a správné. Pokud výrobek toto označení neobsahuje, nebo obsahuje informace pouze v cizím jazyce, je dobré, výrobek takto označen nekupovat.

Pro označování textilních a oděvních výrobků z hlediska správného postupu při údržbě a ošetřování je v České republice platí norma ČSN EN 23758 (800005). Norma vymezuje soubor grafických znaků, jež jsou uvedeny na etiketě. Znaky znázorňují zvolený postup údržby takovým způsobem, aby nedošlo k jejímu poškození. Znázorňují se znaky pro postup praní, bělení, žehlení, chemické čištění a sušení. [6]



Obrázek č.2 Symboly údržby [6]

## ZKOUŠKY JAKOSTI

Pro případ, že spotřebitel neví, jak si v prodejně výrobek testovat, existují laické postupy, jak předejít případnému zklamání při prvním nošení či praní. Proto je doporučeno sledovat následující prvky, vyskytující se na výrobcích.

- Návaznost vzorů ve švech a to především u kostek a pruhů (pokud není záměrem asymetrie).
- Vzdálenosti oděvních součástí a to především kapes. Například kapsy na zadním dílu kalhot bývají často našity v odlišné vzdálenosti od středu.



- Všíť oděvních součástí do hlavní oděvní části – jedná se především o pasový límec, který často bývá přišit za malý kousek materiálu a dochází k jeho vytržení. Nebo se může jednat také o rukávy, které se potýkají se stejným problémem.
- Rovnost stehů a to hlavně v oblastech ozdobného prošívání jako například u límců, lég, kapes, a jiných ozdobných prvků.
- Kvalita zpracování při níž jde především o:
  - Hustotu stehů, která by měla dosahovat 4 – 6 stehů na 1 cm švu.
  - Začištění švů - zde jde hlavně o šířku švů, která musí být dostatečná z důvodu namáhání. Nesmí docházet k vytrhávání či povolání švů.
  - Nesmí se vyskytovat vyčnívající nezajištěné nitě, které by byly důvodem následného páření.
  - Obšíť knoflíkových dírek, jež musí být dostatečně husté a rovnoměrné.
- Použití textilních výztuh - při jejím aplikování ve výrobě se musí postupovat správně a opatrně, aby nedocházelo k nežádoucím puchýřkům na líci výrobku. Spotřebitel by takto deformovaný výrobek neměl kupovat. Jejím dalším nošením a údržbou dochází k postupnému uvolnění větších ploch výztuhy.
- U úpletových výrobků se může objevit prosekání materiálu z důvodu pochybení při výrobě (naražená / zatržená jehla,...), vysoká křivost řádků ve spodním okraji výrobku, upuštěné očko ve švu či v materiálu z důvodu špatné manipulace s výrobkem.
- Stálobarevnost v suchém otěru- k tomuto testu je dobré, aby měl spotřebitel u sebe kousek bílého hadříku, jímž několikrát otře textilií. Pokud na textilií zůstane zabarvená stopa, nebo světlejší stopa na výrobku, jde o nevyhovující výrobek, vykazující nízkou stálost vybarvení v suchém otěru [6].
- Při koupi výrobku je dobré také sledovat, jak vypadá výrobek po odejmutí pomocných zabezpečovacích zařízení (tzv. alarmů), které po sobě často zanechávají malý na první pohled neznatelný otvor, který se ale může začít dále párat a tím často trvale znehodnotí samotný výrobek. Firmy se sice snaží jej umístit na vhodné místo, kde k problému nemusí nastat, ale bohužel se to ve většině případů nepodaří. Zde záleží na zvoleném způsobu zabezpečení.

## **6 NÁVRH TEXTILNÍCH VÝROBKŮ VHODNÝCH PRO TESTOVÁNÍ NA TECHNICKÉ UNIVERZITĚ V LIBERCI**

### **6.1 KVALITA A JAKOST TEXTILNÍHO VÝROBKU**

#### ***Definice kvality***

Kvalitu (nebo také jakost) výrobku je možno definovat jako schopnost tohoto výrobku plnit v dostatečné míře svou funkci danou účelem použití [7].

#### ***Kvalita výroby***

O kvalitní výrobě lze hovořit pouze v případě, pokud jsou dodrženy sjednané podmínky dodávek, hodnoty vlastností výrobků, a to s výkyvy vlastností pouze v rozsahu stanoveném normami.

V současné době se kvalita výroby řídí normami řady 9000. Dle ustanovení těchto norem není nutno vyrábět s nejvyšší možnou jakostí, ale odběratel musí mít dlouhodobou záruku stálé kvality [7].

### **6.2 TESTOVÁNÍ TEXTILNÍCH VÝROBKŮ**

Budoucnost textilních materiálů jistě předčila očekávání mnoha vědců, profesorů a v neposlední řadě i samotných spotřebitelů. Bohužel je dnešní doba čím dál rychlejší a co se týče výroby textilních výrobků, není tomu jinak. Právě rychlá výroba s nedostatečným přihlédnutím k správnosti technologických postupů (v některých případech) a eliminaci případných vad přispívá ke stále se rozšiřující škále výrobků, které nějakým způsobem nevyhovují dlouhodobému běžnému nošení, a na kterých se objevují stále nové a závažnější vady.

V některých případech může dojít i k újmě na zdraví z důvodu nesprávného použití vlákenné suroviny, či nevhodného zvolení povrchové úpravy (objevují se například vyrážky různého typu, obarvení pokožky v intenzivně se potících částech těla, apod.).

Na Technické univerzitě v Liberci se již řadu let zabývají problematikou textilu. Jeho zkoušení spadá do několika předmětů a studenti se zde učí věcem, které například zužitkují právě při výběru ošacení, při vzniku vad, apod.

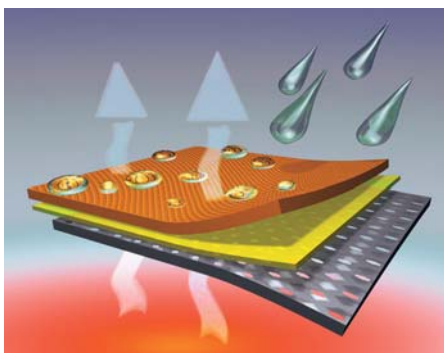
Tato kapitola se zabývá samotným testováním textilních výrobků dále jmenovaných. Vady výrobků jsou popsány z hlediska jejich vzniku a nastíněn je i způsob jejich testování.

Pro tuto část, která se zabývá návrhem výrobků vhodných pro testování na této univerzitě byly vybrány následující výrobky:

- Sportovní bundy s membránami Gore-tex
- Zátěry zdrhovadel na sportovních oděvech
- Technické sportovní bundy - žmolkovitost
- Syntetické kožešiny – uvolňování chlupu
- Párající se švy u všech druhů výrobků
- Módní krycí stehy- namáhání-párání
- Technické součásti – knoflíky, druky, ozdobné prvky v podobě flitrů, kamínků, apod.
- Nízká kvalita zdrhovadel

### **MEMBRÁNY GORE-TEX**

Při průzkumu prodejen s textilním zbožím byly osloveny firmy s různým sortimentem. Dotazování tudíž probíhalo i v prodejnách nabízejících oblečení pro sport a volný čas. Právě v těchto prodejnách se občas vyskytují problémy u výrobků (především u bund), které obsahují membrány různého charakteru. Dotazování prodejci víceméně mluvily o membráně s obchodním názvem „Gore-tex“. Dochází k jejímu odlepení (pokud je lepena) od vrchového materiálu a následnému narušení funkčnosti oděvu, který by měl splňovat vlastnosti charakteristické pro funkční oděvy (nepropustnost vodních kapek a větru z okolí dovnitř textilie, a propustnost vodní páry od těla do okolí.). K odlepení nedochází celoplošně, nýbrž pouze lokálně a sice v částech oděvu, které podléhají častému oděru.



Obrázek. č. 3 Ukázka membrány [13]

Produkty s vadným připevněním membrány se nevyskytují na trhu příliš často. Je tedy málo pravděpodobné, že vadu mohl způsobit spotřebitel nevhodnou údržbou. Ze získaných informací od prodejců se s největší pravděpodobností jedná o pochybení při výrobě. Prodejny, ve kterých se vyskytují výrobky s takovou vadou a byla na ně uplatňována reklamace, řeší situaci bez problému výměnou zboží za nové.

### **Testování pevnosti připevnění membrán**

Textilie s výskytem vady týkající se pevnosti a kvality připevnění membrány na vrchový materiál jsou ve znaleckých laboratořích podrobeny testování podobné jako u zkoušení pevnosti délkových a plošných textilií. Přístroje využívané k těmto testům se dají využít k testování široké škály produktů. Později zmiňované trhací přístroje, které využívá textilní zkušební ústav v Brně a Technická univerzita v Liberci, jsou schopny testovat a určit i pevnost vrstvených textilií.

### **ZÁTĚRY ZDRHOVADEL NA SPORTOVNÍCH ODĚVECH**

Zpravidla jde o sportovní bundy, které mají tu vlastnost, že jsou opatřeny zátěrem zakrývající zdrhovadlo. Díky zátěru neprochází skrz zapínadlo vlhkost a vítr z okolí k tělu.

Zátěr zdrhovadla ale při častějším použití podléhá popraskání a následnému vyklepávání (informace od prodejce). Tímto oblast zdrhovadla ztrácí vlastnost nepropustnosti a tím je výrobek znehodnocen a jistě hoden reklamace.

Výrobci zřejmě tuší, že výrobek podléhá takovému poškození, a proto zdrhovadla se zátěrem umisťují na místa, která nejsou frekventována v takovém rozsahu, aby se poničila (informace získaná od prodejce). I v tomto případě jde o pochybení na straně výrobce a vadný výrobek je bez problému vyměněn za nový.



*Obrázek č. 4 Ukázka zátěru zdrhovadla*

## TECHNICKÉ SPORTOVNÍ BUNDY ZE SYNTETICKÝCH MATERIÁLŮ

Technické bundy ze syntetických materiálů opatřeny nepromokavou úpravou a v některých případech i membránou ke zvýšení komfortu při nošení, se jistě mohou chlubit širokou škálou dobrých vlastností. Bohužel materiál, který je většinou zastoupen v produktu ( v tomto případě je použit polyester) podléhá žmolkovitosti, a tudíž je výrobek také předmětem reklamací.

Řešením by samozřejmě mohlo být použití materiálu s lepšími mechanickými vlastnostmi, ale otázkou je, zda-li potom bude splňovat potřebné vlastnosti.

Tyto bundy se pohybují ve střední cenové relaci odpovídající kvalitě, ale touto negativní vlastností ztrácí na popularitě a dle informací od prodejců mírně klesla jejich prodejnost.

### **Testování žmolkovitosti**

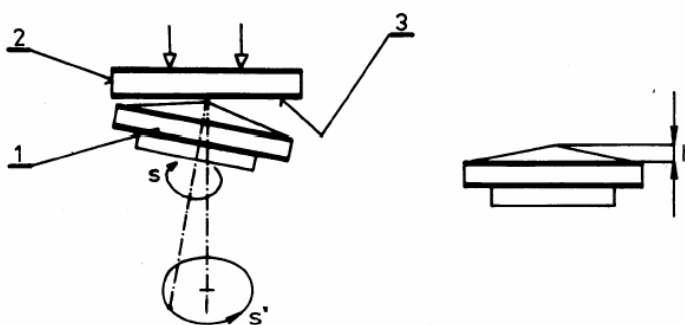
Žmolkovitost je negativní vlastností konečného produktu a bývá příčinou ztráty užitných vlastností textilie.

Zkoušky odolnosti v oděru jsou simulační zkoušky napodobující namáhání při praktickém použití. Principem zkoušení je vzájemný pohyb dvou čelistí. Na jedné je připevněna testovací textilie a na druhé je upevněn například brusný papír.

Čelisti jsou k sobě přitlačovány předepsanou silou a jsou ve vzájemném rotačním pohybu (viz obr. 6 ).



Obrázek č. 5 Ukázka technické sportovní bundy



Obrázek č. 6 Zkouška odolnosti v oděru [12]

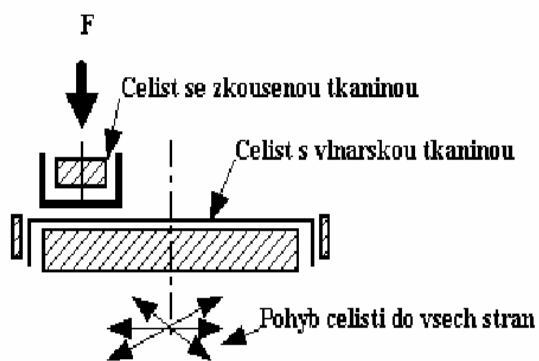
V laboratořích textilního zkušebnictví se pro tyto účely využívají následující přístroje:

- přístroj MARTINDALE (viz obr.č. 7)

Tato metoda spočívá v odírání zkoušené textilie o vlnářskou tkaninu. Oděr je opět realizován v náhodném směru rotačním pohybem. Vzorek se porovnává s etalony na rozvláknění a žmolkovitost.

- přístroj ICI

- žmolkovací komora ATLAS [11] [12]



Obrázek č. 7 Přístroj MARTINDALE

## SYNTEICKÉ KOŽEŠINY

Oděvy obsahující některé části ze syntetických kožešin jsou v poslední době módním trendem, tudíž není divu, že se jejich prodejnost v sezóně podzim /zima 2006/2007 velmi zvýšila. Průzkum ale potvrdil, že ne vždy módní oblečení odpovídá své kvalitě.

U výrobku se syntetickou kožešinou dochází k uvolňování chlupu z podkladové textilie a následnému vypadávání, což jistě velmi zneprjemňuje komfort při nošení takového výrobku. Zřejmě jde o nesprávnou volbu technologie.

Problém se týká hlavně částí výrobků-například ozdobná kožešina na okraji kapucí, ozdobné lemy na dolním kraji rukávů, apod. Velký problém potom řeší prodejci při aplikaci takovéto kožešiny do vnitřní části oděvu jako tepelná izolace. Dotázaní prodejci potvrdily případy, kdy na tuto vadu byla uplatněna reklamace a problém řeší většinou výměnou zboží za nové.

Není ale výjimkou, že prodejce výrobek pošle výrobcu, který opětovně vsadí vypadané chlupy a zpevní podkladovou textilií. Vždy záleží na situaci, ze které vyplyne způsob řešení (informace od prodejce).



*Obrázek č. 8 Ukázka syntetické kožešiny*

## PÁRAJÍCÍ SE ŠVY

Jde především o švy, které podléhají nějakému namáhání, nebo o tzv. módní švy. Spotřebitel jistě není schopen se hlídat při jakémkoliv pohybu a chránit svůj oděv před nadměrným namáháním v tahu. Věří, že výrobek něco vydrží, a že i po několikerém vyprání bude mít ty samé vlastnosti jako při koupi.

Při výrobě oděvu jsou použity různé jakosti přízí. Při spojovacím procesu je použito různého napětí nití, apod. Příze jistě po nějaké době doslouží a popraskají. V důsledku toho dochází k páráni švů. To je delší proces toho, jak k vadě dochází. Pokud ale taková vada vznikne při prvním nošení, či dokonce během zkoušení, jde opět o chybu na straně výrobce.

V případě již zmíněných módních švů lze již při koupi očekávat, že se šev velmi brzy opotřebí. Je totiž zcela vystaven vnějším vlivům. Zde je na místě zvážit, zda si chce spotřebitel koupit oděv pro jeho módnost a smíří se s jeho krátkou životností, nebo pokud si kupuje oděv v domnění, že jde o kvalitní výrobek, který nechce nosit pouze v době, kdy je módní. Prodejci se dost často setkávají s tímto problémem.



*Obrázek č. 9 Ukázka rozpáraného krokového švu*

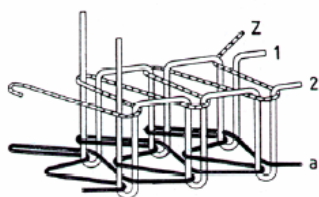


*Obrázek č.10 Ukázka „módního švu“*

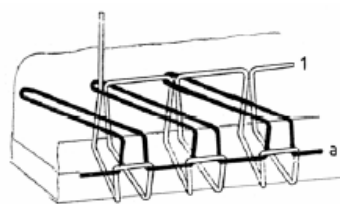


## MÓDNÍ OZDOBNÉ ZAČIŠTĚNÍ DÍLU

V posledních letech při výrobě módního oblečení, které rychle podléhá módním vlnám, dochází k zjednodušení způsobu výroby. Oděvy (především oděvy tvořené z pletenin ) nejsou zapraveny klasickým způsobem – tedy obrubovacím švem, který zcela začistišoval okraj výrobku, ale okraj je buď zcela volně ustřižen (pokud to dovoluje struktura materiálu ) nebo začištěn ozdobným prošitím s použitím stehů třídy 600 (viz obrázek č. 11 ) či steh třídy 500 ( viz obrázek 12). Kraje výrobku podléhají oděru a navíc pokud mají sloužit jako zakončení, je nutné, aby byl okraj dostatečně zpevněn. V tomto případě evidentně není.



Obrázek č. 11 Steh třídy 600



Obrázek č. 12 Steh třídy 500

### **Steh třídy 600**

Jedná se o krycí steh 602 třídy 600 patřící do stehů krycích . Tvořen třemi soustavami nití. Při použití větší délky stehu však může vzhledem k umístění stehů dojít k zatržení jednotlivých nití, čímž se poškodí funkce i vzhled nošeného výrobku.



Obrázek č. 13 Ukázky začištění dílu stehem třídy 600

Prodejci se s reklamami na tento typ vady setkávají jen u dražších výrobků. U těch levnějších nejspíš spotřebitel hledí pouze na samotnou módnost a raději si koupí výrobek nový.

### **Testování pevnosti švů a módních stehů a švů**

Testování pevnosti spojů je také závislá na pevnosti a tažnosti samotných použitých přízí. Je to proces prováděn v laboratořích, kde se konají zkoušky jakosti pro standardní účely, ale kde zároveň probíhají testy pro zjištění zavinění vady při reklamačním řízení.

Zkoušky se provádějí na speciálních trhacích přístrojích v rozsahu sil :

- 0-1kN instron
- 0-5kN inova
- 0-20 kN Zwick
- 5-300 kN zdm

Na těchto přístrojích je tedy možné testovat: pevnost švů, pevnost a tažnost přízí, i pevnost spoje vrstev – pevnost spoje geomembrán, pevnost stuhových uzávěrů (zdrhovadel), aj. [11]

Univerzální trhací přístroj INSTRON 4411, kterým je vybavena laboratoř Technické univerzity v Liberci na Katedře textilních struktur, je určen k zjišťování mechanických vlastností délkových a plošných textilií. Je možno zde realizovat i nadstandardní zkoušky jako stlačování netkaných textilií, měření tření délkových textilií, rozbor tahových křivek, simulace pevnosti na různých upínacích délkách [14].



*Obrázek č. 14 Univerzální trhací přístroj INSTRON 4411*

## **TECHNICKÉ SOUČÁSTI VÝROBKU**

Knoflíky, druky, přezky, patenty, velcro pásky, filtry, kamínky a jiné další ozdobné či funkční prvky z textilní galanterie, patří také do skupiny prvků, které vlivem špatného připevnění či umístění mohou být důvodem reklamace. Pokud jsou tyto prvky použity na místa, kde očividně plní pouze módní prvek a tato místa jsou nepřiměřeně namáhána, dochází k postupnému uvolnění a oddělení ozdobného prvku od výrobku. To je případ hlavně ozdobných kamínků, filtrů, apod.

Zřejmě vlivem rychlé výroby a nedostatečného připevnění dochází k uvolnění také knoflíků a přišívaných patentů.

Často bývá i předmětem reklamace poškození druku nebo přezky. Druky podléhají korozi a v některých případech nenávratně poškodí výrobek rozšiřující se barvou rzi do textilie. Přezky (především ty, které jsou vyrobeny z měkkého kovu ) podléhají ohybu a následně dochází k prasknutí. Prodejce v těchto situacích vymění pouze část výrobku- tedy přezku a pokud nejde zrovna o zapouštění koroze z druku do výrobku a jedná se jen o jeho samovolné uvolnění, také dochází pouze k výměně části.

## KVALITA ZDRHOVADEL

Častým problémem bývají zdrhovadla, která podléhají rovnou několika vadám. Především jde o problém s jejich zapínáním. Dochází k tak zvanému „rozjetí“, jež může být způsobeno únavou materiálu (viz obrázek č. 15 ). Dále u některých kovových zdrhovadel dochází k vypadávání zoubků, které zřejmě nejsou dostatečně připevněny ke stuze. Dále dochází k vytržení zdrhovadla z vrchového materiálu. Jde s největší pravděpodobností o pochybení při spojovacím procesu, kdy je zdrhovadlo nedostatečně připevněno k materiálu.

Při výrobě módních bokových kalhot se používají zdrhovadla velmi krátké velikosti, která během oblékání podléhají vysokému napínání. Záleží na kvalitě připevnění k materiálu, a aby se mohlo jednoznačně potvrdit že jde o vadu, na kterou se vztahuje reklamace, je nutný znalecký posudek ( případ byl řešen ve dvou dotazovaných prodejnách a v právu byl spotřebitel – tudíž šlo o nekvalitně všité zdrhovadlo).



*Obrázek č. 15 Ukázka tzv. „rozjetí“ zdrhovadla*

V podkapitolách testování výrobků jsou jmenovány metody a názvy přístrojů, které ke svým výzkumům používá Textilní zkušební ústav v Brně a Technická univerzita v Liberci.

## 7 ZÁVĚR

Cílem práce bylo zjistit, jaké jsou nejčastější důvody reklamací v prodejnách s textilním zbožím a dále jaké jsou nejčastější problémy samotného spotřebitele při reklamačním řízení.

Výsledky průzkumu předčila mnohá má očekávání. Kvalita výrobku není tím prvním o co se spotřebitel zajímá. První místo zaujímá módnost a praktičnost. O míře kvality se spotřebitel dovídá až při vzniku textilní vady. Z průzkumu vyplývá, že nejčastěji se objevující vadou na textilním výrobku, je jeho pevnost ve švu, nízká kvalita stehu z důvodu nevhodné volby stehu a kvalita technických součástí a zdrhovadel na výrobku.

Většina vad se kterými se potýkají prodejci, a které jsou z většiny skutečně vadami zaviněnými výrobcem, tedy nikoliv spotřebitelem, vzniká na základě nesprávně zvolené technologie výroby a dále také rychlostí při výrobě ( vady tohoto typu se na výrobku většinou projeví do šesti měsíců od jeho zakoupení). Vady, které vznikají zaviněním spotřebitele mají většinou charakter nesprávné údržby a použití výrobku.

V dnešní době má spotřebitel mnoho možností, jak se chovat při výběru výrobku, jak o něj pečovat a jak jednat při reklamačním řízení. Existuje mnoho sdružení, která spotřebitele touto problematikou provázejí. Nabízejí možnost poradenství, konzultací, apod. Bohužel při průzkumu bylo také zjištěno, že lidé těchto možností příliš nevyužívají a když ano, tak dostatečně nerozumí doporučeným postupům a v prodejně pak nevhodně argumentují a s prodejcem vzniká spor, který končí sice dobře, ale nedá se mluvit o nadále se udržujícím dobrém vztahu prodejce-kupující.

Některé vady výrobků byly podrobně popsány v závěrečné kapitole pojednávající o testování výrobků na Technické univerzitě v Liberci. Tato kapitola byla zařazena z toho důvodu, aby se poukázalo na důvod vzniku vad, na jejich původ a zjištění, zda skutečně jde o vadu dlouhodobě se objevující, nebo zda-li jde o sérii výrobků, která neprošla konečnou kontrolou a do prodeje šla již s touto vadou.

Co se týče nejčastěji se objevující vady- čili pevnost švů a kvalita stehů, lze konstatovat, že se jistě jedná o vadu stále se opakující. Řešením by mohlo být zkvalitnění použitých přízí a správné umístění určitých stehů na vhodná místa.

Konkrétní testování nebylo předmětem bakalářské práce, ale věřím, že tak jako ve zkušebních ústavech, zabývajících se testováním výrobků, se testování na Technické univerzitě uskuteční a ač nepřímo, tak pomůže konečnému spotřebiteli.

## **Osobní doporučení**

Firmám, které se zabývají prodejem oděvů, lze doporučit několik zásad jak předcházet reklamám obecně či následným sporům se spotřebitelem. Patří mezi ně kvalitní, rozsáhlá komunikace prodejce se zákazníkem a z kvalitnění zákaznického servisu (tedy nejen umění prodat, ale také správně poradit, aby si podnik zajistil zákazníkův návrat a opětovný nákup) jak v prodejnách s drahým oblečením, tak i v prodejnách s oblečením na nižší úrovni.

Výsledkem takové komunikace je bezpochyby větší opatrnost spotřebitele, lepší mínění o firmě jako takové mezi velkou škálou obyvatelstva.

V neposlední řadě těmito postupy dosahuje firma do jisté míry i zisku, protože spokojený zákazník se o své radosti podělí se svými známými a blízkými a díky většímu počtu nových zákazníků dochází k postupnému nárůstu tržeb.

Dále jako prevence před nežádoucím množstvím vad a následnými reklamami může sloužit vyšší všímavost a znalost produktu prodejce (výrobek může obsahovat vadu, která byla způsobena během transportu, či přímo ve výrobě). Jistě je lepší si ji všimnout před samotným prodejem a vyhnout se tak pozdějšímu ataku ze strany spotřebitele (pokud si vady spotřebitel nevšimne hned v prodejně).

Jako osobní doporučení kupujícímu může jistě sloužit kompletní kapitola „Doporučení spotřebiteli během nákupu zboží“. Jejím obsahem je soubor několika celků, které pojednávají o případném výskytu vad, vzniklých často i pochybením při konečném zpracování výrobku, jež může být předmětem reklamačního řízení.

## 8 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] <http://www.spotrebitel.cz/article/articleview/4608/1/30/> [ 22.1.2007 ]
- [2] <http://www.mpo.cz/dokument10283.html>
- [3] <http://www.spotrebitel.cz/article/articleview/4637/1/32/> [ 22.1.2007 ]
- [4] [www.dtest.cz/index.php?action=2&pclanky=3&pclanekid=65&pkategorieid=30](http://www.dtest.cz/index.php?action=2&pclanky=3&pclanekid=65&pkategorieid=30)
- [5] <http://www.pietro-filipi.com/2003/servis.asp?lang=cz&submenu=1> [ 22.1. 2007 ]
- [6] [www.sotex.cz/](http://www.sotex.cz/)
- [7] <http://www.ft.vslib.cz/depart/ktm/files/ZKT1dil.pdf>
- [8] Staněk, J.: Standardizace textilních výrobků II. TUL 2005. ISBN 80-7372-029-9
- [9] <http://www.sotex.cz/zakony/634-1992.htm>
- [10] <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcanzak/>
- [11] [http://www.tzu.cz/get\\_php?ID=143](http://www.tzu.cz/get_php?ID=143)
- [12] <http://www.ft.vslib.cz/depart/ktm/files/ZKT2dil.pdf>
- [13] [http://www.huskycz.cz/tech\\_textil.asp](http://www.huskycz.cz/tech_textil.asp)
- [14] <http://www.ft.vslib.cz/depart/ktt/default.htm>

## **9 SEZNAM PŘÍLOH**

Příloha 1 → Tabulka s vyplněnými vadami jednotlivých firem

Příloha 2 → Ukázka reklamačního řádu

Příloha 3 → Ukázka formuláře reklamačního protokolu

Příloha 4 → Vybrané paragrafy Zákona o ochraně spotřebitele č. 634/1992 Sb. týkající se reklamace zboží

Příloha 5 → Vybrané paragrafy Občanského zákoníku č. 136/2002 Sb. týkající se reklamace zboží



**Příloha 1** Tabulka s vyplněnými vadami jednotlivých firem

<b>Prodejna</b> <b>Druh vady</b>	<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>	<b>P5</b>	<b>P6</b>	<b>P7</b>	<b>P8</b>	<b>P9</b>	<b>P10</b>	<b>P11</b>	<b>P12</b>	<b>P13</b>	<b>P14</b>	<b>P15</b>
<b>Výměna velikosti</b>	×			×					×						
<b>Stálobarevnost</b>		×					×				×				
<b>Vadné technické součásti</b>						×				×				×	
<b>Vadná zdrhovadla</b>								×						×	
<b>Párající se švy</b>	×	×						×	×	×	×			×	
<b>Párající se módní stehy a švy</b>			×	×								×	×		
<b>Žmolkovitost</b>															
<b>Membrány Gore-tex</b>															
<b>Zátěry zdrhovadel</b>															
<b>Tvarová stálost</b>					×		×								
<b>Syntetické kožešiny</b>															×
<b>Technické sportovní bundy</b>															
<b>Řídnutí vazby u džínových a manšestrových kalhot</b>															

**Příloha 1** Tabulka s vyplněnými vadami jednotlivých firem – Pokračování

<b>Druh vady</b> \ <b>Prodejna</b>	<b>P16</b>	<b>P17</b>	<b>P18</b>	<b>P19</b>	<b>P20</b>	<b>P21</b>	<b>P22</b>	<b>P23</b>	<b>P24</b>	<b>P25</b>	<b>P26</b>	<b>P27</b>	<b>P28</b>
<b>Výměna velikosti</b>			×						×	×		×	
<b>Stálobarevnost</b>					×			×					
<b>Vadné technické součásti</b>													
<b>Vadná zdrhovadla</b>					×								
<b>Párající se švy</b>	×	×	×	×		×	×			×	×	×	×
<b>Párající se módní stehy a švy</b>				×									
<b>Žmolkovitost</b>			×				×						×
<b>Membrány Gore-tex</b>						×	×						
<b>Zátěry zdrhovadel</b>		×					×	×					
<b>Tvarová stálost</b>	×								×		×		
<b>Syntetické kožešiny</b>													
<b>Technické sportovní bundy</b>						×							
<b>Řídnutí vazby u džínových a manšestrových kalhot</b>					×								

## Příloha 2 [5]

### Reklamační řád

Dle zákona č.136/2002sb., v platnosti od 01.01.2003, kterým se mění zákon č.40/1964sb. občanského zákoníku, je u zboží vyrobeného od roku 2003 lhůta na uplatnění reklamace 24 měsíců.

- Reklamací uplatňuje spotřebitel (kupující) v záruční době u prodávajícího, v místě, kde vadný výrobek zakoupil.
- Reklamací zjištěné vady by měl kupující uplatnit bez zbytečného prodlení, tj. v co nejkratším termínu poté, co se objevila. Případné prodlení při pokračujícím používání může zapříčinit prohloubení vady a naprosté znehodnocení zboží, které může být důvodem odmítnutí reklamace.
- Reklamační řízení může být zahájeno, pokud zákazník předloží kompletní zboží, prokáže jeho nákup, nejlépe pokladním dokladem, a zboží bude hygienicky nezávadné. Prodejce je oprávněn odmítnout reklamované zboží, které nesplňuje zásady obecné hygieny.
- Proávající nebo jím pověřený pracovník rozhodne o reklamaci ihned, ve složitějších případech do tří dnů (doba potřebná k odbornému posouzení vady se do této doby nezapočítává).
- Reklamace, včetně odstranění vady, musí být vyřízena bez zbytečného odkladu, nejpozději do 30 dnů ode dne jejího uplatnění, pokud se prodávající s kupujícím nedohodnou na delší době.
- Po uplynutí 30 dnů má spotřebitel stejná práva, jako by se jednalo o vadu neodstranitelnou.
- Vady zboží a služeb se dělí na odstranitelné a neodstranitelné. Podle toho, o jakou vadu se jedná, se liší i nároky kupujícího. Jedná-li se o vadu odstranitelnou, má kupující právo požadovat její včasné, řádné a bezplatné odstranění. Pouze v případě, že nebyla věc použita, může kupující požadovat její výměnu, nebo týká-li se vada jen součásti věci, výměnu součásti. Při vadě neodstranitelné, která brání řádnému užívání věci, jako věci bez vady, má kupující právo buď na výměnu věci nebo na vrácení kupní ceny zboží. Kupující však může také požadovat slevu, pokud vada nebrání řádnému užívání věci.
- O uplatnění reklamace je prodávající povinen vydat potvrzení (reklamační list).

- Záruční doba neběží ode dne uplatnění reklamace do doby, kdy byl kupující povinen věc převzít (záruční doba se prodlužuje o dobu, po kterou byla reklamace vyřizována).
- Na žádost kupujícího je prodávající povinen poskytnout záruku písemnou formou.

Nezapomeňte, prosím, že záruční doba a životnost textilních výrobků jsou různé pojmy. Životnost je dána způsobem a intenzitou používání a nemusí být vždy stejná jako záruční doba. To znamená, že při intenzivním užívání může být životnost textilních výrobků kratší než záruční doba.

**Příloha 3**

## REKLAMAČNÍ LIST

Číslo:

Adresa prodejce		Reklamací uplatňuje:		
		Adresa:		
		Telefon:		
Doklad o koupi číslo:		Datum nákupu:	Datum uplatnění reklamace:	
Reklamované zboží:				
Číslo zboží	Výrobní číslo	Cena za jednotku	Množství	Cena celkem
Popis závady:				
Případné vyjádření reklamujícího:				
Reklamující požaduje:				
Reklamacie bude vyřízena do :	Zákazník:		Vedoucí prodejny:	
	Jméno:		Jméno:	
	Podpis:		Podpis:	
Zákazník převzal dne	Zákazník:		Vedoucí prodejny:	
	Jméno:		Jméno:	
	Podpis:		Podpis:	

## **Příloha 4**

### **Vybrané paragrafy Zákona o ochraně spotřebitele týkající se reklamace zboží**

#### **Zákon o ochraně spotřebitele 634/1992 Sb. v platném znění:**

- **§ 13-** Prodávající je povinen řádně informovat zákazníka o rozsahu, podmínkách a způsobu uplatnění odpovědnosti za vady výrobků a služeb (dále jen "reklamace") včetně údajů o tom, kde lze reklamaci uplatnit, a o provádění záručních oprav .
- **§ 19 odst. 1-** S výjimkou případů, kdy je k provedení opravy určena jiná osoba, je prodávající povinen přijmout reklamaci v kterékoli provozovně, v níž je přijetí reklamace možné s ohledem na sortiment prodávaného zboží nebo poskytovaných služeb, popřípadě v sídle nebo místě.
- **§ 19 odst. 2-** V provozovně musí být po celou provozní dobu přítomen pracovník pověřený vyřizováním reklamace
- **§ 19 odst. 3-** Prodávající nebo jím pověřený pracovník rozhodne o reklamaci ihned, ve složitých případech do tří pracovních dnů. Do této lhůty se nezapočítává doba přiměřená podle druhu výrobku či služby potřebná k odbornému posouzení vady. Reklamace včetně odstranění vady musí být vyřízena bez zbytečného odkladu, nejpozději do 30 dnů ode dne uplatnění reklamace, pokud se prodávající se spotřebitelem nedohodne na delší lhůtě. Po uplynutí této lhůty má spotřebitel stejná práva, jako by se jednalo o vadu, kterou nelze odstranit. [9]

## **Příloha 5**

### **Vybrané paragrafy Občanského zákoníku týkající se reklamace zboží**

#### **Občanský zákoník č. 136/2002 Sb.**

- Prodávající odpovídá kupujícímu za to, že prodávaná věc je při převzetí kupujícím ve shodě s kupní smlouvou, zejména, že je bez vad (viz § 616 odst. 1; viz Směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES, o určitých aspektech prodeje spotřebního zboží a záruk na spotřební zboží).
  
- Nestanoví-li tento zákon jinak, shodou s kupní smlouvou podle odstavce 1 se dále rozumí, že prodávaná věc má jakost a užitné vlastnosti smlouvou požadované, prodávajícím, výrobcem nebo jeho zástupcem popisované, nebo na základě jimi prováděné reklamy očekávané, popřípadě jakost a užitné vlastnosti pro věc takového druhu obvyklé, že odpovídá požadavkům právních předpisů, je v tom odpovídajícím množství, míře nebo hmotnosti a odpovídá účelu, který prodávající pro použití věci uvádí nebo pro který se věc obvykle používá. U potravin musí být vyznačeno datum minimální trvanlivosti, a jde-li o potraviny podléhající rychlé zkáze, datum použitelnosti. Připouští-li to povaha věci, má kupující právo, aby byla věc před ním překontrolována nebo aby její činnost mu byla předvedena (viz § 616 odst. 2).
  
- V případě, že věc při převzetí kupujícím není ve shodě s kupní smlouvou (dále jen "rozpor s kupní smlouvou"), má kupující právo na to, aby prodávající bezplatně a bez zbytečného odkladu věc uvedl do stavu odpovídajícího kupní smlouvě, a to podle požadavku kupujícího buď výměnou věci, nebo její opravou; není-li takový postup možný, může kupující požadovat přiměřenou slevu z ceny věci nebo od smlouvy odstoupit. To neplatí, pokud kupující před převzetím věci o rozporu s kupní smlouvou věděl nebo rozpor s kupní smlouvou sám způsobil (viz § 616 odst. 3).
  
- Rozpor s kupní smlouvou, který se projeví během šesti měsíců ode dne převzetí věci, se považuje za rozpor existující již při jejím převzetí, pokud to neodporuje povaze věci nebo pokud se neprokáže opak (viz § 616 odst. 4).
  
- Je-li třeba, aby při užívání věci byla zachována zvláštní pravidla, zejména, řídí-li se užívání návodem nebo je upraveno technickou normou, je prodávající povinen

kupujícího s nimi seznámit, ledaže jde o pravidla obecně známá. Nesplní-li prodávající tuto povinnost, je povinen nahradit kupujícímu škodu z toho vzniklou (viz § 617).

- Věci, které mají vady, jež nebrání, aby mohlo být věci užívání k určenému účelu, musí být prodávány jen za nižší ceny, než je obvyklá cena bezvadné věci; kupujícího je třeba upozornit, že věc má vadu a o jakou vadu jde, není-li to zřejmé již z povahy prodeje (viz § 618).

- Nejde-li o věci, které se rychle kazí nebo o věci použité, odpovídá prodávající za vady, které se projeví jako rozpor s kupní smlouvou po převzetí věci v záruční době (záruka) (viz § 619 odst. 1).

- Záruka se nevztahuje na opotřebení věci způsobené jejím obvyklým užíváním. U věci prodáváných za nižší cenu se záruka nevztahuje na vady, pro které byla nižší cena sjednána (viz § 619 odst. 2).

- Jde-li o věci použité, neodpovídá prodávající za vady odpovídající míře používání nebo opotřebení, které měla věc při převzetí kupujícím (viz § 619 odst. 3).

- Při prodeji spotřebního zboží je záruční doba 24 měsíců; jde-li o prodej potravinářského zboží, je záruční doba osm dní, u prodeje krmiv tři týdny a u prodeje zvířat šest týdnů. Je-li na prodávané věci, jejím obalu nebo návodu k ní připojeném vyznačena v souladu se zvláštními právními předpisy 4a) lhůta k použití věci, skončí záruční doba uplynutím této lhůty (viz § 620 odst. 1).

- U věcí, které jsou určeny k tomu, aby se jich užívalo po delší dobu, může být zvláštním právním předpisem záruční doba prodloužena nad dobu uvedenou v odstavci 1; prodloužení záruční doby se může týkat i jen některé součástky věci (viz § 620 odst. 2).

- Na žádost kupujícího je prodávající povinen poskytnout záruku písemnou formou (záruční list). Záruční list musí obsahovat jméno a příjmení, název nebo obchodní firmu prodávajícího, jeho identifikační číslo, sídlo, jde-li o právnickou osobu, nebo bydliště, jde-li o fyzickou osobu. Umožňuje-li to povaha věci, postačuje namísto záručního listu vydat kupujícímu doklad o zakoupení věci obsahující uvedené údaje (viz § 620 odst. 3).



- Pokud je to s ohledem na poskytovanou záruku potřebné, prodávající v záručním listě srozumitelným způsobem vysvětlí obsah poskytované záruky, uvede její rozsah, podmínky, dobu platnosti a způsob, jakým je možno uplatnit nároky z ní plynoucí. V záručním listu prodávající zároveň uvede, že poskytnutím záruky nejsou dotčena práva kupujícího, která se ke koupi věci váží podle zvláštních právních předpisů. Nesplněním povinností týkajících se vydání záručního listu není platnost záruky dotčena (viz § 620 odst. 4).
- Prohlášením v záručním listě vydaném kupujícímu může prodávající poskytnout záruku přesahující rozsah záruky stanovené v tomto zákoně; v záručním listě pak určí prodávající podmínky a rozsah prodloužení záruky (viz § 620 odst. 5).
- Záruční doby začínají běžet od převzetí věci kupujícím. Má-li koupenou věc uvést do provozu jiný podnikatel než prodávající, začne záruční doba běžet až ode dne uvedení věci do provozu, pokud kupující objednal uvedení do provozu nejpozději do tří týdnů od převzetí věci a řádně a včas poskytl k provedení služby potřebnou součinnost (viz § 621).
- Jde-li o vadu, kterou lze odstranit, má kupující právo, aby byla bezplatně, včas a řádně odstraněna, a prodávající je povinen vadu bez zbytečného odkladu odstranit. Není-li to vzhledem k povaze vady neúměrné, může kupující požadovat výměnu věci, nebo týká-li se vada jen součásti věci, výměnu součástí. Není-li takový postup možný, může kupující žádat přiměřenou slevu z ceny věci nebo od smlouvy odstoupit (viz § 622 odst. 1).
- Jde-li o vadu, kterou nelze odstranit a která brání tomu, aby věc mohla být řádně užívána jako věc bez vady, má kupující právo na výměnu věci nebo má právo od smlouvy odstoupit. Táž práva přísluší kupujícímu, jde-li sice o vady odstranitelné, jestliže však kupující nemůže pro opětovné vyskytnutí vady po opravě nebo pro větší počet vad věc řádně užívat (viz § 622 odst. 2).
- Jde-li o jiné vady neodstranitelné a nepožaduje-li výměnu věci, má kupující právo na přiměřenou slevu z ceny věci nebo může od smlouvy odstoupit (viz § 622 odst. 3).

- Vada, která vznikla neodbornou montáží nebo jiným neodborným uvedením věci do provozu, bude považována za vadu věci, pokud tato montáž nebo uvedení do provozu byly sjednány v kupní smlouvě a byly provedeny prodávajícím nebo jinou osobou na odpovědnost prodávajícího. To platí rovněž v případě, kdy montáž nebo jiné uvedení věci do provozu provedl kupující a vada vznikla na základě nesprávných pokynů uvedených v návodu k montáži nebo k uvedení věci do provozu (viz § 623).

- Má-li věc prodávaná za nižší cenu nebo věc použitá vadu, za kterou prodávající odpovídá, má kupující místo práva na výměnu věci právo na přiměřenou slevu (viz § 624).

Práva z odpovědnosti za vady se uplatňují u prodávajícího, u kterého věc byla koupena.

- Je-li však v záručním listě uveden jiný podnikatel určený k opravě, který je v místě prodávajícího nebo v místě pro kupujícího bližším, uplatní kupující právo na opravu u podnikatele určeného k provedení záruční opravy. Podnikatel určený k opravě je povinen opravu provést ve lhůtě dohodnuté při prodeji věci mezi prodávajícím a kupujícím (viz § 625).

- Práva z odpovědnosti za vady věci, pro které platí záruční doba, zaniknou, nebyla-li uplatněna v záruční době (viz § 626 odst. 1).

- Práva z odpovědnosti za vady u věcí, které se rychle kazí, musí být uplatněna nejdéle v den následující po koupi; jinak práva zaniknou (viz § 626 odst. 2).

- U věcí použitých práva z odpovědnosti za vady věci zaniknou, nebyla-li uplatněna do 24 měsíců ode dne převzetí věci kupujícím. Proávající může tuto dobu v dohodě s kupujícím zkrátit, ne však méně než na 12 měsíců; tuto dobu uvede prodávající v dokladu o prodeji věci (viz § 626 odst. 3).

- Doba od uplatnění práva z odpovědnosti za vady až do doby, kdy kupující po skončení opravy byl povinen věc převzít, se do záruční doby nepočítá. Proávající je povinen vydat kupujícímu potvrzení o tom, kdy právo uplatnil, jakož i o provedení opravy a o době jejího trvání (viz § 627 odst. 1).

- Dojde-li k výměně, začne běžet záruční doba znovu od převzetí nové věci. Totéž platí, dojde-li k výměně součástky, na kterou byla poskytnuta záruka (viz § 627 odst. 2).
  
- Jakákoliv ujednání mezi prodávajícím a kupujícím, uzavřená před uplatněním práva z odpovědnosti za vadu prodané věci, pokud by v jejich důsledku toto právo zaniklo nebo bylo omezeno, jsou neplatná (viz § 627 odst. 3).
  
- Práva z odpovědnosti za vady věci při prodeji v obchodě, u níž záruční doba počala běžet před 1. lednem 2003, se řídí dosavadními právními předpisy (viz zákon č. 136/2002 Sb., čl. III odst. 2).
  
- Práva z odpovědnosti za vady u věcí použitých při jejich prodeji v obchodě se řídí dosavadními právními předpisy, pokud k převzetí věci kupujícím došlo před 1. lednem 2003 (viz zákon č. 136/2002 Sb., čl. III odst. 3). [10]