



# Bảo vệ người tiêu dùng tại Cộng hòa Séc



Unlock Your Potential

# Mục lục:

## Ochrana spotřebitele v ČR

Brožura byla zpracována v květnu 2014,  
text vychází z právního stavu platnému k **1. květnu 2014**.

**Autor:** JUDr. Daniel Houdek

**Grafická úprava a sazba:** Táňa Niklová Kynclová

**Přeložila:** Van Anh Tranová

Vytištěno v české, ruské a vietnamské jazykové verzi.

Brožura Ochrana spotřebitele v ČR vznikla za podpory Ministerstva průmyslu a obchodu.

©GLE 2014 – Všechna práva vyhrazena

|    |  |    |
|----|--|----|
| 1  | NGƯỜI TIÊU DÙNG VÀ NGƯỜI KINH DOANH .....  | 4  |
| 2  | HỢP ĐỒNG CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG .....   | 6  |
| 3  | CÁC ĐIỀU KHOẢN VÀ CÁC ĐIỀU KIỆN BỊ CẤM TRONG KINH DOANH .....  | 9  |
| 4  | BÁN HÀNG QUA MẠNG INTERNET (THÔNG QUA PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG)<br>VÀ BÁN HÀNG NGOÀI KHU VỰC KINH DOANH THÔNG THƯỜNG ..... | 14 |
| 5  | KHIẾU NẠI SẢN PHẨM TRONG CỦA HÀNG .....  | 23 |
| 6  | TÍN DỤNG TIÊU DÙNG .....   | 31 |
| 7  | DU LỊCH VÀ HỢP ĐỒNG VẬN TẢI .....  | 34 |
| 8  | DỊCH VỤ THÔNG TIN LIÊN LẠC ĐIỂN TỬ .....   | 39 |
| 9  | CUNG CẤP NĂNG LƯỢNG .....  | 41 |
| 10 | CÁC LĨNH VỰC KHÁC VÀ CÁC PHƯƠNG PHÁP BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG .....  | 42 |

# 1 NGƯỜI TIÊU DÙNG VÀ NGƯỜI KINH DOANH

Ấn phẩm cung cấp các thông tin quan trọng nhất về **quyền lợi của người tiêu dùng và nghĩa vụ tương ứng của doanh nghiệp** theo Bộ luật Dân sự số 89/2012 luật có hiệu lực kể từ ngày 1. 1. 2014.

Khi người tiêu dùng ký kết hợp đồng trước ngày luật mới có hiệu lực thì các điều khoản trong hợp đồng sẽ được điều chỉnh theo Bộ luật Dân sự cũ (Luật số 40/1964.). Trong ấn phẩm có đề cập đến Bộ luật Dân sự cũ, nhưng chỉ nhắc đến những thay đổi quan trọng nhất.

Để đảm bảo quyền của người tiêu dùng thì danh từ khách hàng phải phải được định nghĩa theo quy định pháp lý, tức là phải phải đáp ứng các định nghĩa nêu trong Bộ luật Dân sự, tương ứng với Đạo luật số 634/1992 Sb. – Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

**Người tiêu dùng là bất kể người nào ngoài hoạt động kinh doanh hoặc ngoài hoạt động nghề nghiệp cá nhân tham gia ký kết hợp đồng với doanh nghiệp hoặc với bên cung cấp.**

**Hợp đồng của người tiêu dùng** kết hợp mặt pháp lý để bảo vệ quyền lợi của khách hàng tốt hơn. **Ký kết** hợp đồng một bên là người tiêu dùng và bên thứ hai là người kinh doanh. Người kinh doanh ở thời kỳ hiện tại không chỉ là một người có giấy phép kinh doanh, mà còn có thể là người hoạt động kinh doanh không đang ký.

*Người tiêu dùng được coi là khách hàng khi xem xét lúc mua hàng hóa hoặc đặt dịch vụ cho việc sử dụng cá nhân của mình (ví dụ: mua các thiết bị máy móc, quần áo, giày dép, thực phẩm, quà tặng cho những người thân và bạn bè hoặc được đặt dịch vụ sửa chữa xây dựng trong nhà, cắt cỏ trong vườn).*

**Hợp đồng của người tiêu dùng không được chấp nhận** khi buôn bán hoặc cung cấp dịch vụ diễn ra giữa người tiêu dùng với người tiêu dùng hoặc doanh nghiệp với doanh nghiệp.

Người tiêu dùng không phải là người mua hàng hoá cho mục đích nghề nghiệp hoặc kinh doanh sinh lợi nhu-ận cá nhân (*tức là ICO*).

Người tiêu dùng không phải là khách mua hàng hóa cho chủ lao động của mình (*chẳng hạn như cung cấp văn phòng phẩm, mà người chủ lao động sau đó sử dụng cho việc kinh doanh của mình*).

### **Ví dụ:**

Nếu một người tiêu dùng bán cho một người tiêu dùng khác, ví dụ: qua mạng bán đấu giá, trang web chợ, quảng cáo hoặc trực tiếp (ví dụ như láng giềng) một lần hoặc thường xuyên một vật gì đó (ví dụ như bán loại sản phẩm đã cũ sau khi có sản phẩm mới, quần áo trẻ em mặc đã chật, khi cần thiết huy động tiền mặt), đó không phải là hợp đồng của người tiêu dùng và các mối quan hệ pháp lý giữa hai bên được điều chỉnh bởi các quy định chung của hợp đồng mua bán (ví dụ, khách hàng sẽ có ít quyền lợi trong trường hợp khiếu nại, vv.).

Tuy nhiên nếu một người bán trên trang web chợ đấu giá hoặc giới thiệu như người tiêu dùng thì số lượng và tính chất của việc bán hàng rõ ràng là hoạt động kinh doanh (ví dụ: hàng ngày quảng cáo các sản phẩm di động mới) sẽ được coi là kinh doanh và người tiêu dùng sẽ có quyền lợi lớn hơn theo hợp đồng của người tiêu dùng.

Ngược lại nếu doanh nghiệp mua hàng trực tuyến cho các hoạt động kinh doanh cá nhân của mình, thì đó không phải là hợp đồng của người tiêu dùng và sẽ không được chấp nhận (nếu người bán hàng không thừa nhận điều đó) ví dụ: rút lui khỏi hợp đồng mà không đưa ra bất kỳ lý do trong thời gian hai tuần.



# 2 HỢP ĐỒNG CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

## 2.1 Quyền của người tiêu dùng khác nhau theo tính cách bán hàng hoá và dịch vụ

Khi người tiêu dùng mua hàng hóa hoặc dịch vụ, phải được phân biệt:

- a) ở **cửa hàng bình thường**, hoặc
- b) ký kết hợp đồng thông qua **phương tiện truyền thông** (tức là không có sự hiện diện của hai bên), hoặc
- c) hợp đồng được ký kết **ngoài cửa cơ sở kinh doanh thông thường**.

Quyền của người tiêu dùng khác nhau tùy thuộc vào địa điểm diễn ra mua bán.

**Ngoài các cửa hàng thông thường** có thể xem những không gian bán hàng tại siêu thị (nếu khách hàng tự đến các quầy hàng, mà không bị chặn lại bởi người bán), chợ của người nông dân, các hội chợ triển lãm bán hàng và các chợ thương mại khác, vv.

Khi hàng hoá được bán trong các cửa hàng bán lẻ thì thông thường người tiêu dùng có ít quyền lợi hơn so với khi mua hàng trực tuyến hoặc ngoài cơ sở kinh doanh thông thường. Ví dụ khi mua hàng trong cửa hàng, người tiêu dùng thường có cơ hội để xem hàng hoá kỹ hơn, có thể thử, so sánh chất lượng và giá cả hàng hoá với các dịch vụ cạnh tranh mà không cần phải lập tức quyết định, như khi mua hàng hoá tại các hội chợ triển lãm bán hàng hoặc trên đường phố.

Khi mua hàng tại cửa hàng bình thường người tiêu dùng không có quyền trả lại hàng trong vòng 14 ngày mà không đưa ra lý do.

Hàng hoá mua tại cửa hàng khi không có khiếm khuyết để khách hàng có thể yêu cầu bồi thường, hoặc rút khỏi hợp đồng. Thì việc trả lại hàng mà không nêu lý do là không thể trừ khi người bán tự nguyện thừa nhận quyền này



cho khách hàng (thời gian và điều kiện trả lại hàng hoá không nêu lên lý do phụ thuộc vào quy định của người bán).

Ví dụ: các hợp đồng **thực hiện qua phương tiện truyền thông** ví dụ: hợp đồng mua hàng hoá và dịch vụ qua mạng trực tuyến, qua điện thoại, tại các điểm quảng cáo, thực hiện việc mua hàng hoá bằng cách gửi các mẫu đơn đặt hàng từ danh mục các mặt hàng vv. Yếu tố quan trọng ở đây là cách ký kết hợp đồng chứ không phải là cách nhận hàng hoá.

### Ví dụ:

*Khi người tiêu dùng đặt hàng qua mạng internet và sau đó nhân hàng tại một cửa hàng thì người tiêu dùng có quyền lợi như khi mua hàng trực tuyến.*

**Đối với hợp đồng được ký kết ngoài cơ sở kinh doanh bình thường** và được hiểu như hợp đồng ký kết với người bán hàng rong hoặc tại các tại các hội chợ quảng cáo hàng hoá.

Trong nhóm này bao gồm cả các hợp đồng đã được ký kết trong khu vực kinh doanh của doanh nghiệp, với điều kiện là hợp đồng được ký kết ngay sau khi **nhân viên bán hàng tiếp cận với người tiêu dùng** ngoài khu vực kinh doanh này.

### Ví dụ:

*Nhân viên tiếp thị bất ngờ quảng cáo sản phẩm với người tiêu dùng trên đường phố và sau đó đưa người tiêu dùng đến văn phòng của công ty để ký kết hợp đồng. Trong trường hợp này, hợp đồng được ký kết ngoài cơ sở kinh doanh vì thế người tiêu dùng có nhiều quyền lợi hơn.*

Hoặc đối với hợp đồng được ký kết ngoài cơ sở kinh doanh và diễn ra như **các chuyến đi với mục đích thúc đẩy việc bán hàng** hoặc cung cấp dịch vụ của công ty (kể cả khi người bán hàng có đang ký địa điểm kinh doanh ở nơi quảng cáo mặt hàng và hợp đồng được ký kết ở địa điểm kinh doanh, hoặc sau khi trở lại cơ sở kinh doanh).

Quy định cụ thể của Bộ luật Dân sự § 1852 đến § 1867 bao gồm **time-sharing** cho hợp đồng của người tiêu dùng. Tức là khi người tiêu dùng trả tiền để có quyền sử dụng chỗ ở và các dịch vụ khác trong một thời gian dài, hoặc trong hợp đồng thời gian đó kéo dài hơn một năm. Hai bên tham gia vào hệ thống trao đổi hình thức như đã mô tả và các dịch vụ liên quan. Luật này không áp dụng cho hợp đồng ăn nghỉ của các tour du lịch.

## 2.2 Nội dung hợp đồng của người tiêu dùng

Bất kể phương thức bán hàng cho tất cả các hợp đồng tiêu dùng thì nội dung hợp đồng của người tiêu dùng không thể có ít quyền lợi hơn căn cứ từ pháp luật.

Hợp đồng không thể giới hạn quyền cơ bản của người tiêu dùng mà luật pháp quy định.

### Ví dụ:

*Nếu người tiêu dùng mua hàng trực tuyến và các điều khoản của công ty nói rằng: Tất cả hàng hóa đều không có bảo hành thì quy định đó không hợp lệ và trái với luật pháp. Ngay cả khi người tiêu dùng đồng ý với các điều khoản này sẽ thì điều đó không ngăn cản thực tế là người tiêu dùng có thể khiếu nại.*

Người bán hàng phải cung cấp tất cả các thông tin cho người tiêu dùng một cách rõ ràng, dễ hiểu bằng ngôn ngữ mà hợp đồng được ký kết.

Nếu nội dung hợp đồng có thể giải thích bằng nhiều cách khác nhau và sẽ được chọn cách **giải thích thuận lợi nhất cho người tiêu dùng**.

**Cấm các thỏa thuận** làm mất sự cân bằng về quyền lợi và nghĩa vụ hai bên, gây thiệt hại cho người tiêu dùng.

**Người kinh doanh không thể yêu cầu thanh toán một số tiền khác** hơn so với hợp đồng đã được thỏa thuận với người tiêu dùng.

Trong hợp đồng phải có cả những thông tin được cung cấp trước khi người tiêu dùng ký kết hợp đồng, trừ khi hai bên có thống nhất khác.

Theo luật pháp người bán hàng phải có nghĩa vụ thông báo các quy định này cho khách hàng trước khi diễn ra mua bán.

**Trước khi ký kết hợp đồng người kinh doanh phải cung cấp cho người tiêu dùng những thông tin** được đề cập trong § 1811 của Bộ luật Dân sự (ví dụ như dữ liệu về bản thân,

về sản phẩm và giá của sản phẩm, cách thanh toán và chi phí giao hàng, chi tiết về các quyền lợi khi phát sinh khiếu nại, thời hạn hợp đồng và khả năng chấm dứt hợp đồng, các chức năng của nội dung kỹ thuật số và tương tác với phần cứng và phần mềm).

**Nếu việc buôn bán diễn ra thông qua các phương tiện truyền thông hoặc bên ngoài cơ sở kinh doanh**, thì Bộ luật Dân sự quy định, § 1820 doanh nghiệp phải có nghĩa vụ cung cấp thông tin cho người tiêu dùng trước khi ký kết hợp đồng (ví dụ như chi phí cuộc gọi nếu có mức giá khác bình thường, thông tin về quyền chấm dứt hợp đồng, tính chất và điều kiện giải hoà ngoài vòng pháp luật cách khiếu nại của người tiêu dùng, bao gồm cả các thông tin về việc khiếu nại và nhờ sự giám sát của nhà nước).

**Khi ký kết hợp đồng qua mạng internet** (trừ khi hợp đồng được ký không chỉ qua hòm thư điện tử) doanh nghiệp phải thông báo cho người tiêu dùng những quy định § 1826 của Bộ

luật Dân sự, chẳng hạn như ngôn ngữ mà hợp đồng sẽ được ký kết, các bước kỹ thuật khác nhau dẫn đến việc ký kết hợp đồng, bao gồm cả việc sửa những thông tin đã nhập, vv.

**Nếu hợp đồng được thỏa thuận qua điện thoại**, thì người kinh doanh phải cung cấp những thông tin về bản thân và mục đích của cuộc gọi ngay ban đầu.

Nếu người kinh doanh cung cấp **hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng mà không có đơn đặt hàng** thì người tiêu dùng không có trách nhiệm thanh toán hoặc dùng tiền của mình để thông báo cho người kinh doanh.

#### **Ví dụ:**

*Nếu người tiêu dùng nhận được một món đồ qua bưu điện mà ở đó yêu cầu thanh toán ngay lập tức hoặc gửi trở lại, thì người tiêu dùng không phải nhận và thanh toán món đồ đấy.*



# 3 CÁC ĐIỀU KHOẢN VÀ CÁC ĐIỀU KIỆN BỊ CẤM TRONG KINH DOANH



## 3.1 Các điều khoản và điều kiện trong hợp đồng

Nếu người tiêu dùng ký kết hợp đồng với các tổ chức lớn, chẳng hạn như ngân hàng, công ty bảo hiểm, các nhà khai thác viễn thông, nhà cung cấp năng lượng, thì các hợp đồng thường gắn liền với các điều khoản mà nội dung khách hàng không thể kiểm soát được.

Bộ luật Dân sự bảo vệ bên yếu hơn, **do đó quy định điều kiện kinh doanh mà bên thứ hai không thấy hợp lý** (ví dụ như hình phạt quá cao) sẽ được coi là không có hiệu quả nếu nó không được khách hàng tự nguyện chấp nhận.

Nếu việc thay đổi là hợp lý và bắt buộc thì sự **thay đổi điều kiện kinh doanh** trong hợp đồng có thể diễn ra và đàm

phán để thay đổi một cách hợp lý. Tuy nhiên cùng với điều này phải có sự đồng ý và thông báo cho người tiêu dùng biết. Người tiêu dùng có thể từ chối sự thay đổi và đưa ra lý do này để chấm dứt hợp đồng mà không bị phạt và có đủ thời gian để mua dịch vụ tương tự từ các nhà cung cấp khác.

Điều kiện kinh doanh và các điều khoản của hợp đồng sẽ được coi là hợp lệ nếu **người tiêu dùng được làm quen trước**.

Người tiêu dùng phải hiểu rõ các điều khoản. Người kinh doanh phải giải thích ý nghĩa của các điều khoản cho người tiêu dùng biết.

Nếu thỏa thuận bao gồm **điều khoản không rõ ràng**, hoặc điều khoản này **khó hiểu** đối với một người bình

thường. Thì điều khoản này chỉ có hiệu lực nếu nó không gây bất lợi cho người tiêu dùng, hoặc người tiêu dùng đã được giải thích một cách rõ ràng.

Nếu trong hợp đồng có điều khoản **đặc biệt bất lợi** cho người tiêu dùng, mà không có lý do chính đáng, đặc biệt các điều khoản ràng buộc khác đều bất bình thường thì điều khoản này coi như vô hiệu lực.

### Ví dụ:

*Điều khoản không hợp lệ: nếu trong hợp đồng có một điều khoản trong trường người tiêu dùng không thanh toán hóa đơn sử dụng dịch vụ điện thoại đúng hạn, người tiêu dùng sẽ mất điện thoại di động của mình, điều khoản này người tiêu dùng đã có trước khi ký kết hợp đồng.*

Trong trường hợp người tiêu dùng bị lợi dụng lúc khó khăn, thiếu kinh nghiệm, yếu trí tuệ, bị kích động hoặc cả tin. **Giá trị tài sản và ràng buộc xã hội quá cao** (ví dụ như các khoản vay với lãi suất cao).



## 3.2 Các hành vi không lành mạnh trong kinh doanh

Đạo luật bảo vệ người tiêu dùng cấm sử dụng các **hành vi không lành mạnh trong kinh doanh** khi bán hàng hoá và cung cấp dịch vụ

**Các hành vi không lành mạnh trong kinh doanh diễn ra** khi người kinh doanh thuyết phục người tiêu dùng, gây ảnh hưởng đến quyết định của người tiêu dùng mà trong trường hợp thông thường người tiêu dùng sẽ không đưa ra quyết định như vậy.

**Các hành vi kinh doanh không lành mạnh, hung hăng và** gây hiểu lầm cho người tiêu dùng. Khi người kinh doanh sử dụng các hành vi không lành mạnh bạn có thể yêu cầu **Thanh tra thương mại Séc** đến điều tra.

### 3.2.1 Các hành vi kinh doanh gây hiểu lầm

**a)** sử dụng các thông tin cá nhân sai, hoặc

**b)** nếu thông tin cá nhân quan trọng là đúng, nhưng lại gây hiểu lầm cho người tiêu dùng do hoàn cảnh diễn ra, hoặc

**c)** nếu người kinh doanh không đề cập đến những chi tiết quan trọng, có tính đến tất cả các trường hợp đòi bồi thường từ người kinh doanh; vì những thiếu sót cũng như khi cung cấp các dữ liệu quan trọng một cách khó hiểu hoặc không rõ ràng, hoặc

**d)** trong trường hợp trình bày sản phẩm hay dịch vụ, bao gồm cả quảng cáo so sánh, hay tiếp thị nhằm lẫn với bất kỳ sản phẩm, dịch vụ khác hoặc nhãn hiệu của các doanh nghiệp khác, hoặc

**e)** không tuân thủ các cam kết nêu trong quy tắc ứng xử cơ bản mà người kinh doanh đã cam kết.

**Việc buôn bán những sản phẩm, dịch vụ xâm phạm bản quyền sở hữu,** cũng như lưu trữ các sản phẩm này với mục đích cung cấp hoặc bán và sử dụng trái phép theo chỉ định bảo vệ bản quyền trong kinh doanh. Cũng được coi như hành vi không lành mạnh trong kinh doanh.

Nghĩa vụ qua trọng là cung cấp thông tin, gây hiểu lầm được coi như là hành vi không lành mạnh trong kinh doanh. Người bán hàng phải có trách nhiệm bảo **sản phẩm bán được nhìn thấy rõ ràng**, đánh dấu nhà sản xuất, nơi nhập khẩu hoặc nhà cung cấp, nếu bản chất của sản phẩm hoặc hình thức bán hàng yêu cầu ghi tên sản phẩm, trọng lượng, hoặc số lượng, kích thước và các thông tin khác theo yêu cầu bản chất của sản phẩm để xác định cách sử dụng, vật liệu sử dụng chính, trong trường hợp là giày dép và những sản phẩm theo luật pháp bắt buộc phải đánh dấu.

Các sản phẩm phải đánh dấu rõ ràng.

**Nếu khi sử dụng sản phẩm cần hướng dẫn đặc biệt**, người kinh doanh có nghĩa vụ thông báo cho người tiêu dùng biết trừ khi quy định đó là thông thường.

Người bán hàng có nghĩa vụ thông báo quy định về giá cả và áp dụng trực tiếp theo quy định của Liên minh châu Âu về giá cả sản phẩm, hoặc dịch vụ. **Đánh dấu sản phẩm, giá cả hàng**

**hoá hoặc dịch vụ cần được thông báo rõ ràng.**

**Thông tin giá cả không được rõ ràng**

**a)** giá thấp hơn so với thực tế,  
**b)** giá phụ thuộc vào hoàn cảnh, trong thực tế không phải như vậy,  
**c)** giá bao gồm cả dịch vụ giao hàng, việc làm, hoặc dịch vụ, những trong thực tế phải trả riêng,  
**d)** giá đã được hoặc sẽ được tăng lên, giảm đi hoặc không thay đổi, nhưng trong thực tế không phải như vậy,  
**e)** giá cả và tính hữu dụng của sản phẩm hoặc dịch vụ được cung cấp, so sánh với giá cả và tính hữu dụng của sản phẩm hoặc dịch vụ trong thực tế không phải như vậy.

**Người bán hàng có trách nhiệm thông báo cho người tiêu dùng về điều khoản và điều kiện để thực hiện việc khiếu nại cùng hợp tác và cung cấp địa chỉ nơi có thể khiếu nại về sản phẩm.**

Những thông tin về người bán hàng được coi là quan trọng phải được

cung cấp cho người tiêu dùng.

**Ví dụ:**

*Các hoạt động kinh doanh lừa đảo được gọi là quảng cáo mỗi khi người kinh doanh quảng cáo bán các sản phẩm hoặc dịch vụ với giá quy định mà không đảm bảo rằng hàng hóa sẽ có đủ trong cơ sở kinh doanh. Mục đích là thu hút khách hàng. Tương tự như ví dụ: quây bán xe ô tô cũ với mục đích thúc đẩy việc bán những xe kém chất lượng. Các phương tiện truyền thông quảng cáo những xe ô tô với tình trạng tốt, mặc dù từ lâu trong cơ sở kinh doanh không còn những xe tốt nữa. Đó là cách để thu hút khách hàng đến cửa hàng.*

*Thực hành lừa đảo cũng được xem xét khi người bán hàng cung cấp thông tin sai, rằng sản phẩm hoặc dịch vụ sẽ chỉ được cung cấp trong một thời gian hạn chế, hoặc sẽ được cung cấp trong một thời gian hạn chế với những điều kiện nhất định, hoặc người bán hàng tuyên bố có ý định chấm dứt hoạt động hoặc kinh doanh với mục đích khuyến khích người tiêu dùng ra quyết định ngay lập tức.*

*Những thực hành bị cấm cũng đang diễn ra thường xuyên tại các hội chợ trình bày sản phẩm khi người bán hàng cung cấp cung cấp những thông tin không chính xác về sản phẩm hay dịch vụ, để người tiêu dùng mua sản phẩm hoặc dịch vụ với chất lượng kém hơn so với các mặt hàng tương tự đang có trên thị trường.*

### **3.2.2 Các hành vi kinh doanh được coi là tiêu cực**

Các hành vi tiêu cực có tính cách quấy rối, ép buộc, bao gồm cả việc áp dụng ảnh hưởng quá mức, làm suy yếu đáng kể khả năng lựa chọn của người tiêu dùng.

Khi bạn từ chối mà người kinh doanh vẫn liên tục liên hệ với bạn, thì đó cũng có thể coi như hành vi tiêu cực trong kinh doanh

**Các hành vi kinh doanh trong phụ lục 2 của Luật bảo vệ người tiêu dùng luôn luôn được coi là tiêu cực và do đó bị cấm, khi người kinh doanh:**

- a)** tạo ra ấn tượng rằng người tiêu dùng không thể rời khỏi cơ sở kinh doanh, nơi đặt sản phẩm hoặc dịch vụ, nếu không ký hợp đồng,
- b)** trực tiếp đến tận nhà của người tiêu dùng, bỏ qua yêu cầu phải rời khỏi nhà của người tiêu dùng và không quay trở lại nữa. Ngoài trừ phục hồi nghĩa vụ ký kết hợp đồng một cách phù hợp với pháp luật,
- c)** lặp đi lặp lại cách liên hệ với người tiêu dùng, lời kéo qua điện thoại, fax, hòm thư điện tử hoặc phương tiện truyền thông khác. Ngoài trừ phục hồi nghĩa vụ ký kết hợp đồng một cách phù hợp với pháp luật,
- d)** yêu cầu người tiêu dùng cung cấp các tài liệu và chứng minh không phù hợp khi muốn đền bù từ hợp đồng bảo hiểm, với mục đích thuyết phục người tiêu dùng không đòi hỏi các quyền lợi cá nhân của mình như đã ký kết trong hợp đồng,

**e)** thông qua quảng cáo trực tiếp khuyến khích trẻ em đến mua hàng hóa và dịch vụ được cung cấp hoặc thuyết phục người lớn,

**f)** yêu cầu người tiêu dùng thanh toán ngay lập tức hoặc trả tiền chậm cho hàng hóa, dịch vụ được cung cấp, mặc dù người tiêu dùng không đặt hàng hoặc yêu cầu hoàn trả lại tiền, hoặc lưu trữ hàng hóa vì lý do không nhận, ngoại trừ việc thay đổi hàng hóa đã được ký kết theo hợp đồng,

**g)** người kinh doanh tuyên bố nếu người tiêu dùng không mua sản phẩm hoặc dịch vụ, thì điều đó sẽ gây ảnh hưởng xấu đến hoạt động kinh doanh, nơi làm việc hoặc sự tồn tại của người kinh doanh,

**h)** tạo cho người tiêu dùng cảm giác sai là người tiêu dùng đã giành được, thắng được và dẫn đến hành động nhất định, trong khi thực tế người tiêu dùng không có lợi như vậy. Sau khi giành được chiến thắng hoặc có được giải thưởng thì người tiêu dùng vẫn phải trả tiền hoặc chi phí khác liên quan đến việc nhận giải thưởng.



### 3.3 Các nghĩa vụ khác của người bán hàng

Trong Đạo luật bảo vệ người tiêu dùng có thể tìm thấy nhiều nghĩa vụ, mà người bán hàng phải đáp ứng cho người tiêu dùng, chẳng hạn như:

- **bán sản phẩm đúng** với trọng lượng, chính xác đo lường hoặc định lượng, phê duyệt hoặc chất lượng tương đương với giá đưa ra,
- **thông báo cho người tiêu dùng các thuộc tính và cách sử dụng các sản phẩm bằng tiếng Séc,**
- **thông báo** cho khách hàng **khí sản phẩm bị lỗi**, nếu bán với giá thấp hơn thì phải để các sản phẩm có lỗi riêng biệt,

- **việc bán hàng hoặc cung cấp dịch vụ bên ngoài cơ sở kinh doanh** (ví dụ như bán thịt thay vì trong cửa hàng thịt, thì có thể bán cuối tuần tại hội chợ) sau khi kết thúc người bán hàng phải cung cấp người tiêu dùng địa chỉ nơi khách hàng có thể khiếu nại,
- cho khách thử theo yêu cầu nếu bản chất của sản phẩm và hình thức bán hàng cho phép,
- nếu dịch vụ không được cung cấp ngay khách hàng sẽ nhận **giấy chứng nhận đặt hàng**,
- theo yêu cầu khách hàng sẽ nhận được **hoá đơn mua hàng**.

# 4 BÁN HÀNG QUA MẠNG INTERNET

(THÔNG QUA PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG)

VÀ BÁN HÀNG NGOÀI KHU VỰC KINH DOANH THÔNG THƯỜNG

Nếu người tiêu dùng quyết định mua hàng trực tuyến hoặc từ những cửa hàng từ xa, đầu tiên nên kiểm tra ai là người điều hành cửa hàng (tìm tên người kinh doanh, mã số đăng ký kinh doanh và xác minh xem người kinh doanh có ở trong quá trình phá sản hay không hoặc có bị đình chỉ kinh doanh hay không). Thông tin quan trọng này cũng có thể tìm trên mạng internet, những người đã mua hàng và đánh giá chất lượng sản phẩm.

Thanh toán trước khi giao hàng (ví dụ như chuyển khoản ngân hàng hoặc thanh toán trực tuyến bằng thẻ tín dụng) chỉ trong trường hợp khách hàng tin tưởng người kinh doanh.

Nếu khách hàng thanh toán tiền nhưng không nhận được hàng và

không thể liên lạc được với người bán hàng, hãy tìm trên Internet, báo chí và phương tiện truyền thông khác xem có bao nhiêu khách hàng cũng bị lừa như mình, hãy cùng nhau nộp đơn tố cáo hoặc tham gia yêu cầu phục hồi thiệt hại (trong trường hợp bị lừa đảo) hoặc đăng ký món nợ vào danh sách đòi nợ khi người kinh doanh phá sản (hoặc khi người kinh doanh gặp khó khăn về mặt tài chính). Một số trường hợp cũng cho phép các ngân hàng hoặc các nhà khai thác bán đấu giá tài sản hiện có, trong một số trường hợp khi người tiêu dùng giao lại hàng hoá trong thời gian quy định thì sẽ được hoàn trả lại tiền.



## 4.1 Quyền rút khỏi hợp đồng mà không đưa ra bất kỳ lý do nào

Trong vòng 14 ngày có thể kết thúc hợp đồng mà không cần đưa ra lý do nếu hợp đồng được ký kết từ xa, hoặc ngoài cơ sở kinh doanh bình thường.

Trong trường hợp hợp đồng được ký kết từ xa hoặc ngoài cơ sở kinh doanh bình thường (ý nghĩa của hai từ này sẽ được giải thích trong phần 2.1), người tiêu dùng (có những trường hợp ngoại lệ) **có quyền rút khỏi hợp đồng trong vòng 14 ngày mà không cần đưa ra lý do cũng như không bị phạt.**

**Ngoại trừ hợp đồng mua bán**, thời gian này kéo dài từ ngày ký kết hợp đồng.

**Trong trường hợp ký hợp đồng mua bán** thời gian tính từ ngày người tiêu dùng nhận hàng (*ví dụ tiếp quản từ các dịch vụ đưa thư, vận chuyển, nhận tại bưu điện hoặc trong các kho cửa hàng trực tuyến*).

**Trong hợp đồng có một số mặt hàng khác nhau, thủ tục giao phận hàng chia ra làm nhiều phần** (*ví dụ như người tiêu dùng đến hội chợ trình bày hàng hoá và đã mua một bộ xoong nồi nấu bếp. Người bán hàng giao bộ xoong nồi cho người tiêu dùng thành nhiều lần*) thời gian sẽ tính kể từ ngày nhận hàng cuối cùng.

Ngược lại **trong hợp đồng cung cấp sản phẩm thường xuyên** (*ví dụ như khách hàng đặt vitamin bổ sung mỗi tháng một lần trong một năm qua đường bưu điện*), thì thời gian tính từ ngày đầu tiên nhận được sản phẩm.

Hãy tận dụng quyền của người tiêu dùng và rút khỏi hợp đồng **trong thời hạn được quy định. Người tiêu dùng gửi đơn khiếu nại cho người kinh doanh trong thời hạn được quy**

**định để rút khỏi hợp đồng.** Theo quy định của pháp luật có hiệu lực đến ngày 31 tháng 12 năm 2013 được áp dụng cho thời hạn để thông báo trực tiếp cho nhà cung cấp sản phẩm về việc rút khỏi hợp đồng. Các hợp đồng được ký kết từ ngày 1 tháng 1 năm 2014 chỉ cần chứng minh rằng người tiêu dùng đã gửi đơn khiếu nại yêu cầu rút lại hợp đồng trong thời gian quy định (*ví dụ như con dấu từ bưu điện*). Trong trường hợp tranh chấp, người tiêu dùng sẽ có bằng chứng khiếu nại để rút khỏi hợp đồng trong thời gian quy định (*ví dụ như giấy chứng nhận từ bưu điện, bản sao đã gửi e-mail, vv.*).

#### **Ví dụ:**

*Người tiêu dùng đặt mua sản phẩm ở cửa hàng trực tuyến ngày 4. 4. 2014. Sản phẩm đã được giao ngày 8. 4. 2014. Tính từ ngày này hạn 14 ngày để khiếu nại và rút khỏi hợp đồng. Nếu người tiêu dùng muốn chấm dứt hợp đồng mà không đưa ra lý do thì muộn là ngày 22. 4. 2014 phải khiếu nại và rút khỏi hợp đồng.*

**Người kinh doanh có nghĩa vụ thông báo cho người tiêu dùng biết quyền rút khỏi hợp đồng trong các trường hợp như đã nêu trên. Nếu người kinh doanh không thông báo cho người tiêu dùng biết thì thời hạn cho việc rút khỏi hợp đồng được kéo dài thành một năm.** Người tiêu dùng có thể hủy bỏ hợp đồng trong vòng một năm và mười bốn ngày tính từ ngày bắt đầu hạn rút khỏi hợp đồng. Nếu người tiêu dùng được thông báo về quyền rút khỏi hợp đồng trong thời gian kéo dài từ người kinh doanh thì hạn 14 ngày mới được tính từ ngày người kinh doanh thông báo cho người tiêu dùng biết về quyền rút khỏi hợp đồng.

#### **Ví dụ:**

*Người tiêu dùng mua hàng trực tuyến ngày 3. 4. 2014 và nhận được máy tính xách tay qua đường bưu điện. Trước khi ký kết hợp đồng người tiêu dùng không biết về quyền lợi của mình. (ví dụ như các điều khoản và điều kiện khi mua hàng trực tuyến) về quyền rút khỏi hợp đồng. Ví dụ trong trường hợp này thời gian kết thúc việc khiếu nại là đến ngày*

17. 4. 2015. Tuy nhiên, nếu người bán hàng nhận ra sai lầm của mình và ngày 9 6 2014 thông báo cho người tiêu dùng quyền rút khỏi hợp đồng thì thời gian chỉ được tính đến ngày 23. 6. 2014.

Việc rút khỏi hợp đồng khi ký kết qua mạng có thể diễn ra trước khi nhận hàng, nhưng người tiêu dùng phải thông báo cho người kinh doanh biết. Không chỉ đơn thuần là nhận hàng hoặc không nhận hàng ở bưu điện.

Nếu không, người bán hàng có thể yêu cầu người tiêu dùng thanh toán các chi phí phát sinh (ví dụ: phí lưu hàng hóa).

Để giảm nguy cơ **tranh chấp sau này, tốt nhất là hãy rút khỏi hợp đồng bằng văn bản** ngay cả khi về mặt pháp lý điều này không bắt buộc.

**Mẫu đơn rút khỏi hợp đồng** theo Lệnh Chính phủ số 363/2013. Người kinh doanh có nghĩa vụ thông báo cho người tiêu dùng trước khi ký kết hợp đồng từ xa hoặc ngoài các cơ sở kinh doanh thông thường.

Nếu người kinh doanh cho phép người tiêu dùng rút khỏi hợp đồng bằng cách điền và gửi mẫu đơn trực tiếp trên trang web, thì người kinh doanh phải xác nhận cho người tiêu dùng ngay lập tức sau khi nhận được yêu cầu.

**Hình thức văn bản** như một hình thức của tài liệu xác định theo Bộ luật Dân sự, trong một số trường hợp, để cải thiện giao tiếp giữa người kinh doanh và người tiêu dùng thì tất cả các tài liệu có thể được chuyển tiếp sang bằng văn bản (giấy). Hình thức văn bản **được duy trì khi dữ liệu được cung cấp và được lưu giữ để liên tục hiển thị** (ví dụ như người kinh doanh gửi cho người tiêu dùng văn bản định dạng như e-mail hoặc tin nhắn được ghi vào đĩa CD, sau đó người tiêu dùng có thể lưu các tài liệu này trong máy tính và sử dụng nhiều lần).



#### Ví dụ:

*Nếu hợp đồng được ký kết qua các phương tiện điện tử, người tiêu dùng có quyền được cung cấp hợp đồng và các điều kiện chung dưới dạng văn bản (tức là người kinh doanh sẽ cho phép người tiêu dùng để tải về các điều khoản và điều kiện trong định dạng pdf hoặc gửi qua e-mail).*

## 4.2 Trả lại hàng và giá mua hàng sau khi thu hồi chi phí vận chuyển

Nếu người tiêu dùng rút khỏi hợp đồng thì trong vòng 14 ngày phải gửi trả lại cho người kinh doanh sản phẩm mà người tiêu dùng đã nhận được từ người kinh doanh.

Người kinh doanh cũng có nghĩa vụ trong thời gian tương tự không chậm trễ, trong vòng 14 ngày kể từ ngày người tiêu dùng kết thúc hợp đồng hoàn trả lại toàn bộ kinh phí, bao gồm chi phí giao hàng cho người tiêu dùng theo hợp đồng như khi người kinh doanh đã nhận được từ người tiêu dùng.



Người kinh doanh sẽ trả lại cho người tiêu dùng bằng tiền hoặc bằng cách khác chỉ khi người tiêu dùng đồng ý và nếu người tiêu dùng không phải bổ thêm chi phí bổ sung cho việc nhận lại tiền. **Người kinh doanh không cần trả lại tiền cho người tiêu dùng trước khi người tiêu dùng chứng minh đã trao lại** hoặc đã gửi lại hàng hoá cho người kinh doanh.

Nếu người tiêu dùng lựa chọn phương pháp giao hàng khác không phải với giá rẻ nhất mà người kinh doanh cung cấp thì người kinh doanh sẽ trả cho người tiêu dùng chi phí giao hàng tương ứng với chi phí giao hàng thấp nhất mà người kinh doanh cung cấp.

Khi một người tiêu dùng quyết định trả lại sản phẩm và không nêu lên lý do trong vòng 14 ngày thì nhà kinh doanh phải hoàn lại tiền, bao gồm cả chi phí vận chuyển hàng hóa và người tiêu dùng phải trả tiền bưu phí liên quan đến việc trả lại sản phẩm.

Người kinh doanh phải chịu chi phí trả lại hàng hoá thay người tiêu dùng

nếu người kinh doanh không thông báo cho người tiêu dùng trước khi ký kết hợp đồng (ví dụ, trong điều khoản kinh doanh) nếu người tiêu dùng chấm dứt hợp đồng thì sẽ phải chịu chi phí trả lại hàng hoá. Người kinh doanh phải chịu chi phí trả lại hàng hoá từ người tiêu dùng nếu người tiêu dùng chấm dứt hợp đồng được ký kết ngoài cơ sở kinh doanh bình thường, với điều kiện là hàng hoá đã được giao tới nhà của người tiêu dùng tại thời điểm ký kết hợp đồng và bản chất của sản phẩm không thể gửi lại cho người kinh doanh qua đường bưu điện thông thường.

#### **Các ví dụ:**

**Ví dụ 1:** Áp dụng khi một người tiêu dùng mua hàng hóa và thanh toán bằng hạn như chuyển khoản ngân hàng. Người kinh doanh phải trả lại tiền cho người tiêu dùng vào tài khoản của họ, trừ khi người tiêu dùng đã đồng ý hoàn trả lại tiền bằng một cách khác (ví dụ như chuyển tiền qua bưu điện).

**Ví dụ 2:** Một người tiêu dùng đặt hàng qua cửa hàng điện thoại di động trực tuyến với giá 2 999 Kč. Người bán hàng

cung cấp hai chế độ giao hàng qua, Českou poštou, s. p với giá 99 Kč và qua công ty vận tải tư nhân với giá 129 Kč. Người tiêu dùng lựa chọn chế độ giao hàng đắt tiền hơn và phải trả tổng cộng là 3 128 Kč. Sau khi nhận hàng ở nhà người tiêu dùng cảm thấy không hài lòng, và do đó quyết định chấm dứt hợp đồng mà không đưa ra lý do. Người tiêu dùng gói hàng không hề sử dụng lại và gửi người bán hàng với chi phí bưu kiện là 89 Kč. Như vậy trong trường hợp này người kinh doanh phải trả lại cho người tiêu dùng số tiền 2 999 Kč (giá mua hàng) và 99 Kč (giá vận chuyển rẻ nhất từ nhà cung cấp), người tiêu dùng và nhân được lại tổng cộng 3 098 Kč.

**Ví dụ 3:** Người bán hàng đến tận nhà và thuyết phục người tiêu dùng mua một tấm nệm với giá 49 900 Kč và người bán hàng ngay lập tức để tấm nệm lại đó. Nếu người tiêu dùng quyết định rút khỏi hợp đồng trong thời gian hai tuần, thì người tiêu dùng được hoàn lại tiền mua tấm nệm cũng có thể yêu cầu người bán hàng tự chi trả công vận tải tấm nệm.

Sau khi nhận được sản phẩm trả lại, người bán hàng được phép kiểm tra xem sản phẩm có bị hư hỏng hoặc quá hao mòn từ phía người tiêu dùng sử dụng hay không.

Nếu người tiêu dùng sử dụng sản phẩm trong vòng 14 ngày sau đó rút lại hợp đồng thì người tiêu dùng phải chịu chi phí phát sinh có liên quan đến sự quá hao mòn của sản phẩm.

Người kinh doanh có thể yêu cầu bồi thường cho sự hao mòn của sản phẩm từ người tiêu dùng nếu khi ký kết hợp đồng người kinh doanh đã thông báo trước.

Người tiêu dùng nên trả lại sản phẩm một cách cẩn thận, đóng gói đúng cách và lựa chọn phương pháp vận chuyển thích hợp, nếu không người tiêu dùng phải chịu trách nhiệm về thiệt hại sản phẩm trong quá trình vận chuyển trả lại cho người bán.

Ngược lại nếu hàng hóa bị hư hỏng trong thời gian vận chuyển đến người tiêu dùng, người bán phải chịu hoàn

toàn trách nhiệm về thiệt hại này.

Để giảm nguy cơ tranh chấp về sau khi người tiêu dùng nhận hàng nên nhanh chóng kiểm và bắt kể thiếu sót gì hãy ghi trong biên bản nhận hàng khi ký nhận với người vận chuyển viên, và hãy thông báo ngay cho người bán hàng biết.

Nếu người tiêu dùng kiểm tra hàng theo cách thông thường, mà không để lại dấu hiệu hao mòn mặc hoặc thiệt hại nào khác, thì người bán hàng phải hoàn lại tiền đầy đủ, người bán có thể không tính bất kỳ khoản phí xử lý nào hoặc lệ phí kiểm tra hàng.

#### **Ví dụ:**

*Nếu người tiêu dùng nhận được từ của hàng trực tuyến một chiếc áo sơ mi, người tiêu dùng có thể mở ra, thử xem có hợp với mình hay không hoặc kích thước có vừa hay không và sau đó nếu không hài lòng hãy bọc và gửi trở lại như ban đầu. Người bán hàng sẽ phải có nghĩa vụ trả lại tiền cho người tiêu dùng.*

*Ngược lại người bán có thể không trả lại toàn bộ số tiền cho người tiêu dùng nếu áo sơ mi đó người tiêu dùng mặc cả ngày và làm bẩn, giặt áo sơ mi không đúng cách, và sửa đổi áo, vv. Trong trường hợp này, người bán không thể hoàn toàn từ chối việc rút khỏi hợp đồng của người tiêu dùng, nhưng người bán có thể yêu cầu người tiêu dùng bồi thường các chi phí để khởi lại chất lượng ban đầu. Số tiền bù cho sự giảm giá trị của sản phẩm. Số tiền bù cho sự giảm giá trị sản phẩm phải tương xứng và cả hai bên phải đồng ý. Nếu cả hai bên không thống nhất được có thể chọn một trong các hình thức giải quyết tranh chấp ngoài việc tố tụng.*

*Tương tự như vậy, nếu bạn mua một cái máy ảnh như người tiêu dùng, bạn có thể kiểm tra chức năng, nhưng bạn không thể được sử dụng nó một tuần vào kỳ nghỉ của mình, nếu bạn sử dụng như vậy người bán hàng có quyền không hoàn trả lại đủ số tiền cho bạn.*

### 4.3 Những hợp đồng không thể chấm dứt nếu không đưa ra lý do

Ngoài các ví dụ đã đề cập trên Bộ luật Dân sự và các loại hợp đồng mà người tiêu dùng không thể rút khỏi hợp đồng mà không đưa ra lý do, ngay cả khi họ đã ký kết hợp đồng từ xa hoặc ngoài cơ sở kinh doanh thông thường. Ví dụ là những hợp đồng dưới đây

- đối với việc cung cấp hàng hoá, dịch vụ mà giá cả phụ thuộc vào biến động của thị trường tài chính ngoài sự kiểm soát của doanh nghiệp và có thể xảy ra trong thời gian thu hồi (ví dụ vàng),
- đối với việc cung cấp hàng hoá đã được điều chỉnh theo yêu cầu của người tiêu dùng (ví dụ như khách hàng đã mua quần và cắt ngắn lại, hoặc yêu cầu khắc tên của mình trên máy tính xách tay đã mua),
- đối với việc cung cấp hàng hóa thu-ộc diện xuống cấp nhanh (ví dụ như các loại thực phẩm dễ hư hỏng),

- việc cung cấp hàng hóa và giao hàng không thể phục hồi, trộn với hàng hóa khác (ví dụ như một khách hàng mua một tấn than hoặc củi và yêu cầu đổ cùng một đống, nơi khách hàng đã có than hoặc củi cũ, nên không thể được phân biệt được),
- đối với việc cung cấp hàng hóa được đóng gói mà người tiêu dùng đã mở ra và về mặt vệ sinh không thể phục hồi (ví dụ, chất khử mùi, sơn môi),
- đối với việc cung cấp âm thanh, ghi hình, chương trình máy tính, nếu vi phạm đóng gói ban đầu (chẳng hạn như CD, DVD),
- việc cung cấp báo chí hoặc tạp chí,
- chỗ ở, giao thông, phục vụ giải trí, nếu người kinh doanh cung cấp dịch vụ trong thời gian quy định (ví dụ, đặt dịch vụ qua điện thoại, đến tiệm làm tóc trong thời gian cụ thể),
- việc cung cấp nội dung kỹ thuật số, nếu không được cung cấp trên

một phương tiện hữu hình và được cung cấp với sự đồng ý trước từ bên người tiêu dùng. Trước khi ký hợp đồng người tiêu dùng đã được thông báo rằng trong trường hợp như vậy người tiêu dùng không có quyền chấm dứt hợp đồng (ví dụ như mua chương trình chống virus mà là dựa trên mật khẩu được cung cấp người tiêu dùng đã có thể kéo từ mạng internet xuống để sử dụng).

Hãy cẩn thận với các hàng hóa vì lý do an toàn vệ sinh người tiêu dùng không thể sử dụng lại qua một khách hàng khác. Hàng hóa đó không thể trả lại mà không đưa ra lý do.

**Các quy định nói trên cũng được áp dụng cho các hợp đồng được liệt kê** trong § 1840 của Bộ luật Dân sự cụ thể - chẳng hạn như việc cung cấp các dịch vụ xã hội và y tế, thuê một căn hộ, rút thăm trúng thưởng, trò chơi, xây dựng các tòa nhà mới, cung cấp thực phẩm và đồ uống cho các hộ gia đình, **tour du lịch**, vé vận chuyển người, hợp đồng ký kết sử dụng máy bán hàng tự động, vv.

## 4.4 Rút khỏi hợp đồng cung cấp dịch vụ

Bằng các phương tiện thông tin liên lạc từ xa, hoặc ngoài cơ sở kinh doanh bình thường **bạn có thể không chỉ mua hàng hóa mà cả các dịch vụ cung cấp.**

### Ví dụ:

*Người tiêu dùng đặt dịch vụ làm vườn thường xuyên cho vườn cảnh nhà mình qua mạng internet.*

*Tại căn hộ của người tiêu dùng nhân viên bán hàng ký kết hợp đồng với người tiêu dùng về việc cung cấp năng lượng, dịch vụ Internet, viễn thông, vv.*

**Nếu khách hàng ví dụ: bị người bán hàng ép ký hợp đồng** mà không đọc kỹ, không xem xét kỹ hợp đồng thì trong trường hợp này khách hàng vẫn có thể rút khỏi hợp đồng mà không đưa ra lý do trong vòng 14 ngày sau khi đặt dịch vụ.

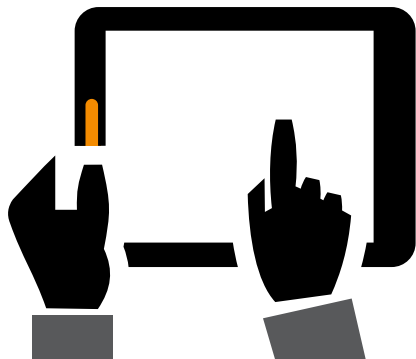
Khi ký kết hợp đồng cung cấp các dịch vụ đòi hỏi khách hàng quyết định xem muốn được cung cấp dịch vụ ngay lập tức hay sau thời hạn quy định 14 ngày rút khỏi hợp đồng cung cấp dịch vụ.

**Nếu người kinh doanh có sự đồng ý của người tiêu dùng**, mà sự đồng ý phải được thực hiện dưới hình thức văn bản, **bắt đầu cung cấp dịch vụ trước khi hết hạn như đã thống nhất** (ví dụ như nhân viên làm vườn đến theo yêu cầu của khách hàng ngay ngày hôm sau khi đặt dịch vụ), tùy thuộc vào việc người kinh doanh có thông báo cho người tiêu dùng biết khi hợp đồng được ký kết hay không, trong trường hợp này không thể rút khỏi hợp đồng. Nếu quyền rút khỏi hợp đồng của người tiêu dùng không bị mất, thì ngay cả khi dịch vụ đã được cung cấp. Người tiêu dùng có nghĩa vụ trả tiền cho dịch đã được cung cấp với giá thỏa thuận tương ứng như với giá trị thị trường cung cấp dịch vụ (ví dụ, khách hàng trả tiền cho một lần cắt vườn, diễn ra trước khi họ rút khỏi hợp đồng).

**Quyền quy định cụ thể** của khách hàng đối với một số loại hình dịch vụ (ví dụ như cung cấp năng lượng, dịch vụ viễn thông) sẽ tiếp tục mở rộng, không chỉ đối với hợp đồng ký kết từ xa hay ngoài khu vực kinh doanh thông thường mà tính cả việc cung cấp dịch vụ trong các cơ sở hiện tại (xem chương 8 và 9).

## 4.5 Dịch vụ tài chính ký kết từ xa

Nếu người tiêu dùng ký kết một hợp đồng mới cho dịch vụ tài chính (ví dụ bằng cách thiết lập một tài khoản ngân hàng hoặc vay một khoản tiền hoặc đổi ngoại tệ) bằng các phương tiện thông tin liên lạc từ xa (ví dụ như thông qua mạng internet hoặc qua điện thoại), theo Bộ luật Dân sự thừa nhận quy định đặc biệt từ § 1841 đến § 1851 về bảo vệ quyền của người tiêu dùng cao hơn ví dụ: cá nhân tự đi vào công ty, ngân hàng hoặc hãng bảo hiểm để mua dịch vụ này.



Ngoài một số nghĩa vụ cung cấp thông tin cho người tiêu dùng từ phía người kinh doanh trước khi ký kết hợp đồng. Người tiêu dùng **có quyền rút khỏi hợp đồng trong thời hạn 14 ngày** kể từ khi ký kết hợp đồng. Hoặc tính từ khi cung cấp thông tin theo quy định, nếu người tiêu dùng được cung cấp thông tin sau khi kết thúc hợp đồng. **Từ một hợp đồng bảo hiểm nhân thọ hoặc bảo hiểm hưu trí** người tiêu dùng có quyền **kết thúc hợp đồng trong vòng 30 ngày** kể từ khi được thông báo rằng hợp đồng đã được ký kết từ xa. Trong trường hợp người kinh doanh đưa những thông tin sai nhằm mục đích lừa đảo người tiêu dùng, người tiêu dùng **có quyền hủy bỏ hợp đồng trong vòng ba tháng** kể từ thời điểm biết về điều này.

### Bạn không thể rút khỏi hợp đồng:

- trong số các dịch vụ tài chính phụ thuộc vào biến động giá trong thị trường tài chính ngoài sự kiểm soát của người bán (ví dụ mua chứng khoán),
- bảo hiểm du lịch, bảo hiểm hành lý hoặc bảo hiểm ngắn hạn tương đương với thời gian bảo hiểm ngắn hơn một tháng.

Bạn không thể rút khỏi hợp đồng bảo hiểm, nếu thời gian bảo hiểm chưa đầy một tháng.

Nếu người tiêu dùng rút khỏi hợp đồng, người kinh doanh có thể yêu cầu **trả một mức phí hợp lý cho các dịch vụ đã được cung cấp**, với điều kiện trước đó người tiêu dùng đã đồng ý và đã được thông báo trước khi kết thúc hợp đồng. Người kinh doanh đồng thời không chậm trễ, trong vòng 30 ngày kể từ ngày chấm dứt hợp đồng **trả lại cho người tiêu dùng số tiền còn lại đã** được nhận theo hợp đồng.

## 4.6 Bảo vệ người tiêu dùng trong các buổi giới thiệu hàng hoá và cung cấp các dịch vụ du lịch, nhân viên thanh tra giúp đỡ người tiêu dùng

Kể từ khi các cuộc giới thiệu hàng hoá và các tour du lịch **có những hành vi vi phạm quyền của khách hàng** (ví dụ bằng cách sử dụng các chiến lược thương mại tiêu cực trong việc thuyết phục khách hàng mua sản phẩm đắt đỏ) vì vậy việc bảo vệ người tiêu dùng đã được tăng cường.

Ngoài những quyền lợi của khách hàng đã được đề cập đến khi mua hàng ngoài cơ sở kinh doanh bình thường (ví dụ như quyền được cung cấp thông tin từ người bán hàng, quyền rút khỏi hợp đồng trong vòng 14 ngày), Luật Bảo vệ người tiêu dùng còn nêu lên nghĩa vụ cho người bán phải luôn luôn ghi rõ trên **giấy mời tham gia sự kiện** địa điểm, thời gian, những sản phẩm và dịch vụ được cung cấp, thông tin về bên tổ chức sự kiện và người bán hàng. Các thông tin (bao gồm cả một bản sao giấy mời),

phải được gửi bên **thanh tra thương mại Séc** muộn nhất là 10 ngày làm việc trước khi diễn ra sự kiện.

Nếu khách hàng quyết định tham gia sự kiện và bất chấp những rủi ro đã nêu trên. Khi mua hàng cần đọc kỹ tất cả các văn bản trước khi ký.

Bạn có biết rằng bạn có thể sử dụng hệ thống Thanh tra giúp đỡ người tiêu dùng?

Nếu quyền của người tiêu dùng bị vi phạm, bạn có thể sử dụng hệ thống **Thanh tra giúp đỡ người tiêu dùng**, tức là phải liên hệ đến những văn phòng thương mại hoặc trực tiếp đến một trong những tổ chức bảo vệ người tiêu dùng để nhận được sự trợ giúp về mặt pháp lý miễn phí (như thông tin về cách rút khỏi hợp đồng). Danh sách các tổ chức của người tiêu dùng có thể tìm thấy ví dụ trên trang web của Bộ Công nghiệp và Thương mại (<http://www.mpo.cz>) trong mục lục "Bảo vệ người tiêu dùng", liên hệ với nhân viên của các tổ chức người tiêu dùng cũng như các văn phòng thương mại.



# 5 KHIẾU NẠI SẢN PHẨM TRONG CỬA HÀNG

Nếu trên sản phẩm có khiếm khuyết, người tiêu dùng sẽ có quyền khiếu nại, cho dù sản phẩm được mua từ xa, ngoài cơ sở bán lẻ thông thường hoặc trong các cửa hàng nói chung.

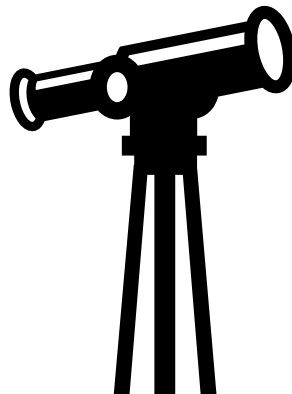
Yêu cầu bồi thường hàng hoá do các khiếm khuyết, bất kể phương thức mua hàng.

Quyền của người tiêu dùng phụ thuộc vào thời điểm hàng hóa đã được mua:

- **các quyền khi hàng hóa bị khiếm khuyết mua đến ngày 31. 12. 2013**, phụ thuộc vào luật số **40/1964**. (Bộ luật Dân sự cũ)
- **các quyền khi hàng hóa bị khiếm khuyết mua từ ngày 1. 1. 2014** phụ thuộc vào luật số **89/2012**. (Bộ luật Dân sự mới)

**Phương pháp giải quyết yêu cầu bồi thường** (ngày tháng, xác nhận, vv) theo quy định của Đạo luật số **634/1992**, Về luật bảo vệ người tiêu dùng.

Giải thích về khiếu nại trong ấn phẩm này được dựa trên Bộ luật Dân sự có hiệu lực từ ngày 1. 1. 2014 (Đạo luật số 89/2012.), nhưng cũng nhấn mạnh sự khác biệt quan trọng giữa luật cũ và luật mới.



**5.1 Trách nhiệm của người bán hàng đối với chất lượng hàng hoá khi nhận từ khách hàng khiếu nại và chấp nhận thời gian cho việc thực hiện các quyền lợi khi hàng hóa bị lỗi**

**Người bán hàng phải chịu trách nhiệm cho người mua** tại thời điểm mua hàng trong trường hợp,

- a)** các thuộc tính sản phẩm, mà hai bên đã đồng ý và không có thoả thuận, các thuộc tính mà người bán hoặc nhà sản xuất mô tả hoặc người mua dự tính cho tính chất của sản phẩm liên quan và quảng cáo thực hiện,
- b)** sản phẩm được sử dụng phù hợp với mục đích mà việc sử dụng đã được người bán liệt kê, hoặc thông thường được sử dụng
- c)** tương ứng với chất lượng khi được dùng thử, theo mẫu thống nhất, nếu chất lượng hoặc hiệu suất xác định theo mẫu hoặc mẫu thống nhất,

- d) sản phẩm tương đương về số lượng, thuộc tính hoặc trọng lượng và
- e) sản phẩm đáp ứng các yêu cầu của pháp luật.

Nếu sản phẩm không đáp ứng được các đặc điểm trên, có thể được coi là sản phẩm có khiếm khuyết.

**Trong trường hợp xác nhận khiếm khuyết trong thời gian sáu tháng kể từ ngày nhận sản phẩm**, dựa trên thực tế là hàng hoá đã bị lỗi khi mua. Nếu người bán không đồng ý với tuyên bố này, để chứng minh điều ngược lại, tức là các lỗi được gây ra bởi người mua sử dụng không đúng cách. Người bán hàng (doanh nghiệp) chịu trách nhiệm chứng minh khi tranh chấp trong sáu tháng đầu.

Sáu tháng sau gánh **nặng chuyển sang bên người tiêu dùng**, trong tranh chấp người tiêu dùng phải chứng minh cho người bán hàng (ví dụ đánh giá của chuyên gia) trách nhiệm về khiếm khuyết thuộc về người bán hàng.

Hầu hết các mặt hàng đều có thể khiếu nại, vì các lỗi trong vòng 24 tháng kể từ khi dùng sản phẩm.

**Người mua có quyền yêu cầu bồi thường sản phẩm trong thời hạn sau đây:**

- **24 tháng** – cho các khiếm khuyết với sản phẩm mới
- việc sản phẩm đã được sử dụng có thể thống nhất rút ngắn thời gian bảo hành từ 24 tháng **xuống còn 12 tháng**
- **5 năm** – trong trường hợp của các lỗi ẩn trong cấu trúc liên quan đến phạm cứng.

**Thời hạn yêu cầu bồi thường sản phẩm có thể được giảm, thậm chí theo thỏa thuận. Khi phát hiện ra khiếm khuyết phải thông báo ngay cho người bán hàng.**

**Thời gian theo luật định cho việc thực hiện các quyền bồi thường khi sản phẩm bị lỗi, không thể nhầm lẫn**

**với thời gian sử dụng sản phẩm và các khiếm khuyết hao mòn trong thời gian sử dụng.**

Khiếm khuyết của sản phẩm không giống như hao mòn sản phẩm.

Thay khoảng thời gian có thể sử dụng cho một số mặt hàng (ví dụ như thực phẩm, thức ăn, mỹ phẩm) phù hợp với các quy định đặc biệt được liệt kê (ví dụ như bao bì của hàng hoá) **hạn sử dụng ngắn** hoặc hàng hóa dễ hư hỏng, **thời gian có thể được sử dụng sản phẩm** (ví dụ như ngày hết hạn ghi trên hộp sữa chua).

**Đối với những sản phẩm đã được sử dụng**, không thể khiếu nại với các khiếm khuyết do sử dụng hoặc hao mòn khi sản phẩm được mua.

**Đối với các mặt hàng được bán với giá thấp hơn** bởi vì (mặc dù mới) khi bán đã có lỗi, không thể khiếu nại sản phẩm đã được giảm giá với lý do lỗi. Trong trường hợp này người bán hàng có trách nhiệm lưu ý cho người mua về lỗi của sản phẩm, nếu điều này là



không rõ từ bản chất sản phẩm. Các lỗi khác có thể yêu cầu bồi thường.

Theo yêu cầu của người tiêu dùng, **người bán phải đưa văn bản xác nhận (giấy bảo hành)** quyền lợi mà người tiêu dùng sẽ có nếu phát hiện sản phẩm có lỗi.

**Trong Giấy chứng nhận bảo hành** ghi thông tin nhận dạng của người bán, và nếu cần thiết, giải thích cho người tiêu dùng một cách dễ hiểu nội dung, phạm vi, điều kiện và thời hạn trách nhiệm bảo hành. Làm thế nào người tiêu dùng có thể thực hiện các quyền lợi phát sinh.

Nếu giới hạn sản phẩm **cho phép chứng minh thay thế bằng giấy chứng nhận điều mua sản phẩm** (hoá đơn) có ghi các thông tin sau.

**Người bán có nghĩa vụ bảo hành ít nhất là trong phạm vi tương tự như nhà sản xuất cung cấp** (ví dụ: nếu các nhà sản xuất bảo hành sản phẩm 3 năm, thì người bán hàng cũng phải bảo hành cho khách hàng tương tự).

## 5.2 Quyền lợi khi sản phẩm bị lỗi

Giải thích quyền lợi của người tiêu dùng có thể áp dụng với người bán khi sản phẩm có lỗi, trong một số câu hỏi có thể khác nhau. Nói chung, nếu người tiêu dùng và người bán hàng tranh chấp thì toàn án sẽ có toàn quyền đưa ra quyết định cuối cùng cho hai bên.

Có thể được tóm tắt đơn giản nếu trong khoảng thời gian quy định sản phẩm có lỗi từ phía người bán hàng **người tiêu dùng có thể** (theo § 2169 của Bộ luật Dân sự) yêu cầu liên quan đến vấn đề **áp dụng** quyền lợi như sau đây:

- **sửa sản phẩm,**
- **đổi sản phẩm,**
- **hạ giá sản phẩm,**
- **rút khỏi hợp đồng** (trả tiền lại).

Trong quá trình giải quyết khiếu nại có thể diễn ra như sau đây: sửa chữa sản phẩm, đổi sản phẩm, giảm giá hoặc hoàn trả lại tiền.

**1.** Nếu có thể đơn giản loại bỏ lỗi, khách hàng có quyền **được sửa sản phẩm.**

**2.** **Đổi sản phẩm có thể diễn** ra nếu bản chất của lỗi này là không phù hợp cho việc sửa chữa. Ví dụ có thể được coi như không phù hợp nếu người tiêu dùng đòi đổi hàng hoá khi lỗi có thể được loại bỏ một cách đơn giản (*ví dụ, chỉ đơn giản bằng cách thay thế bu-lông hoặc các bộ phận khác vì xe đạp đã mòn, điều chỉnh lại vít, khâu cúc áo sơ mi, vv.*)

Nếu lỗi chỉ ở một phần của sản phẩm, người tiêu dùng chỉ có thể yêu cầu thay đổi thành phần đó.



Đối với hàng hoá mua đến ngày 31. 12. 2013 theo Bộ luật Dân sự cũ quy định trong trường hợp thay đổi sản phẩm thì thời gian bảo hành được tính lại từ đầu, nhưng Bộ luật Dân sự mới có hiệu lực từ 1. 1. 2014 không đề cập đến điều này.

**3.** Nếu lỗi của sản phẩm không thể sửa được hoặc đổi được, người tiêu dùng có thể **hủy bỏ hợp đồng** và yêu cầu trả lại tiền.

**4.** Trong trường hợp dưới đây người tiêu dùng có quyền lựa **chọn sản phẩm mới, thay đổi từng bộ phận khác nhau, rút khỏi hợp đồng**:

- **người bán hàng không khắc phục lỗi trong thời hạn luật định** (xem chương 5.4) hoặc
- nếu người tiêu dùng không thể sử dụng sản phẩm do **tái phát lỗi** sau khi sửa hoặc **hiều lỗi hơn**.

Kiểm khuyết thường xuyên tái phát thường được coi nếu xuất hiện lỗi tương tự đến lần thứ ba cùng thời

gian, khiến không thể sử dụng sản phẩm.

**5.** Người mua hàng từ ngày 1. 1. 2014 **có quyền yêu cầu giảm giá hợp lý**:

- nếu không yêu cầu rút lui khỏi hợp đồng hoặc trong trường hợp không áp dụng quyền yêu cầu cung cấp sản phẩm mới, không yêu cầu thay thế bộ phận mới hoặc sửa chữa sản phẩm,
- nếu người bán không thể cung cấp sản phẩm mới mà không có khiếm khuyết, không thể thay thế bộ phận mới hoặc sửa chữa sản phẩm, hoặc nếu người bán không thể khắc phục lỗi trong thời gian hợp lý, hoặc
- **nếu người tiêu dùng gặp rất nhiều khó khăn để khắc phục hoàn cảnh.**

Nếu chưa trả tiền khi mua sản phẩm thì người mua có thể chỉ trả giá mua tương ứng và hợp lý với quyền lợi được giảm giá của họ.

**Ví dụ:**

*Nếu trong quá trình khiếu nại cho thấy người bán phải chịu trách nhiệm về lỗi của sản phẩm và việc khiếu nại trong thời hạn ba mươi ngày sẽ gây bất tiện đáng kể cho người tiêu dùng (ví dụ như vì người tiêu dùng chỉ có một đôi giày mùa đông và cần dùng ngay vì tuyết vừa rơi) thay vì yêu cầu sửa sản phẩm người tiêu dùng có thể yêu cầu hạ giá hợp lý để tự mình đi sửa ở những nơi khác nhanh hơn. Trong trường hợp này, lỗi sản phẩm nêu trên đã được khắc phục bằng cách giảm giá, nếu lỗi này lại xuất hiện người bán sẽ không phải chịu trách nhiệm với người tiêu dùng về lỗi này nữa. Ngược lại người tiêu dùng có thể khiếu nại những lỗi khác.*



**6.** Nếu sản phẩm đã được bán với **giá thấp hơn vì có lỗi**, hoặc được bán với giá thấp hơn vì **sản phẩm đã được sử dụng** thay vì được **quyền đối sản phẩm người tiêu dùng được hạ giá sản phẩm một cách hợp lý**.

**7.** Ngoài các quyền lợi bồi thường khi sản phẩm bị lỗi người tiêu dùng cũng có thể **yêu cầu đền bù những thiệt hại** phát sinh.

#### **Ví dụ:**

*Nếu người tiêu dùng mua một cái tủ lạnh và tủ đột nhiên bị hỏng, tất cả các thực phẩm trong tủ lạnh cũng bị hỏng làm ảnh hưởng xấu đến sức khỏe của người tiêu dùng hoặc một người nào khác thì ngoài yêu cầu sửa tủ lạnh (yêu cầu sửa chữa, thay thế, vv) người mua có thể yêu cầu bồi thường thiệt hại trong thời gian ba năm, theo quy định chung của § 2894. Bộ luật Dân sự. Nếu thiệt hại vượt quá 500 EUR, bạn có thể tận dụng lợi thế theo quy định tại số § 2939 đến § 2943 thiệt hại gây ra bởi sản phẩm bị lỗi.*

### **5.3 Đảm bảo chất lượng**

Theo nghĩa vụ pháp lý được mô tả liên quan đến lỗi sản phẩm được khắc phục từ nhà cung cấp (mà hiện nay không sử dụng khái niệm về bảo hành) nên hiểu rõ từ **đảm bảo chất lượng mà người bán hàng tự nguyện cung cấp cho khách hàng ngoài quyền lợi căn cứ theo khuôn khổ pháp luật**.

Ngoài quyền lợi pháp lý khi sản phẩm có lỗi người bán hàng đảm bảo cả chất lượng sản phẩm cho người tiêu dùng.

**Đảm bảo chất lượng nghĩa là người bán đảm bảo** sản phẩm sẽ sử dụng trong một thời gian nhất định, cho mục đích thông thường hoặc sẽ giữ lại các thuộc tính thông thường. Những hiệu ứng này cũng có trong thời gian bảo hành hoặc hạn sử dụng ghi trên bao bì hoặc trong quảng cáo. Bảo hành có thể cho các bộ phận riêng biệt của sản phẩm. Tuy nhiên các nhà cung cấp không chịu trách nhiệm cho các **lỗi** do khách hàng gây ra.

**Thời hạn bảo hành** bắt đầu từ khi sản phẩm được giao cho bên mua; đối với hợp đồng gửi sản phẩm đi, thì thời gian tính từ ngày sản phẩm được gửi đến nơi nhận. Nếu sản phẩm mua ở cửa hàng được đưa vào hoạt động không phải do người bán, thời hạn bảo hành tính từ ngày đưa sản phẩm vào hoạt động. Nếu người mua yêu cầu vận hành sản phẩm trong vòng ba tuần sau khi nhận sản phẩm (*ví dụ: khách hàng mua bình hơi khí, sau đó thuê một chuyên gia khí phẳng lắp đặt và vận hành sản phẩm*).

Trong trường hợp **thời gian bảo hành khác nhau** hoặc trên giấy bảo hành ghi thời gian bảo hành khác nhau hoặc thời gian cùng nhau liệt kê bảo hành thì giá trị thời gian bảo hành được tính theo hạn dài hơn. Ngược lại nếu hai bên thống nhất trong hợp đồng thời gian bảo hành khác so với hạn sử dụng được ghi trên bao bì, thì thời gian thống nhất sẽ được ưu tiên.

## 5.4 Đáp ứng quyền lợi và giải quyết khiếu nại

**Người bán hàng đáp ứng quyền lợi cho khách hàng** khi sản phẩm bị lỗi. Tuy nhiên, nếu trên giấy bảo hành thừa nhận nghĩa vụ đáp ứng quyền lợi bảo hành hoặc **được sửa chữa do người khác**. Khách hàng sẽ yêu cầu đáp ứng quyền lợi của mình từ người được xác định để hoàn thành việc sửa chữa. Người sửa sản phẩm sẽ hoàn thành trong khoảng thời gian đã thỏa thuận giữa người bán và người mua.

### Ví dụ:

*Người tiêu dùng mua điện thoại di động ở cửa hàng tại Praha, sau vài tháng điện thoại bị lỗi do nhà cung cấp chịu trách nhiệm. Trong danh sách các dịch vụ bảo hành được kết nối với điện thoại cũng có tại Hradec Králové, nơi người tiêu dùng sinh sống. Trong trường hợp này người tiêu dùng có thể yêu cầu sửa chữa sản phẩm tại đây. Ví dụ nếu lỗi không thể sửa chữa được và dịch vụ bảo hành phải chấp nhận việc đổi sản phẩm, hoặc nếu dịch vụ không giải quyết khiếu nại trong thời gian*

*quy định, khách hàng có thể tiếp tục liên hệ với người bán hàng. Người bán hàng luôn luôn là người cuối cùng giải quyết đơn khiếu nại cho khách hàng và chịu trách nhiệm.*

Người tiêu dùng phải giải thích cho người bán biết về lỗi sản phẩm, nói cho người bán biết những khiếm khuyết khi sử dụng sản phẩm. Trong trường hợp này luật pháp cho phép người tiêu dùng lựa chọn (như sửa chữa hoặc đổi sản phẩm), cũng có thể yêu cầu chọn cách bồi thường. Lựa chọn của người mua không thể thay đổi mà không cần sự đồng ý của người bán. Điều này không thể áp dụng nếu sản phẩm không thể sửa hoặc không kịp sửa.

**Người mua có thể chứng minh việc mua hàng** (chứng minh việc mua hàng từ người bán, việc diễn ra mua bán khi nào và ở đâu) bằng tất cả các cách chứng minh (ví dụ hoá đơn mua hàng, giấy bảo hành, giấy chứng nhận thanh toán đơn đặt hàng qua mạng v).

Khi mua hàng hóa mà không có hoá đơn, trong trường hợp sản phẩm có lỗi người tiêu dùng rất khó có thể chứng minh là sản phẩm đã được mua ở chỗ người bán hàng.

Trừ trường hợp việc sửa chữa sản phẩm thuộc về người thứ ba, **người bán có nghĩa vụ chấp nhận đơn khiếu nại trong tất cả các cơ sở kinh doanh mình**, phụ thuộc vào tính chất mặt hàng hoặc dịch vụ được bán ra, cũng như tại văn phòng đăng ký hoặc địa điểm kinh doanh. Trong suốt thời gian mở cửa nhân viên chịu trách nhiệm về việc xử lý khiếu nại **luôn phải có mặt**.

### Ví dụ:

*Nếu chuỗi cửa hàng có chi nhánh cửa hàng bán đồ thể thao và cả nhà hàng ở các thành phố khác nhau tại Cộng hòa Séc và người tiêu dùng mua quần áo bơi trong cửa hàng rồi đi nghỉ ở Třeboň, sau khi trở về Brno, người tiêu dùng có thể đến một cửa hàng bán đồ thể thao để đổi, vì nếu đến nhà hàng thì người tiêu dùng sẽ không thành công.*

*Cần thiết phân biệt giữa cái gọi là **nhượng quyền thương mại**, các cửa hàng cùng một thương hiệu do nhiều doanh nghiệp khác nhau kinh doanh, sau đó bạn chỉ có thể yêu cầu bồi thường hàng hoá duy nhất ở một chủ sở hữu.*

Trong đơn khiếu nại người tiêu dùng có quyền yêu cầu nhận lại văn bản khiếu nại và cách giải quyết khiếu nại.

**Người bán (hoặc dịch vụ bảo hành) khi nhận khiếu nại bắt buộc phải xác nhận bằng văn bản** cho người tiêu dùng, trong đó phải bao gồm:

- thời gian khiếu nại người tiêu dùng khẳng định,
- nội dung của việc khiếu nại,
- cách người tiêu dùng yêu cầu giải quyết khiếu nại.

Sau khi thủ tục khiếu nại kết thúc, người kinh doanh có nghĩa vụ cung cấp cho người tiêu dùng **giấy chứng nhận bao gồm:**

- ngày tháng và cách giải quyết khiếu nại,
- giấy chứng nhận sửa chữa sản phẩm và thời gian sửa chữa.

Nếu đơn khiếu nại không được chấp nhận, khách hàng được quyền nhận được **văn bản từ chối bồi thường** sau đó khách hàng có thể sử dụng khi diễn ra kiện tụng, nếu không được chấp nhận giải quyết đơn khiếu nại.

Người bán hoặc người được ủy quyền **giải quyết việc khiếu nại ngay lập tức, trong trường hợp phức tạp thì thời hạn là ba ngày làm việc.**

Thời gian này không bao gồm thời gian cần thiết cho chuyên gia đánh giá các khiếm khuyết sản phẩm và dịch vụ. **Khiếu nại, bao gồm cả việc loại bỏ các khuyết tật phải được xử lý không chậm trễ, trong vòng 30 ngày kể từ ngày yêu cầu bồi thường,** trừ khi người bán và người tiêu dùng hoàn toàn đồng ý với một khoảng thời gian khác.

Nếu có sự vi phạm những nghĩa vụ sau đây bạn có thể tiếp cận với **Thanh tra thương mại Séc** để yêu cầu điều tra lại.

Nếu việc khiếu nại của khách hàng là đúng, **thời hạn được quyền bảo hành sẽ dừng lại,** (kể cả thời hạn bảo hành) cho thời gian mà khách hàng không có thể sử dụng sản phẩm vì lỗi.

Nếu khiếu nại là hợp lý, khách hàng cũng **được hoàn trả các chi phí phát sinh** trong quá trình khiếu nại, không muộn hơn một tháng trước khi hết hạn bồi thường của sản phẩm.

**Ví dụ:**

*Nếu bạn có thể gửi sản phẩm bị khiếm khuyết cho người bán qua bưu điện, các tri phí phát sinh của bưu chính, chi phí bao bì, nếu hàng hoá phải được chuyển giao tận tay, việc sử dụng vận tải phù hợp (ví dụ như sử dụng giao thông công cộng, xe hơi, đi taxi là việc không cần thiết). Nếu bạn không thể đưa hàng hoá (ví dụ như khí đốt lò hơi được kết nối) thì đại lý phải chi trả lệ phí đi lại đến tận địa chỉ của khách hàng.*

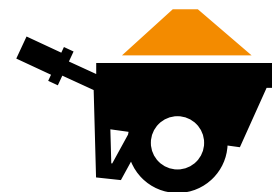
## 5.5 Chi tiết cụ thể khiếu nại các lỗi của dịch vụ

Trong đơn khiếu nại lỗi dịch vụ, nên quan sát một vài chi tiết cụ thể:

- không giống như luật có hiệu lực đến ngày 31 tháng 12 năm 2013, Bộ luật Dân sự hiện hành **không còn phân biệt thời hạn khác nhau** cho việc khiếu nại các lỗi của dịch vụ (một mặt) và việc sửa chữa và thay đổi sản phẩm (mặt thứ hai),
- lỗi của dịch vụ **phải được thông báo cho bên cung cấp một cách không chậm trễ** sau khi người tiêu dùng phát hiện ra hoặc khi kiểm tra đã xác nhận, nhưng **muộn nhất không quá hai năm sau khi bàn giao dịch vụ**. Trong trường hợp **khuyết tật ẩn trong công trình thì thời gian tính được là năm năm**,

- **dịch vụ được coi là khiếm khuyết, không đúng với hợp đồng,**
- **không phải mọi vật, được đặt lắp ghép** đều được coi là hợp đồng cung cấp dịch vụ, (phụ thuộc vào nếu hợp đồng cung cấp dịch vụ, đặt biệt chiếm ưu thế trong việc tạo ra các giá trị công việc, cao hơn các giá trị vật liệu do khách hàng cung cấp; trong trường hợp ngược lại thuộc về hợp đồng mua bán; hợp đồng cung cấp dịch vụ được coi như **sửa chữa, sửa đổi và bảo trì và hoàn thành xây dựng**),
- **quyền lợi của khách hàng khi dịch vụ có lỗi sẽ được áp dụng theo nội quy như hợp đồng mua bán,**
- **khách hàng không có quyền yêu cầu thay đổi dịch vụ, nếu bản chấp của dịch vụ không thể hoàn lại, hoặc cung cấp cho nhà thầu (ví dụ: khách hàng không thể yêu cầu xây lại một ngôi nhà mới trên mảnh đất của mình),**

- **khách hàng cũng không có quyền từ chối nhận công trình vì những lỗi nhỏ** không gây ảnh hưởng đến việc sử dụng các chức năng của công trình, hoặc về mặt thẩm mỹ không gây hạn chế đáng kể,
- **lỗi công trình có thể khiếu nại không chỉ ở người đấu thầu, nhà thầu phụ mà cả người giám sát công trình trong phạm vi chịu trách nhiệm về lỗi.**



# 6 TÍN DỤNG TIÊU DÙNG

Luật về tín dụng tiêu dùng có thể tìm thấy trong **Đạo luật số 145/2010** về tín dụng tiêu dùng.

Tín dụng tiêu dùng được phân biệt từ thể chấp để mua bất động sản, đó là việc tạo ra thể chấp trên tài sản, hoặc vay từ người tiêu dùng. Việc gia tăng bảo vệ người tiêu dùng không áp dụng cho một số các trường hợp đặc biệt (ví dụ nếu số tiền vay nhỏ hơn 5 000 Kč).

Trong việc đánh giá lợi nhuận của các tín dụng thì người tiêu dùng có thể tính thao RPSN.

Để đánh giá khả năng sinh lời của khoản vay được tính chủ yếu là tỷ lệ phần trăm hàng năm (**RPSN**), không giống như các dữ liệu, cung cấp thông tin chính xác về số tiền vượt quá số tiền vay mà người tiêu dùng sẽ phải trả thêm tiền hàng năm. Khi tính RPSN sẽ đưa vào tài khoản không chỉ số tiền

nợ và lãi suất, mà còn các khoản thu phí khác mà người tiêu dùng phải trả liên quan đến các khoản vay (ví dụ: *phí liên quan đến hợp đồng, phí duy trì tài khoản, bảo hiểm, vv.*). RPSN thường sẽ cao hơn lãi suất.

Hợp đồng tín dụng tiêu dùng **phải bằng văn bản** và phải có **các cấu trúc về mặt pháp lý** – bao gồm tổng số tiền và thời gian và điều kiện tín dụng tiêu dùng về việc quản lý rút vốn, RPSN, bao gồm tất cả chi phí liên quan đến tín dụng tiêu dùng, lãi suất vay vốn, số lượng và các đợt trả dần, thông tin về quyền rút khỏi hợp đồng và quyền trả nợ trước hạn, bao gồm cả thông tin về việc làm thế nào để chấm dứt hợp đồng.

Nếu hợp đồng không được ký kết bằng văn bản, không có cấu trúc về mặt pháp lý hoặc không có ít nhất một bản sao cung cấp cho người tiêu dùng và dựa trên thực tế này các

nhà cung cấp vốn vay sẽ lập luận liên quan đến tín dụng tiêu dùng với tỷ lệ **lãi suất chiết khấu của Ngân hàng Quốc gia Séc** có hiệu lực tại thời điểm thỏa thuận và đánh giá cho các khoản thanh toán khác cho tín dụng tiêu dùng là không hợp lệ. Lãi suất chiết khấu sẽ tốt hơn cho người tiêu dùng, vì thường thấp hơn so với lãi suất thỏa thuận một cách đáng kể.

Người tiêu dùng vay tín dụng phải có quyền được đọc trước các điều khoản trong hợp đồng.

Người tiêu dùng có quyền nhận được tất cả **các thông tin bằng văn bản** hoặc trên một phương tiện lưu trữ thông tin, và có thể hiểu một cách thấu đáo và khi cần thiết sẽ tham khảo ý kiến với một người khác hoặc so sánh với bất kỳ phụ phí khác **trước khi quyết định có ký kết hợp đồng**. Trước khi ký kết hợp đồng như thỏa thuận cần phải suy nghĩ kỹ.

Người cho vay cũng cần thiết đánh giá **khả năng chi trả của người tiêu dùng** trước khi ký hợp đồng. Nếu xác định rằng người tiêu dùng không có khả năng hoàn trả khoản vay, thì khoản vay đó không thể cung cấp. Hợp đồng đã được ký kết sẽ được coi là vô hiệu hoá. Nếu đơn xin vay tín dụng bị bác bỏ thì nhà cung cấp phải thông báo cho người tiêu dùng biết miễn phí.

Nếu người tiêu dùng cảm thấy khoản vay bất lợi thì **trong vòng 14 ngày kể từ ngày ký kết có thể rút khỏi hợp đồng mà không đưa ra lý do bằng văn bản**. Thời gian tính từ khi hợp đồng được ký kết, hoặc từ thời điểm nhà cung cấp cung cấp thông báo về các điều khoản căn cứ theo pháp luật. Chậm nhất là ngày cuối cùng của thời hạn này phải gửi đơn rút khỏi hợp đồng.

**Người tiêu dùng có thể rút khỏi hợp đồng vay tín dụng trong vòng 14 ngày kể từ ngày ký kết hợp đồng mà không cần đưa ra lý do.**

Sau khi rút khỏi hợp đồng, người tiêu dùng có nghĩa vụ phải hoàn trả lại số nợ một cách không chậm trễ và không quá 30 ngày kể từ ngày gửi đơn rút khỏi hợp đồng, hoàn lại số tiền vay cộng với lãi mà chủ nợ được hưởng nếu không rút khỏi hợp đồng trong thời gian tính từ ngày bắt đầu được vay, cho đến ngày số tiền nợ được hoàn trả.

**Người tiêu dùng cũng có toàn quyền chấm dứt các hợp đồng tín dụng tiêu dùng trong một thời gian không xác định bất cứ lúc nào** và điều đó có hiệu lực ngay lập tức, trừ khi trong hợp đồng thỏa thuận thời hạn chấm dứt sớm hơn thời hạn đưa ra. Sẽ không được tính phí từ người cho vay và hạn cũng không được kéo dài hơn 1 tháng.

**Người tiêu dùng cũng được quyền trả toàn bộ hoặc một phần của tín dụng tiêu dùng bất cứ lúc nào trong thời gian tín dụng tiêu dùng được vay.** Trong trường hợp này, người tiêu dùng có quyền được giảm tổng chi phí của tín dụng tiêu dùng, số tiền

lãi và các chi phí khác mà người tiêu dùng phải thanh toán nếu không trả nợ trước hạn tín dụng tiêu dùng. Các nhà cung cấp cho vay chỉ được hưởng những chi phí cần thiết và khách quan hợp lý khi phát sinh liên quan trực tiếp đến việc trả nợ trước hạn (số tiền tri phí phát sinh sẽ không được vượt quá 1% tổng khoản vay nếu trả nợ trước hạn và nếu thời gian chấm dứt thỏa thuận của người tiêu dùng trước một năm thì tri phí phát sinh không được vượt quá 0,5 % tổng khoản vay).

**Nếu người môi giới ký kết trước hợp đồng cho vay thì thỏa thuận** phải được ký kết bằng văn bản và người tiêu dùng có thể chấm dứt hợp đồng mà không cần đưa ra bất kỳ lý do nào và cũng không bị phạt trong vòng 14 ngày kể từ ngày ký kết hợp đồng (nếu trong thời gian này vẫn chưa được ký kết hợp đồng tín dụng) người tiêu dùng phải được thông báo về điều này trong hợp đồng. Nếu người tiêu dùng phải trả phí cho việc môi giới thì điều đó phải được quy định rõ ràng trong hợp đồng. Nếu một trong những nghĩa vụ nêu trên



không được hoàn thành, hợp đồng có thể coi như vô hiệu lực.

**Nếu khoản vay được cung cấp cho người tiêu dùng** (cho dù qua người cung cấp trực tiếp, hoặc qua các công ty tín dụng khác) **chỉ duy nhất cho việc mua hàng hóa hoặc dịch vụ cụ thể** (ví dụ như người tiêu dùng mua một chiếc xe hơi và đại lý bán xe đồng thời chấp nhận cho vay), sau đó nếu người tiêu dùng chấm dứt hợp đồng (ví dụ trong cửa hàng trực tuyến mà không cần đưa ra bất kỳ lý do nào trong vòng 14 ngày hoặc khiếu nại vì hàng hóa bị khuyết tật), có quyền chấm dứt hợp đồng cho vay để mua hàng hóa mà không bị phạt. Người tiêu dùng phải cung cấp thông tin về việc chấm dứt hợp đồng tín dụng tiêu dùng với nhà cung cấp.

Thế chấp phải cân đối với số tiền vay.

Để đảm bảo việc trả nợ hoặc tín dụng tiêu dùng **không thể áp dụng giấy hẹn – giấy nợ – hoặc ngân phiếu** để đảm bảo cho việc vay tín dụng tiêu dùng và không thể xô lệch hoàn toàn với số tiền vay (ví dụ: khi cung cấp một khoản vay 7 000 Kč, không thể đòi hỏi việc thế chấp một ngôi nhà giá trị 4 000 000 Kč).

Cấm việc sử dụng đường dây điện thoại với cước phí gọi cao hơn so với tỷ lệ cuộc gọi bình thường cho việc cung cấp hoặc môi giới.

**Giám sát việc tuân thủ các nghĩa vụ quy định** được thực hiện bởi **Thanh tra thương mại Séc** (trong trường hợp của các nhà cung cấp không phải là ngân hàng) và **Ngân hàng Quốc gia Séc** (nếu cung cấp tín dụng).



# 7 DU LỊCH VÀ HỢP ĐỒNG VẬN TẢI

## 7.1 Hợp đồng và xác nhận chuyến đi

Hợp đồng chuyến đi được tổ chức cam kết cung cấp và chuẩn bị trước cho khách hàng. Các dịch vụ du lịch được bố trí trước hoặc trong khoảng thời gian dài hơn 24 giờ hoặc bao gồm cả việc lo chỗ ở qua đêm và **có ít nhất hai trong số các nghiệp vụ sau đây:**

- a) chỗ ở,
- b) vận chuyển,
- c) các dịch vụ du lịch khác không phải là dịch vụ phụ trợ để vận chuyển hoặc ăn nghỉ và chiếm một tỷ lệ đáng kể của gói dịch vụ được cung cấp (*ví dụ như chương trình văn hóa, hướng dẫn thăm quan thành phố*).

Hợp đồng chuyến đi không cần phải được bằng văn bản, nhưng người tiêu dùng có quyền nhận được xác nhận bằng văn bản.

Hợp đồng chuyến đi không cần bằng văn bản, nhưng **giấy chứng nhận chuyến đi** phải được xác nhận bằng văn bản. Ban tổ chức sẽ phát cho khách hàng lịch trình chuyến đi hoặc ngay sau khi ký hợp đồng. Không cần xác nhận bằng văn bản nếu hợp đồng được ký kết bằng văn bản và nếu nó có chứa tất cả các thông tin cần thiết để xác nhận chuyến đi. Cùng với sự xác nhận tổ chức tour du lịch có nghĩa vụ cho khách hàng xem **bảo hiểm của bên tổ chức**. Nếu trong thỏa thuận bao **gồm những thông tin khác nhau**, thì những thông tin tốt hơn sẽ thuộc về người tiêu dùng.

Trong **số các yêu cầu xác nhận** cá nhân, định nghĩa tour du lịch hoặc liên kết trong danh mục, nếu có sẵn cho khách hàng, giá chuyến đi, bao gồm cả lịch trình thanh toán, hướng dẫn khách hàng về các quyền lợi của khách hàng cũng như cách thanh toán, quyền chấm dứt hợp đồng mà không

cần đưa ra lý do. Nếu trong tour du lịch có các dịch vụ không bao gồm trong giá tour du lịch thì bên tổ chức cũng phải xác nhận số tiền thanh toán. Nếu liên quan đến dịch vụ ăn nghỉ thì bên tổ chức phải thông báo thể loại nhà nghỉ, nội thất và những đặc điểm khác. Bên tổ chức sẽ thông báo chủng loại xe và hành trình, về thực phẩm, đồ ăn nếu nó liên quan đến một phần của gói dịch vụ

Ban tổ chức có thể đưa ra điều kiện là **chuyến đi sẽ diễn ra nếu có một số lượng hành khách nhất định đang ký** (bao gồm cả thời hạn muộn nhất mà bên tổ chức phải thông báo việc hủy bỏ chuyến đi vì số hành khách đang ký quá ít). Trong giấy chứng nhận cũng có thể được đặt ra từ bên tổ chức cho những người tham gia chuyến đi phải đáp ứng (như tuổi tác hoặc tình trạng sức khỏe do chuyến đi đòi hỏi).

Nếu được thoả thuận trong hợp đồng, **bên tổ chức có thể tăng giá tour** 21 ngày trước khi diễn ra chuyến đi:

**a)** chi phí vận chuyển bao gồm giá nhiên liệu, hoặc

**b)** các khoản thanh toán liên quan đến giao thông vận tải, chẳng hạn như sân bay, cảng, các phí khác bao gồm trong giá trọn gói, hoặc

**c)** tỷ giá của tiền tệ Séc sử dụng để xác định mức giá tour chung bình nhiều hơn 10 %.

Tuy nhiên nếu nhà tổ chức thông báo về việc gia tăng này với khách hàng (ví dụ như gửi thông báo) chậm sau ngày 21 trước khi diễn ra chuyến đi thì chi phí tăng này bên tổ phải tự chịu trách nhiệm.

## 7.2 Rút khỏi hợp đồng du lịch

Nếu vì những lý do khách quan bắt buộc ban tổ chức phải thay đổi các điều kiện chuyến đi, **nếu khách hàng không đồng ý với thay đổi này, thì có thể rút khỏi hợp đồng** trong thời hạn theo quy định của ban tổ chức, thời hạn không được dưới 5 ngày và phải kết

thúc trước khi bắt đầu hành trình. Trong trường hợp ngược lại sẽ được coi như khách hàng đồng ý với sự thay đổi.

Nếu khách hàng rút khỏi hợp đồng vì lý do ban tổ chức thay đổi chuyến đi trước khi diễn ra, hoặc nếu ban tổ chức hủy bỏ chuyến đi vì lý do khác, thì ban tổ chức sẽ cung cấp cho khách hàng một chuyến đi thay thế. Khách hàng không bắt buộc phải đồng ý. Nếu cả hai bên thỏa thuận một chuyến đi thay thế chất lượng cao hơn, thì ban tổ chức không có quyền yêu cầu mức giá cao hơn so với giá ban đầu. Ngược lại, nếu chuyến đi thay thế chất lượng thấp, ban tổ chức sẽ trả lại số tiền chênh lệch cho khách hàng.

Là một khách hàng, bạn luôn có thể rút khỏi hợp đồng, nhưng vẫn phải chấp nhận các quy định trong hợp đồng.

Nói chung, **khách hàng có thể hủy bỏ hợp đồng bất kỳ lúc nào trước khi diễn ra chuyến đi**. Tuy nhiên, nếu rút khỏi hợp đồng vì lý do khác không phải do các nghĩa vụ của bên tổ chức,

thì khách hàng sẽ phải **trả cho bên tổ chức số tiền đền bù** như đã thống nhất trong hợp đồng hoặc giấy xác nhận. Số tiền đền bù tương tự khách hàng cũng phải trả nếu vi phạm hợp đồng với các nghĩa vụ từ phía khách hàng (ví dụ. *trong thời gian quy định khách hàng đã không thanh toán chuyến đi hoặc không thanh toán khoản đặt cọc cố định*).

**Ban tổ chức có thể hủy bỏ hợp đồng chỉ khi chuyến đi bị hủy bỏ, hoặc nếu khách hàng đã vi phạm nghĩa vụ của mình.**

Nếu ban tổ chức hủy bỏ chuyến đi trong khoảng thời gian ít hơn 20 ngày trước khi bắt đầu chuyến đi, thì bên tổ chức phải đền bù cho khách hàng **10 %** tương ứng với giá trị của chuyến đi mà khách hàng đã thanh toán. Nhưng trong trường hợp khách hàng đã được thông báo về khả năng hủy bỏ chuyến đi, vì không có đủ số người tham gia, hoặc hủy bỏ chuyến đi vì những lý do khách quan khác (ví dụ. *phun trào núi lửa, động đất tại địa điểm diễn ra chuyến đi*).

### 7.3 Các lỗi của chuyến đi

**Khách hàng có nghĩa vụ khiếu nại về những lỗi của chuyến đi** với ban tổ chức (hoặc người môi giới đã ký hợp đồng) **không chậm trễ và không quá một tháng sau khi kết thúc chuyến đi.**

Bạn có thể khiếu nại chuyến đi trong vòng một tháng sau khi kết thúc chuyến đi.

Nếu chuyến đi không đáp ứng các đặc điểm thông thường **ban tổ chức có nghĩa vụ ngay lập tức loại bỏ các lỗi đó.** Nếu ban tổ chức không làm được, hoặc không làm trong thời hạn hợp lý mà khách hàng yêu cầu, thì khách hàng có thể tự khắc phục tình hình bằng kinh phí của ban tổ chức.

#### Ví dụ:

*Ban tổ chức không bố trí trong thời gian hợp lý cho khách hàng việc đưa đón từ sân bay đến khách sạn, khách hàng có thể chọn riêng cho mình dịch vụ này. Ví dụ gọi dịch vụ taxi và chi phí hợp lý sẽ yêu cầu ban tổ chức chi trả.*

Nếu trong chuyến đi du lịch **có những lỗi đáng kể và không thể tiếp tục chuyến đi**, ban tổ chức sẽ chịu trách nhiệm đưa khách hàng về nơi xuất phát ban đầu hoặc tới tại một nơi khác trên sự đồng ý của hai bên. Nếu có thể tiếp tục chuyến đi, nhưng với một chất lượng thấp hơn so với thoả thuận, ban tổ chức sẽ trả về cho khách hàng số tiền chênh lệch (**giảm giá**). Đồng thời ngược lại nếu ban tổ chức tiếp tục chuyến đi với chi phí cao hơn, thì ban tổ chức phải chịu tri phí này.

Nếu bên tổ chức đã vi phạm nghĩa vụ của mình thì bên tổ chức phải chịu trách nhiệm đối với tất cả các **thiệt hại về tài sản**, nhưng từ ngày 1.1. 2014 bên tổ chức cũng phải chịu trách nhiệm cho **sự thiệt hại khi kỳ nghỉ bị gián đoạn** (cái gọi là “Mất niềm vui từ kỳ nghỉ”).



### 7.4 Vận tải hàng không

Nếu người tiêu dùng cất cánh từ sân bay của những nước thành viên Liên minh châu Âu (và một số nước khác), hoặc chuyến bay do hãng hàng không từ Liên minh châu Âu cung cấp, thì quyền lợi của khách hàng được áp dụng theo **bộ luật của Quốc hội và Hội đồng châu Âu số 261/2004.**

Nếu các hãng hàng không hủy bỏ chuyến bay hoặc dự kiến sẽ chậm trễ kéo dài hơn 2 tiếng hoặc từ chối không cho hành khách lên máy bay, hành khách có quyền nhận thông tin bằng văn bản về quyền lợi của mình.

Chỉ cần đơn giản và tóm tắt rằng nếu **chuyến bay bị hủy**, hành khách phải được cung cấp chuyển hướng (*ví dụ: đảm bảo vận chuyển thay thế một cách sớm nhất*) và liên quan đến **việc chăm sóc cần thiết** (*ví dụ: cung cấp giải khát hợp lý trong thời gian chờ đợi và nếu cần thiết nghỉ lại*).

Nếu hành khách không đồng ý cho việc thay đổi tuyến bay hàng khách **có toàn quyền được hoàn lại giá vé**, và nếu việc huỷ chuyến bay không được công bố trước, khách hàng cũng **được bồi thường tài chính 250 EURO – 600 EURO**, tùy thuộc vào độ dài của chuyến bay. Bên vận chuyển không có nghĩa vụ phải bồi thường tài chính nếu chuyến bay đã bị huỷ bỏ do hoàn cảnh đặc biệt mà không thể tránh được (ví dụ. thời tiết bất lợi). Số tiền bồi thường có thể bị giảm một nửa nếu hành khách được cung cấp chuyển hướng và việc chuyển hướng đến đích không muộn quá 2-4 giờ so với kế hoạch ban đầu (tùy thuộc vào độ dài của chuyến bay).

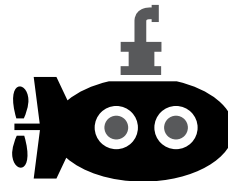
Thủ tục tương tự được tuân theo nếu hành khách đặt chuyến bay hợp lệ, và chuyến không bị huỷ bỏ, nhưng hành khách **không có quyền lên máy bay** (ví dụ như lý do hết chỗ), không phải do hành khách gây ra (ví dụ như hành khách đến sân bay muộn hoặc bị say rượu).

Quyền tương tự của hành khách trong trường hợp **chuyến bay bị trễ**. Bồi thường tài chính thường phát sinh khi bị trễ ít nhất 3 tiếng, và sự chậm trễ không phải do hoàn cảnh đặc biệt mà do hãng hàng không không thể tránh khỏi. Người tiêu dùng có thể huỷ bỏ chuyến bay và yêu cầu hoàn trả tiền vé nếu chuyến bay dự kiến sẽ chậm trễ vượt quá 5 tiếng.

Nếu người tiêu dùng không nhận được **hành lý** ở điểm đến của mình hoặc hành lý bị hỏng hoặc thiếu thì người tiêu dùng nên yêu cầu làm văn bản về sự việc này.

Khi hành lý thất lạc hoặc hư hỏng tốt nhất là hãy làm văn bản về sự việc ngay tại sân bay.

*Trong trường hợp **chậm trễ vận chuyển hành lý** (trừ trường hợp do bất khả kháng, và hãng hàng không không thể tránh được) thì trong vòng 21 ngày kể từ ngày giao hành lý khách hàng có thể yêu cầu bồi thường thiệt hại phát sinh bằng văn bản do việc giao hành lý chậm trễ. Thường là chi phí phát sinh mà hành khách phải trả trong thời gian không có hành lý (ví dụ: quần áo cần thiết, đồ dùng vệ sinh cá nhân).*



Trong trường hợp **thiệt hại hành lý hoặc mất đồ** khách hàng có quyền áp dụng khiếu nại bằng văn bản trong thời hạn 7 ngày kể từ ngày chuyển giao hành lý.

Đối với hành lý không tìm thấy trong vòng 21 ngày sẽ được coi là mất. Nếu **bị mất hàng lý, hoặc bị hỏng hành lý**, khách hàng hoàn toàn có quyền được bồi thường trong một thời gian nhất định. Đối với hành lý quan trọng và giá trị hành lý cao hơn, khách hàng có thể trả thêm tiền để hãng hàng không chịu trách nhiệm cho toàn bộ giá trị hành lý này.

Một số các quyền tương tự trong trường hợp hành **khách bị chậm trễ xe buýt đường dài, đường sắt, giao thông đường thủy**.

Để biết thêm thông tin về quyền lợi của hành khách trong vận tải quốc tế, người tiêu dùng có thể tham khảo thêm ở **Trung tâm tiêu dùng châu Âu** (hoặc trên trang web <http://www.evropskyspotrebitel.cz>), nơi có thể cũng hỗ trợ người tiêu dùng trong việc tìm kiếm giải pháp hòa giải tranh chấp.



# 8 DỊCH VỤ THÔNG TIN LIÊN LẠC ĐIỆN TỬ

## 8.1 Khiếu nại dịch vụ thông tin liên lạc điện tử

Cũng như với việc mua hàng hóa thì khi mua dịch vụ cũng có thể khiếu nại. Trong trường hợp các dịch vụ thông tin điện tử thường được kết hợp với việc **sử dụng điện thoại di động hoặc điện thoại cố định, truyền hình cáp hoặc cáp dịch vụ internet.**

Theo quy định pháp luật có thể tìm thấy trong **Luật số 127/2005** về ngày truyền thông điện tử.

Bạn có thể khiếu nại về **chất lượng dịch vụ cung cấp cũng như cách tính hóa đơn thanh toán.** Trong trường hợp khiếu nại hợp lý, các nhà cung cấp phải đảm bảo việc loại bỏ các khiếm khuyết và thiếu sót, hoặc thỏa thuận với người tiêu dùng để cung cấp các

dịch vụ khác thay thế, cuối cùng là cách giảm bớt giá tính phí (*ví dụ, sau một thời gian người tiêu dùng không thể sử dụng mạng internet*).

**Đơn khiếu nại phải được áp dụng ngay lập tức, không muộn hơn 2 tháng** từ ngày cung cấp dịch vụ bị lỗi (hoặc liên quan đến dịch vụ bị khiếu nại, kể từ ngày tính hóa đơn). Nhà cung cấp dịch vụ **có nghĩa vụ giải quyết khiếu nại trong vòng một tháng** (nếu phải tổng hợp cả các nhà cung cấp dịch vụ từ nước ngoài thì thời gian giải quyết kéo dài hai tháng).

Nộp đơn khiếu nại không có hiệu lực cho việc tạm dừng thanh toán hoá đơn, tức là mặc dù người tiêu dùng không chấp nhận, nhưng vẫn phải thanh toán hoá đơn đúng hạn. Chừ

khi người tiêu dùng đã thống nhất với nhà cung cấp dịch vụ về việc thanh toán được hoãn lại cho đến khi giải quyết xong khiếu nại. Nếu hóa đơn đã được thanh toán thì đơn khiếu nại mới được coi là hợp lý, người tiêu dùng có quyền được hoàn trả lại tiền trong vòng 1 tháng sau khi giải quyết khiếu nại, trừ khi người tiêu dùng và nhà cung cấp dịch vụ đã thoả thuận khác.

Kể cả khi bạn khiếu nại hoá đơn, bạn vẫn phải thanh toán hoá đơn. Số tiền thừa bạn sẽ được trả lại từ đơn khiếu nại.

Trong trường hợp người tiêu dùng tin rằng các nhà cung cấp dịch vụ không giải quyết yêu cầu khiếu nại hợp lý, người tiêu dùng có thể nhờ đến Văn phòng Viễn thông Cộng hòa Séc với yêu cầu giải quyết khiếu nại. Muộn

nhất **không quá một tháng** kể từ ngày nhận được khiếu nại hoặc tính từ ngày hết thời hạn giải quyết khiếu nại.

Đơn khiếu nại mà người tiêu dùng gửi cho Văn phòng Viễn thông Cộng hòa Séc phải bao gồm:

- các bên tranh chấp là ai,
- vấn đề tranh chấp là gì,
- các yêu cầu của người tiêu dùng.

Nộp hồ sơ liên quan đến nghĩa vụ trả phí hành chính.



## 8.2 Quyền của người tiêu dùng khi chấm dứt hợp đồng truyền thông sớm hơn quy định

Quyền của người tiêu dùng với khả năng **chấm dứt hợp đồng sớm hơn quy định**, hiện nay (so với 2013) đã thay đổi đáng kể. Ngay cả trong trường hợp người tiêu dùng đã cam kết trong hợp đồng cho một thời gian nhất định trả lệ phí dịch vụ, **vẫn có thể chấm dứt hợp đồng sớm hơn quy định**. Hình phạt cho việc chấm dứt hợp đồng sớm hơn quy định. Nhà cung cấp có quyền yêu cầu người tiêu dùng trả nhiều nhất là **một phần năm tổng các khoản phí hàng tháng** (thanh toán tối thiểu hàng tháng) cho thời gian còn lại cho đến khi hết thời hạn hợp đồng đã thoả thuận, hoặc yêu cầu khách hàng thanh toán các thiết bị đã được cung cấp với giá rẻ hơn liên quan đến việc ký hợp đồng.

Lệ phí chấm dứt dịch vụ điện thoại di động được giới hạn nếu người tiêu dùng muốn chấm dứt hợp đồng sớm hơn quy định.

### Ví dụ:

*Người tiêu dùng ký kết hợp đồng với tổng đài điện thoại trong vòng 24 tháng với khoản phí hàng tháng là 500 Kč và vì thế người tiêu dùng được phép mua một chiếc điện thoại di động với nửa mức giá bình thường. Nếu sau 2 tháng người tiêu dùng quyết định chấm dứt hợp đồng thì bên tổng đài có thể yêu cầu tối đa về việc chấm dứt hợp đồng sớm hơn quy định số tiền là 2 200 Kč (tức là  $1/5 \times 22 \times 500$ ) và một số tiền tương ứng cho việc mua điện thoại di động được hạ giá.*

Nếu hợp đồng có **thời hạn cố định và được tự động gia hạn**, thì bên tổng đài phải có trách nhiệm sớm nhất là 3 tháng và muộn nhất là 1 tháng trước khi hết hạn hợp đồng thông báo cho người tiêu dùng biết về khả năng chấm dứt hợp đồng để người tiêu dùng không quên chấm dứt hợp đồng đúng hạn.

Trước khi tự động kéo dài hợp đồng thì bên tổng đài phải thông báo bạn biết điều này.



# 9 CUNG CẤP NĂNG LƯỢNG

Bảo vệ người tiêu dùng trong việc cung cấp năng lượng, chẳng hạn như điện, khí đốt, đặc biệt theo **luật số 458/2000. - Luật sử dụng năng lượng**.

Nếu người tiêu dùng có vấn đề về việc cung cấp năng lượng, điều đầu tiên là phải khiếu nại nơi nhà cung cấp năng lượng mà người tiêu dùng đã ký hợp đồng. Nếu các nhà cung cấp năng lượng vi phạm pháp luật hoặc khi xử lý các khiếu nại vi phạm quyền lợi của người tiêu dùng, thì người tiêu dùng có thể đệ trình kiến nghị để điều tra từ **Văn phòng Điều tiết Năng lượng** do cơ quan giám sát trong lĩnh vực này và trong một số trường hợp hạn chế khác có thể giải quyết tranh chấp giữa nhà cung cấp và khách hàng.

Để tăng cường bảo vệ người tiêu dùng từ năm 2014 đã có **thanh tra năng lượng** hoạt động do Văn phòng

Điều tiết Năng lượng và sẽ giúp giải hoà các tranh chấp giữa người tiêu dùng và nhà cung cấp năng lượng.

Nếu khách hàng đã **ký hợp đồng ngoài cơ sở kinh doanh bình thường**

(ví dụ: người bán hàng đến nhà riêng hoặc gặp bạn trên đường phố và thuyết phục bạn thay đổi nhà cung cấp năng lượng), và người tiêu dùng sau đó muốn thay đổi ý định của mình, **muốn rút khỏi hợp đồng trong vòng 5 ngày trước khi được cung cấp** điện hoặc khí đốt.

Khách hàng **có quyền chấm dứt hợp đồng** trong trường hợp **nhà cung cấp thay đổi giá điện, khí đốt, và chậm nhất là ngày thứ mười trước khi tăng mức giá mới có hiệu lực**, tất cả các điều kiện nhà cung cấp phải thông báo về việc tăng giá và cách chấm dứt hợp đồng ít nhất là 30 ngày trước lúc thay đổi điều kiện cung cấp dịch vụ. Chấm dứt hợp đồng có hiệu lực (hợp

đồng được hủy) đến ngày cuối cùng của tháng mà nhà cung cấp năng lượng nhận được đơn xin chấm dứt hợp đồng, trừ khi khách hàng yêu cầu chấm dứt muộn hơn.

Nếu người tiêu dùng không được thông báo về việc tăng giá và cách hủy bỏ hợp đồng, thì người tiêu dùng có thể chấm dứt hợp đồng **trong vòng 3 tháng kể từ ngày tăng giá hoặc thay đổi các điều khoản trong hợp đồng**. Nếu trong trường hợp việc chấm dứt hợp đồng không quá 10 ngày trước khi hết tháng, thì hợp đồng có hiệu lực (hợp đồng bị hủy bỏ) đến ngày cuối cùng của tháng tiếp theo từ khi người tiêu dùng gửi cho nhà cung cấp đơn chấm dứt hợp đồng.

Thông tin chi tiết có thể được tìm thấy trên trang web: <http://www.eru.cz>.

# 10 CÁC LĨNH VỰC KHÁC VÀ CÁC PHƯƠNG PHÁP BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG

## 10.1 Trọng tài tài chính

Trọng tài tài chính được nhà nước thành lập, có thẩm quyền để **giải quyết các tranh chấp nhất định trong thị trường tài chính.**

**Người tiêu dùng có thể sử dụng miễn phí** ví dụ trong tranh chấp:

- với các ngân hàng về độ chính xác của các khoản thanh toán,
- với người cho vay về việc phải rút khỏi hợp đồng tín dụng hoặc chi trả số tiền lệ phí khi trả nợ trước hạn,
- với các công ty bảo hiểm hoặc trung gian môi giới bảo hiểm trong các

*tranh chấp phát sinh từ việc cung cấp hoặc môi giới bảo hiểm nhân thọ*

- với một số nhà khai thác giao thông công cộng liên quan đến giá vé thẻ trả trước.

Cụ thể cũng như các chi tiết khác về thủ tục tố tụng tài chính có thể được tìm thấy trên trang web:

<http://www.finarbitr.cz> hoặc tại Văn phòng trọng tài tài chính.



## 10.2 Trung tâm tiêu dùng châu Âu

**Trung tâm tiêu dùng châu Âu cung cấp người tiêu dùng:**

- **thông tin miễn phí** và tư vấn về quyền lợi của người tiêu dùng trong Liên minh Châu Âu, Na Uy và Iceland,
- **hỗ trợ miễn phí** trong việc giải quyết khiếu nại về chất lượng sản phẩm, dịch vụ và thái độ của người bán hàng ở các quốc gia này,
- trong trường hợp có tranh chấp hỗ trợ trong việc tìm kiếm **giải pháp** hoà giải tranh chấp và cuối cùng đóng vai trò là một cơ quan đầu mối



hỗ trợ miễn phí cho người tiêu dùng, giúp giải quyết các tranh chấp khác với các doanh nghiệp ở các quốc gia này.

#### **Ví dụ:**

*Nếu người tiêu dùng Séc mua hàng ở cửa hàng trực tuyến của Đức và sản phẩm có khiếm khuyết, doanh nghiệp người Đức không muốn giải quyết khiếu nại, người tiêu dùng có thể được tư ở Trung tâm tiêu dùng châu Âu*

*Ngược lại, nằm ngoài phạm vi các trường hợp khác, nếu người bán nói là không phải là một doanh nghiệp mà là cá nhân, hoặc nếu không đến từ CH Séc hoặc từ các quốc gia khác (ví dụ: Mỹ).*

## **10.3 Thanh tra thương mại Séc và các cơ quan giám sát khác**

**Thanh tra thương mại Séc (ČOI)** là cơ quan chính phủ thực hiện việc kiểm tra, giám sát các pháp nhân và cá nhân cung cấp bán hàng hoá và dịch vụ trên thị trường, trừ trường hợp căn cứ theo pháp luật đặc biệt thực hiện giám sát qua các cơ quan hành chính.

#### **ČOI kiểm tra như:**

- *tuân thủ các điều kiện quy định để bảo vệ chất lượng hàng hoá (không chỉ bao gồm thực phẩm) bao gồm cả an toàn sức khỏe và bảo quản hàng hoá,*
- *khi bán hàng có sử dụng thước đo tương ứng với các tiêu chuẩn quy định của pháp luật có liên quan,*
- *sản phẩm được đưa ra thị trường có tuân thủ theo các quy định kỹ thuật có liên quan được ghi rõ và an toàn,*
- *trong việc cung cấp tín dụng tiêu dùng qua các nhà cung cấp phi ngân hàng thực hiện đúng các nghĩa vụ quy định của pháp luật.*

Ngoài các hình phạt tài chính khi vi phạm nghĩa vụ ČOI đưa ra, cũng như việc cấm bán sản phẩm hay tiếp thị trên thị trường khi không đáp ứng các yêu cầu pháp luật.

ČOI cũng kiểm tra xem doanh nghiệp có thông báo cho người tiêu dùng giải quyết khiếu nại, có thực hiện đúng thời hạn theo quy định để xử lý khiếu nại, xác nhận cho người tiêu dùng về việc giải quyết khiếu nại vv.. Ngược lại nếu người tiêu dùng không hài lòng với việc giải quyết khiếu nại về mặt nội dung (ví dụ không giải quyết khiếu nại và bồi thường) không thuộc thẩm quyền của ČOI. Trong trường hợp tranh chấp này, người tiêu dùng có thể chọn cách giải quyết tranh chấp thay thế ngoài toàn án.

Giám sát chất lượng thực phẩm qua **Thanh tra nông nghiệp và thực phẩm quốc gia.**

Giám sát an toàn thực phẩm động vật được thực hiện qua **Cơ quan quản lý thú y nhà nước.**

## 10.4 Giải quyết tranh chấp ngoài toà án

Nếu có tranh chấp giữa người tiêu dùng và các doanh nghiệp **không phải lúc nào cũng cần đến tòa án** và không nhất thiết phải từ bỏ quyền lợi của mình.

Như đã nêu trên việc giải thích các vấn đề khác nhau về việc bảo vệ người tiêu dùng, cơ quan nhà nước tại Cộng hòa Séc (ví dụ như tòa án tài chính) và tổ chức phi lợi nhuận do nhà nước hỗ trợ cung cấp cho người tiêu dùng nhiều lựa chọn giải quyết tranh chấp không cần nhờ đến tòa án thậm chí là miễn phí. Mục đích giải quyết tranh chấp ngoài tòa án giữa người tiêu dùng và doanh nghiệp bán hàng hoá, hay cấp dịch vụ.

**Các tổ chức phi chính phủ** giúp đỡ người tiêu dùng hiện đang cung cấp dịch vụ tư vấn chủ yếu trong lĩnh vực về quyền lợi người tiêu dùng và giúp giải quyết tranh chấp.

Bạn có thể liên hệ đến:

### Sdružení českých spotřebitelů

Pod Altánem 99/103, 100 00 Praha 10,  
tel.: 261 263 574,  
e-mail: spotrebitel@regio.cz

### Občanské sdružení spotřebitelů TEST

Černomořská 419/10, 101 00  
Praha 10 – Vršovice, tel.: 241 404 922,  
e-mail: dtest@dtest.cz

### Spotřebitel net

Bělehradská 118, 120 00 Praha 2,  
tel.: 222 516 521,  
e-mail: spotrebitel@spotrebitel.net

### Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace

Mečová 5, 602 00 Brno,  
tel.: 900101010 (10 Kč/1 phút.),  
e-mail: poradna@asociace-sos.cz

### GLE o.p.s.

Tyršova 1832/7, 120 00 Praha 2,  
tel.: 224 241 589,  
e-mail: spotrebitel@gle.cz

Hình thức giải quyết tranh chấp có trọng tài cũng là cách giải quyết ngoài tòa án. Vì trong quá khứ đã bị lạm

dụng để gây thiệt hại cho người tiêu dùng. Trong việc bảo vệ người tiêu dùng hiện nay và quản lý quá trình hoà giải căn cứ theo pháp luật có thể được tìm thấy trong **luật số 216/1994 về hình thức giải quyết tranh chấp có trọng tài**.

**Hợp đồng thoả thuận trong tranh chấp** giữa người tiêu dùng **phải bằng văn bản và riêng biệt** (ví dụ không phải là một phần của các điều khoản trong hợp đồng), nếu không hợp đồng sẽ không có giá trị. Trước khi đưa ra kết luận quan trọng người trọng tài phải giải thích đầy đủ về thủ tục tố tụng qua trọng tài cho người tiêu dùng hiểu. Người duy nhất có thể đưa ra quyết định là tòa án trọng tài thường trực hoặc người được đăng ký trong danh sách trọng tài viên của Bộ Tư pháp. Nếu người tiêu dùng không nhận được đầy đủ thông tin yêu cầu hoặc nếu trọng tài phán quyết có vi phạm quyền của người tiêu dùng thì trong vòng ba tháng kể từ khi nhận được quyết định người tiêu dùng có thể đệ đơn yêu cầu tòa án huỷ quyết định từ tòa án trọng tài đưa ra.





**GLE o.p.s.**

Tyršova 1832/7  
120 00 Praha 2  
(+420) 224 241 589

[www.gle.cz](http://www.gle.cz)

info@gle.cz

GLE o.p.s. v roce 2014 realizuje projekt Poradenství a osvětová činnost pro spotřebitele, který podpořilo Ministerstvo průmyslu a obchodu v rámci státní dotační politiky vůči NNO pro rok 2014 Ochrana spotřebitele.

V rámci projektu mohou klienti využít služeb nově otevřené poradny v Kolíně nebo položit dotaz prostřednictvím online poradny na stránkách [www.gle.cz/spotrebitel.cz](http://www.gle.cz/spotrebitel.cz).

**Všechny služby projektu jsou poskytovány zdarma.**





[www.gle.cz](http://www.gle.cz)