

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá problematikou přímého prodeje, na kterou je nahlíženo zejména z pohledu soukromoprávní ochrany spotřebitele. Autor zkoumá právní úpravu spotřebitelských smluv uzavíraných mimo obchodní prostory, a to v České republice, v Evropské unii a ve Spojených státech amerických.

Práce je rozdělena do šesti kapitol.

V kapitole první autor definuje přímý prodej a seznamuje čtenáře s pojmy, které jsou v dalších částech této práce používány. Představeny jsou také jednotlivé formy přímého prodeje, a to osobní prodej, prodej na skupinových setkáních a prodej na základě výslovného přání zákazníka. Závěrečná část této kapitoly obsahuje srovnání přímého prodeje s prodejem na dálku.

V kapitole druhé autor předkládá stručný přehled právní úpravy přímého prodeje. Na komunitární úrovni se jedná o směrnici 85/577/EHS o smlouvách uzavřených mimo obchodní prostory, která byla do českého právního řádu implementována vybranými ustanoveními zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník. Přehled právní úpravy je doplněn také o krátký historický exkurz.

Jádrem této diplomové práce je kapitola třetí. Autor pomocí komparativní metody zkoumá, jakým způsobem byla jednotlivá ustanovení směrnice 85/577/EHS do českého právního řádu implementována. Autor však nezůstává u pouhého srovnání evropské právní úpravy s úpravou českou, nýbrž si také všímá, jak obdobné právní instrumenty upravují další spotřebitelské směrnice. Komparativní analýza je doplněna o pohled do právní úpravy v dalších členských státech Evropské unie a o relevantní judikaturu Evropského soudního dvora. Výklad *de lege lata* je doprovázen také výkladem *de lege ferenda*. V evropském kontextu je zmíněn především návrh směrnice o právech spotřebitelů, v rámci českého práva se autor zabývá návrhem nového občanského zákoníku.

Samotná kapitola je rozdělena do šesti podkapitol, které se soustředí na osobní a věcnou působnost směrnice 85/577/EHS a na instituty, kterými tato směrnice spotřebitele chrání. Jedná se zejména o informační povinnost a právo na odstoupení od smlouvy.

Autor odhaluje poměrně významné rozdíly v právních úpravách jednotlivých členských států, které jsou výsledkem minimální harmonizace a rozdílného využití národních diskrecí. Autor také dochází k závěru, že v některých aspektech je směrnice do českého práva implementována fragmentárně.

Kapitola čtvrtá popisuje právní úpravu přímého prodeje ve Spojených státech amerických z pohledu federálního zákonodárství. Autor konstatuje, že americkému spotřebiteli je v přímém prodeji garantována srovnatelná úroveň ochrany jako evropskému spotřebiteli.

Pátá kapitola se soustředí na samoregulační aktivity v přímém prodeji. Samoregulace probíhá na světové, evropské i národní úrovni. Světová federace asociací přímého prodeje (WFDSA) vyvinula tzv. světový kodex chování v přímém prodeji, který jednotlivé národní asociace (DSAs) implementovaly do svých národních kodexů chování. Tyto národní kodexy jsou závazné pro všechny společnosti přímého prodeje, které se chtějí stát členy příslušné národní asociace.

Kapitola šestá představuje Multi Level Marketing jako formu odměňování v přímém prodeji. Multi Level Marketing bývá často zaměňován s nechvalně proslulými pyramidovými hrami, které jsou však ve většině zemí zakázány. Kapitola se zabývá hlavními odlišnostmi mezi zákonnými a podvodnými schémata a zamýšlí se nad současnou právní úpravou podvodných schémat v České republice. Tento výklad je doplněn o pohled do antipyramidového zákonodárství ve Spojených státech amerických a v některých členských státech Evropské unie. Autor doporučuje přijetí obdobné právní úpravy také v České republice.