

Drahých čísel pro zákazníky ubývá

Firmy mění telefonní čísla tak, aby za ně klienti neplatili navíc. Některé společnosti se změně brání.

Aleš Černý
redaktor MF DNES



PRAHA Nedávno České dráhy, Leo Express a banka Moneta, od soboty potom Česká podnikatelská pojišťovna nebo Kooperativa. Firmy po celé republice mění čísla telefonních linek, na která jim zákazníci volají kvůli reklamacím nebo kde nahlašují pojistné události.

Opouštěné linky patří mezi takzvané bílé či modré, za něž volající zpravidla platil nad rámec svého tarifu (třeba i neomezeného). Reklamace ho tak mohla vyjít na desítky až stovky korun. Linky nově zaváděné firmami jsou standardní.

Rozdíl v tom, jestli zákazník zavolá na první, či druhou linku, tak může odradit spotřebitele od domáhání se svých práv.

„Hlavním motivem změny bylo rozdílné zpoplatnění takzvané bílé linky jednotlivými operátory. Nové telefonní číslo přináší všem klientům stejné podmínky a nižší náklady na volání,“ zdůvodňuje změnu ředitel zákaznické podpory v Kooperativě Tomáš Szewiczek. Obdobně argumentují i ostatní.

Bílé linky jsou veskrze reliktem minulosti, kdy se platily jiné částky za městské a meziměstské hovory (což právě bílé linky sjednocovaly). Modré linky zase rozdělují náklady

mezi volaného a volajícího, a tudíž z nich mají firmy příjem na provoz svých call center.

Proč ale tolika firmám začalo na telefonních účtech jejich klientů záležet právě nyní, když jim to roky nevadilo?

Od loňského prosince totiž platí novela zákona o ochraně spotřebitelů. Zároveň spotřebitelské sdružení dTest firmy s barevnými linkami dlouhodobě obesílá a vyzývá je ke změně.

Novela napsaná operátorem

Důvodem, proč firmy provozují drahé linky i několik měsíců po změně zákona, je měkká verze přijaté novely. Stará verze zakazovala pouze nejdražší - žluté a duhové - linky. Pozměňovací návrh však zpřisnil komunikaci firm se smluvními klienty výslovným zákazem používání bílých a modrých linek.

Tato úprava nicméně v novele nezůstala. Další pozměňovací návrh totiž pasáž přepsal na obecnější zákaz účtování „vyšších cen, než je běžná cena hovoru“.

Předkladatelem návrhu byl poslanec

KSCM Václav Snopek. Jak na twitterovém účtu poukázal právník dTestu a předseda spotřebitelského poradního výboru při ministerstvu průmyslu Lukáš Zelený, šlo o úpravu navrženou přímo zástupcem operátora, kteří mají z dražších barevných linek větší příjmy.

Poslední úpravy ve wordovém dokumentu Snopkova pozměňovacího návrhu totiž udělal „Kosek Pavel, Vodafone CZ“. „Že mají lobbisté velmi blízko k poslancům, je známé, ale aby se tak okatě prozradili, že jim návrhy přímo i piší, to se jen tak nevidí,“ říká Zelený.

Na e-mailový dotaz zasláný Vodafone přišla odpověď od prezidenta Asociace provozovatelů mobilních sítí (které je Vodafone členem) Jiřího Šuchmana. Ten nepokládá pozměňovací návrh sepsaný lobbistou za nic špatného.

„Asociace a její pracovní skupiny tvořené zaměstnanci jejich členů se zákonodárci komunikují, činí tak transparentně a vždy v souladu s právními předpisy i etickými zásadami. Příkladem je i tento dokument,“ myslí si Šuchman.

Snopek slíbil vyjádření tři dny před uzávěrkou, ale nezaslal ho.

Zkuste si to s dvěma čísly

Protože „přečíslovávajících“ firem aktuálně přibývá, mohlo by se zdát, že i původní tvrdší záměr novely - tedy aby firmy nepoužívaly modré a bílé linky - se naplňuje. Zelený z dTestu však upozorňuje, že stále ještě zbývá dost společností, které barevné linky provozují, třeba i spolu se standardními.

To je třeba případ největšího Bohemia Energy. „Vzhledem k tomu, že nový zákon přímo nezakazuje používání barevných linek, ale zároveň přesně nestanoví běžnou cenu hovoru na těchto linkách, zřídila Bohemia Energy kvůli nejasnosti ve výkladu zákona druhý telefonický kontakt,“ vysvětluje motivaci mluvčí firmy Alžběta Štátná.

S tímto výkladem ale nesouhlasí právník dTestu Zelený, který pokračuje v kampani proti „drahým osmičkám“. „Novela zakazuje obchodníkům pro komunikaci se spotřebiteli ohledně uzavřené smlouvy používat telefonní linky, za které je účtována vyšší cena, než je běžná sazba. Neříká, že mají dávat spotřebitelům na výběr,“ vysvětluje Zelený s tím, že mnoho lidí nezná rozdíly mezi čísly a nevědomky tak zavolá na to drahé, které je třeba na webu uvedeno jako první.

Nadále tak dTest firmy obesílá a vyzývá ke změně. Pokud na to ani poté nepřistoupí, dTest hodlá posílat podněty České obchodní inspekci. „Pokud obdrží ČOI od dTestu podání v předmětné věci, bude se jím zabývat,“ říká mluvčí inspekce Jana Jelínková s tím, že podobné podněty od spotřebitelů už nyní řeší.

Fakta Co jsou takzvané barevné linky

● Zelená linka (na účet volaného)

první trojčíslí: 800
Volající **neplatí nic**. Pro klienty služeb nejpříznivější volba.

● Modrá linka (sdílené náklady)

první trojčíslí: 810-819, 830-839, 843-846
Náklady se dělí mezi volaného a volajícího. Tomu se ale nezapočítávají do tarifu (ani neomezeného), takže představují náklady navíc.

● Bílá linka (univerzální číslo)

první trojčíslí: 840-842, 847-849
Dříve umožňovaly stejné zpoplatnění volajícího z různých míst republiky. Volající za ni v současnosti platí zvlášť bez započítání do tarifu, **podobně jako u modré**.

● **Žluté a duhové linky (s vyjádřenou cenou)**
první trojčíslí: 900, 906, 908 a 909
Nejdražší varianta, cenu v korunách vyjadřuje 4. a 5. číslice čísla.

EET: čekají se fronty na poslední chvíli

Kolik podnikatelů musí elektronicky evidovat tržby?

600 tisíc
subjektů bude muset zavést EET v celé České republice.

50-60 tisíc

1. fáze
od 1. prosince 2016
- ubytovací a stravovací

200-300 tisíc

2. fáze
od 1. března 2017
- velkoobchod a maloobchod

? tisíc

3. fáze
od 1. března 2018 - ostatní činnosti vyjma těch ve 4. fázi, například svobodná povolání, doprava, zemědělství

? tisíc

4. fáze
od 1. června 2018 - vybraná řemesla a výrobní činnosti



Foto: jopos-zlin.cz
Pramen: MF

Jitka Vlková
redaktorka MF DNES

PRAHA Do ostrého startu elektronické evidence tržeb (EET) zbývá 40 pracovních dní. Údaje pro přihlášení do centrálního systému si v září vyzvedlo na finančních úřadech pět tisíc podnikatelů. Celkem se má evidence v první fázi týkat 60 tisíc podniků z oboru stravování a ubytovacích služeb.

„Spousta lidí si představuje, že to celé pořeší 28. listopadu, ale neuvědomují si, jaké budou fronty. Kapacity finančních úřadů i dodavatelů jsou omezené,“ varuje Michal Wantulok, pracující pro dodavatele pokladny Dotykačka.

Zkušenosti podnikatelů ukazují, že vyřízení přihlašovacího údajů u úřednického okénka trvá dvacet minut, pokud je úředník v agendě zběhlý. Nicméně fronty se budou

s blížícím se ostrým startem EET prodlužovat.

Ani požádat o přihlašovací údaje přes internet není jednoznačná výhra. „Přes internet do datové schránky to údajům trvá dva až tři dny,“ říká Linda Paterová, mluvčí Finanční správy. Osobně si na úřad chodí 53 procent lidí, zaslal si nechává údaje 47 procent.

Nákup elektronické pokladny a její zprovoznění může také trvat několik dní. Jen pětina podnikatelů přitom už má kasy, které půjdou připojit k internetu. Odhaduje se, že v první fázi zavádění EET bude muset pokladnu nakoupit 50 tisíc podnikatelů.

„Všechny pokladny zhruba tisícovky dosavadních zákazníků jsou kompatibilní se systémem EET,“ říká Zbyněk Švec, zakladatel pokladního systému Septim.cz. Většina těch menších však s nákupem váhá. „Vidíme zatím jen mírný růst prode-

jů, ale vysoký zájem zákazníků informovat se podrobně o službě,“ říká Markéta Kuklová, mluvčí mobilního operátora Vodafone.

Dodavatelé nejjednodušších řešení typu „zapojím a jedu“ hlásí prodej desítek pokladen denně a tvrdí, že jsou na listopadový nápor připraveni. „Jsme připraveni dodat na trh desítky tisíc zařízení na poslední chvíli,“ uvádí Karel Hamr, člen představenstva dodavatele EET1.

Část podnikatelů nicméně ještě doufá, že se zákon zruší a nebudou pokladnu potřebovat vůbec. To však v případě první vlny nejde neprošlo by to parlamentem.

I když se dodavatelé duší, že jejich zařízení lze nainstalovat během hodiny, zároveň varují, že to nejde ze dne na den. „Když pokladnu máte, musíte do ní nasypat údaje o provozu, aby obsluha mohla jen vybírat z nabídky položek,“ vysvětluje Michal Wantulok z Doty-

kačky. „Kamenem úrazu může být zaškolení obsluhy, která si i přes jednoduchost ovládání musí na nový systém zvyknout,“ připouští Hamr. „Pokud podnikatelé současně očekávají, že jim dodavatel provede instalaci pokladny i zaškolení, tak mohou narazit,“ varuje Hynek Pášma ze SmartPokladny.

Nejlevnější pokladní zařízení, která lze aktuálně na trhu pořídit, stojí kolem pěti tisíc, tiskárna vyjde na dva až tři tisíce a k tomu měsíční paušál 500 až 1 000 korun za licenci k softwaru, provoz a případný servis zařízení. A je třeba mít internetové připojení. Pouhý provoz pokladny tak přijde příjemnějším na osm tisíc korun ročně.

Nakoupit lze software i jednorázově, bez měsíčních paušálů. Přesto bude asi potřeba program po roce či dvou za peníze aktualizovat, at už kvůli vychytávkám nedokonalosti systému, nebo změně legislativy.

Nabídka platí

od středy 28. září do úterý 4. října 2016

BILLA

PŘESNĚ PODLE MÉHO GUSTA.

Znáte z TV



-37%

Hrozný révy vinné bílé bezsemenné
vanička 500 g
Itálie
dříve 39,90

24⁹⁰

100 g = 4,98 Kč



-30%

Rustikální bageta z naší pekárny
1 ks, 120 g, 3 druhy
dříve 9,90

6⁹⁰

100 g = 5,75 Kč

NOVÉ V BILLE

OSAHUJE 90% MASA



-20%

Šunkový salám Zvonařka z pultu lahůdek
cena za 100 g
dříve 14,90

11⁹⁰

100 g = 11,11 Kč



-50%

Studentská pečť
180 g, více druhů
dříve 49,90

24⁹⁰

100 g = 13,83 Kč



www.billa.cz

