

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA

DIPLOMOVÁ PRÁCE

2010

Bc. Petr Shýbal

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra práva

Studijní program: N6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Ochrana spotřebitele při internetovém obchodování

Vedoucí diplomové práce

Doc. JUDr. PhDr. Jiří Bílý, CSc.

Autor

Bc. Petr Shýbal

2010

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta
Katedra práva
Akademický rok: 2008/2009

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Petr SHÝBAL**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Ochrana spotřebitele při internetovém obchodování**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cílem diplomové práce je provést analýzu právní ochrany spotřebitele při internetovém obchodování podle práva České republiky s přihlédnutím k právu Evropské unie, a to tak, aby tato diplomová práce dokázala zajistit alespoň základní informační databázi řešeného problému a byla schopna provést základní interpretaci.

Základním metodickým prostředkem by měla být kombinace induktivního a deduktivního postupu, přičemž - v souvislosti s přesahem do práva Evropské unie - by se neměla vyhnout ani základnímu použití synchronní komparatistické metody. Pro členění práce navrhuji toto schéma, které by zároveň reflektovalo i myšlenkový postup autora:

- 1) Úvod (seznámení se základní charakteristikou tématu, vymezení jeho aktuálnosti, vymezení klíčových pojmů ochrana spotřebitele a internetové obchodování).
- 2) Analýza zpracovávaného tématu v odborné literatuře (základní rešerše tématu, potíže a problémy autora při jeho zpracování).
- 3) Základní problémy ochrany spotřebitele při internetovém obchodování (souvislý text vycházející z kapitoly 1 a 2, který je nosnou kapitolou celé práce, tj. deskripce problému a následná interpretace této deskripce).
- 4) Závěry a východiska (shrnutí kladů a záporů právní české a evropské úpravy, vlastní názor autora na její zlepšení, výhled do budoucna).
- 5) Literatura a prameny.
(v práci, která by měla mít rozsah alespoň 60 stránek, by neměly chybět citace z odborné literatury a právních předpisů v počtu cca 20).

Rozsah grafických prací: dle potřeby
Rozsah pracovní zprávy: 50-60 stran
Forma zpracování diplomové práce: tištěná

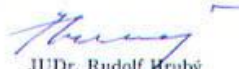
Seznam odborné literatury:

- Mertlík, P., Rasmichová, L., Sokup, J. a kol.: Úvod do obecné ekonomie, Aleko, Praha, 1991.
Konečný, B., Sojka, M.: Moderní ekonomie, Economia, Praha, 1991.
Bobenič Hintošová, A.: Ochrana hospodářské sůťaže včera a dnes, In: Právní a ekonomické problémy současnosti II., Key Publishing, Ostrava, 2007.
Šindelář, P.: Soukromoprávní ochrana práv spotřebitelů v České republice v evropském kontextu, In: Karlovarská právní revue č. 1/2009, VŠ Karlovy Vary.
Munková, J.: Právo proti nekalé soutěži, komentář, C. H. Beck, Praha, 1996.
Nález Ústavního soudu České republiky sp. zn. II. ÚS 363/06 ze dne 17. 10. 2006.

Vedoucí diplomové práce: doc. JUDr. Jiří Bílý, CSc.
Katedra práva
Datum zadání diplomové práce: 8. února 2009
Termín odevzdání diplomové práce: 30. dubna 2010


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentské 13 (25)
370 05 České Budějovice


JUDr. Rudolf Hrubý
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 16. března 2009

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracoval samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s §47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Lišově 31.8.2010

.....

Bc. Petr Shýbal

Poděkování

Děkuji vedoucímu práce Doc. JUDr. PhDr. Jiřímu Bílému, CSc. za odborné vedení a připomínky, které mi pomohly při zpracování této diplomové práce.

Obsah

1. Úvod.....	- 10 -
2. Vymezení pojmů ochrany spotřebitele a internetového prostředí.....	- 12 -
2.1 Definice spotřebitele	- 12 -
2.2. Ochrana spotřebitele.....	- 13 -
2.2.1. Státní dozorové organizace a instituce v ČR	- 14 -
2.2.2. Občanské spotřebitelské organizace	- 17 -
2.2.3. Evropské spotřebitelské organizace	- 21 -
2.2.4. Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů – ADR	- 22 -
2.3. Důvody ochrany spotřebitele	- 25 -
2.4. Práva spotřebitele	- 26 -
2.5. Povinnosti spotřebitele	- 28 -
2.6. Elektronický obchod.....	- 30 -
2.7. Internetové obchodování	- 33 -
3. Ochrana spotřebitele při internetovém obchodování v praxi	- 35 -
3.1. Prameny práva.....	- 35 -
3.1.1. Vnitrostátní úprava.....	- 35 -
3.1.1.1. Spotřebitelské distanční smlouvy	- 37 -
3.1.1.2. Cíle spotřebitelské politiky	- 42 -
3.1.1.3. Česká právní úprava ochrany spotřebitele	- 43 -
3.1.2. Evropská úprava.....	- 45 -
3.1.2.1. Směrnice Evropského Parlamentu a Rady 97/7/ES ze dne 20. května 1997 o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených na dálku	- 47 -

3.1.2.2. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu („směrnice o elektronickém obchodu“)	- 49 -
3.1.2.3. Směrnice Rady 93/13/EHS ze dne 5. dubna 1993 o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách	- 51 -
3.1.2.4. Komunitární právní úprava ochrany spotřebitele při internetovém obchodování	- 52 -
3.1.3. Mezinárodní úprava	- 54 -
3.1.3.1. Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj	- 54 -
3.1.3.2. UNICTRAL	- 55 -
3.2. Elektronická kontraktace	- 57 -
3.2.1. Elektronický právní úkon	- 58 -
3.2.2. Oferta a akceptace	- 59 -
3.2.3. Forma elektronických smluv	- 60 -
3.2.4. Elektronické smlouvy	- 61 -
3.2.4.1. Click-wrap smlouvy	- 62 -
3.2.4.2. Click –through smlouvy	- 62 -
3.2.4.3. Browse-wrap smlouvy	- 63 -
3.3. E-aukce	- 64 -
3.3.1. Vztah aukcí a dražby	- 64 -
3.3.2. Právní úprava e-aukcí	- 65 -
3.3.3. Odpovědnost při e-aukcích	- 66 -
4. Závěr	- 70 -
5. Summary	- 74 -
6. Seznam použité literatury	- 75 -

6.1. Tištěné dokumenty:.....	- 75 -
6.2. Internetové publikace:.....	- 77 -
6.3. Internetové zdroje:	- 80 -
6.4. Právní předpisy:	- 80 -
7. Seznam tabulek, schémat a grafů.....	- 82 -

1. Úvod

Ochrana spotřebitele je zajímavým tématem už jen z toho důvodu, že do role spotřebitele se dostane každý z nás. Navíc se jím stáváme prakticky denně. I proto by mělo být v zájmu každého se o svých právech dozvědět více, tak abychom se nestali obětí nekalých praktik ze strany obchodníka. Ochrana spotřebitele je uskutečňována prostřednictvím právních předpisů různé síly, avšak nemůžeme očekávat jejich absolutní znalost u většiny obyvatel. To se stalo základem pro domněnku, že spotřebitel je slabší stranou při uzavírání smluv a je povinností státu mu poskytnout širší právní ochranu. Politika ochrany spotřebitele je vykonávána také pomocí nevládních občanských organizací, které různými prostředky rozšiřují vzdělání a informovanost v této oblasti.

Internet se stal bezesporu fenoménem dnešní doby. Mnozí lidé si bez něj dnes nemohou představit trávení volného času nebo i výkon svého povolání. Zajišťuje rychlý přístup k aktuálním informacím, možnosti zábavy, ale především umožňuje novou formu komunikace mezi různými subjekty. Svým způsobem založil nejen nový sociologický, ale i obchodní prostor. Při internetovém obchodování dochází k uzavírání velkého množství smluv, které můžeme řadit mezi spotřebitelské. K využívání internetu pro tyto způsoby nakupování přispívá jeho charakter a mnoho lákadel s ním spojených jako jsou pohodlí při výběru zboží, rychlost, široká nabídka a mnoho dalších. Nicméně jde stále o relativně mladou disciplínu, kterou můžeme datovat do posledních dvaceti let. V českém prostředí by tato doba byla dokonce ještě kratší. Díky rychlému vývoji vzniklo několik nových jevů, jež je třeba obsáhnout i z právního hlediska, tak aby nedocházelo k podvodným aktivitám. Nutno dodat, že ne vždy byla regulace provedena dokonale a navíc odlišně v různých státech, což je v paradox při globálním pojetí internetového obchodování.

Cílem této práce je poskytnout čtenáři přehled o různých aspektech ochrany spotřebitele při internetovém obchodování tak, aby získal přehled o svých právech, zejména při smlouvách uzavíraných na dálku, stejně jako o právních

předpisech českých i evropských upravujících tuto problematiku. Zaměřím se také na problematické body související se zvoleným tématem, se kterými se uživatel internetu může setkat. V souvislosti s rychlostí jakou internetové obchodování vstoupilo do každodenního života ať jednotlivců či domácností, bych rád zhodnotil úroveň právní připravenosti na ochranu spotřebitele v nových podmínkách.

Při studiu literatury jsem narazil na relativně značný počet publikací a příruček, které ovšem spíše popisují ochranu spotřebitele vycházející z právního řádu. S rozбором a nastíněním problematických bodů se čtenář může spíše setkat na internetových serverech, které se zabývají tímto tématem, nebo právem jako celkem.

Práce bude strukturovaná pomocí metod induktivních a deduktivních při zkoumání aspektů zvoleného tématu. Zejména pak uvedené metody pomohou k rozboru právních předpisů tuzemských i komunitárních. Vzhledem k různorodosti pramenů práva použiji také synchronní komparatistické metody. Úvod věnuji teoretickému rámci s vymezením pojmů spojených s ochranou spotřebitele při internetovém obchodování s vyjmenováním některých důležitých nástrojů ochrany. Základem práce je část, která se zaobírá právní úpravou v oblasti spotřebitelských distančních smluv. Prostor bude věnován jak právu českému, tak i komunitárnímu s přesahem do práva mezinárodního. Dále budu věnovat pozornost problematikám spojených s e-kontraktací a e-aukcí. V závěru bych rád zhodnotil ochranu spotřebitele při internetovém obchodování s přihlédnutím k nejvýznamnějším problémům a pokusil bych se navrhnout řešení.

2. Vymezení pojmů ochrany spotřebitele a internetového prostředí

2.1 Definice spotřebitele

Definici pojmu spotřebitel lze najít v literatuře hned několik. Tak například podle Macmillanova slovníku moderní ekonomie je spotřebitelem každý ekonomický aktér, který se účastní finální spotřeby statků a služeb. Spotřebitel bývá obvykle chápán jako jednatel, v praxi však v roli spotřebitelů vystupují instituce, jednotlivci a skupiny jednotlivců. V posledním uvedeném případě je nutné zdůraznit, že spotřební jednotkou, na kterou se soustřeďují mnoho rozhodnutí, je domácnost a nikoliv jednatel. To má ten důsledek, že domácnost může přijímat „skupinová“ rozhodnutí založená na nějakém kompromisu mezi potřebami individuálních členů domácnosti nebo, což je pravděpodobnější, vycházející z paternalistických soudů starších členů domácnosti.

Obecně lze tedy říci, že spotřebitel je vedle podnikatelů dalším účastníkem trhu, je subjektem vznikajících právních vztahů a zároveň je i možným objektem nepoctivého jednání ze strany podnikatelů. Spotřebitele chápeme jako subjekt, který užívá, spotřebovává, konzumuje zakoupené zboží.¹

Z právního výkladu nalezneme v různých právních předpisech určité nuance, které jsou patrné při definici spotřebitele. Vymezení pojmu spotřebitel je definováno v §2, odst. 1., písmene a) zákona č. 634/1992 Sb. a rozumí se jím fyzická nebo právnická osoba, která nakupuje výrobky nebo užívá služby za jiným účelem než pro podnikání s těmito výrobky nebo službami. Pojem

¹ Horová, O. *Ochrana spotřebitele*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2002. 137 s. ISBN 80-245-0290-9

² Kol. autorů: *Poradce číslo 11*. Český Těšín: Porace s.r.o., 2008. 288 s. ISSN 1211-2437

³ Clemente, M., N. *Slovník marketingu*. Brno: Computer Press, 2004. 378 s. ISBN 80-251-0228-9

„spotřebitel“ tudíž zahrnuje i podnikatele, který koupí např. kancelářský nábytek nebo počítač pro svoji vlastní potřebu, pro potřebu své vlastní rodiny a domácnosti. A naopak, spotřebitelem ve smyslu daného zákona není podnikatel, který např. koupí uvedený nábytek jako vybavení podnikové kanceláře či počítač jako prostředek určený k provozu podniku². V odst. 3 §52 Občanského zákoníku je spotřebitel definován jako fyzická osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání. V komunitárním právu nalezneme definici spotřebitele v směrnici Rady 93/13/EHS o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách, kde je spotřebitel vždy popisován jako fyzická osoba.

2.2. Ochrana spotřebitele

Právní ochrana spotřebitele zahrnuje různé federální, státní i místní zákony, jejichž cílem je chránit práva spotřebitelů. Účelem těchto legislativních opatření je zajistit kvalitu spotřebního zboží a zamezit klamavé reklamě prodejců. Klíčovými cíli zákonů na ochranu spotřebitele je zajistit bezpečnost, kvalitu a účinnost spotřebních výrobků.³

Politika ochrany spotřebitele má širokou působnost a jejím prvořadým cílem je zajistit rovnováhu na trhu tím, že poskytne větší práva pro spotřebitele, jakož to osoby, která je během uzavírání smluv slabší stranou. Nelze totiž předpokládat znalost všech práv, která jsou jim přidělena v rámci platné legislativy. Dochází tím i k zlepšení kvality života všech občanů Evropské Unie, což je v souladu s obecnými cíli Společenství. Základním stavebním kamenem je ochrana zdraví, života, bezpečnosti, ale také ochrana ekonomických zájmů spotřebitelů, která jdou ruku v ruce s právem na informace, vzdělání a možnosti domáhání se svých práv.

² Kol. autorů: *Poradce číslo 11*. Český Těšín: Porace s.r.o., 2008. 288 s. ISSN 1211-2437

³ Clemente, M., N. *Slovník marketingu*. Brno: Computer Press, 2004. 378 s. ISBN 80-251-0228-9

Musíme však vycházet ze skutečnosti, že Evropský soudní dvůr považuje spotřebitele za osobou, která jedná v zásadě rozumně a pozorně, a která se dokáže zorientovat a je způsobilá k sebeurčení.⁴ Přílišná ochrana by mohla mít opačný účinek, než který byl původně zamýšlen. Přiznáním nadstandardních práv by nejen vznikla nerovnováha na trhu, ale spotřebitel by byl ve své neznalosti udržován a mohl by jí začít zneužívat. V takovém případě by spotřebitel nerozvíjel své schopnosti a nemohl by svébytně uplatňovat svá práva a zájmy. Ochrana spotřebitele musí tedy být vztažena na tzv. průměrného nebo také modelového spotřebitele.⁵

2.2.1. Státní dozorové organizace a instituce v ČR

Pro zajištění ochrany spotřebitele si jednotlivé státy, kromě legislativních opatření, vytvářejí spotřebitelské organizace, jejichž smyslem je vytvoření určité protiváhy výrobcům, prodejcům a poskytovatelům služeb. Prostřednictvím těchto organizací, které formulují požadavky spotřebitelů, se vytváří tlak i na vládu a zákonodárné orgány k přijetí a prosazování zájmů spotřebitelů.⁶

Ministerstvo průmyslu a obchodu

Přijímání zákonů souvisejících na ochranu spotřebitele se provádí v poslanecké sněmovně a senátu, avšak Ministerstvo průmyslu a obchodu je ústředním orgánem státní správy na úseku ochrany spotřebitele. Tuto působnost Ministerstvu zaručuje kompetenční zákon. Hlavním cílem spotřebitelské politiky je taková tvorba podmínek v oblasti prodeje zboží a ochrany spotřebitele, která zabezpečí rozvoj a zvýšení výkonnosti odvětví

⁴ Dausés, M., A. *Příručka hospodářského práva EU (základy vnitřního trhu, ochrana životního prostředí a ochrana spotřebitele)*. Praha: ASPI Publishing, s.r.o., 2002. 776 s. ISBN 80-86395-32-4

⁵ Ondřejová, D. *Hledisko tzv. průměrného spotřebitele v nekalé soutěži* [online]. 2009 [cit. 2010-08-22]. Dostupný z WWW: http://www.beck.cz/cz/z-nasich-casopisu/txtexpresion_ochrana+spot%c5%99ebitele/art_323/rbsearchsource_articles/hledisko-tzv-prumerneho-spotrebitel-v-nekale-soutezi.aspx

⁶ Heřman, J., a kol. *Jakost zboží*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze (J.V.Print Havířov), 1992. 135 s. ISBN 80-7079-914-5

obchodu, a to při všestranné vyváženosti tohoto rozvoje a současně zkvalitnění oblasti ochrany spotřebitele na úroveň standardu zemí Evropské Unie. Spotřebitelská politika se tak stala nedílnou součástí hospodářské politiky Ministerstva průmyslu a obchodu, které zpracovává koncepci tržního dozoru, založenou na součinnosti státních dozorových organizací a občanských spotřebitelských organizací.⁷

Ombudsman – veřejný ochránce práv

Veřejného ochránce práv je možné považovat za další formu ochrany spotřebitele, jelikož se jedná o nezávislý a nestranný státní orgán, který stojí mimo veřejnou správu, tak aby na její činnost mohl dohlížet. Hlavní náplní je ochrana před jednáním úřadů a institucí v případě, že jsou nečinné, činní kroky v rozporu s právem, nebo jejich jednání neodpovídá principům demokratického právního státu a dobré správy. Zásadou je rovné zacházení a ochrana před diskriminací.⁸

Česká obchodní inspekce

Podle §2 odst. 1 zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, tato instituce kontroluje právnické a fyzické osoby prodávající nebo dodávající výrobky a zboží na vnitřní trh, poskytující služby nebo vyvíjející jinou podobnou činnost na vnitřním trhu.

Česká obchodní inspekce kontroluje:

- a) dodržování podmínek stanovených k zabezpečení jakosti zboží nebo výrobků včetně zdravotní nezávadnosti, podmínek pro skladování a dopravu a požadavků na osobní hygienu a hygienickou nezávadnost provozu,

⁷ Horová, O. *Ochrana spotřebitele*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2002. 137 s. ISBN 80-245-0290-9

⁸ Ochrance.cz: *Veřejný ochránce práv* [online]. [cit. 2010-02-20]. Dostupný z WWW: <http://www.ochrance.cz/>

- b) zda se při prodeji zboží používají ověřená měřidla, pokud ověření podléhají, a zda používaná měřidla odpovídají zvláštním právním předpisům, technickým normám, jiným technickým předpisům, popřípadě schválenému typu,
- c) dodržování dohodnutých nebo stanovených podmínek a kvality poskytovaných služeb,
- d) dodržování ostatních podmínek stanovených zvláštními právními předpisy nebo jinými závaznými opatřeními pro provozování nebo poskytování činností uvedených v odstavci 1,
- e) zda při uvádění stanovených výrobků na trh byly podle zvláštního právního předpisu výrobky řádně opatřeny stanoveným označením, popřípadě zda k nim byl vydán či přiložen stanovený dokument, zda vlastnosti stanovených výrobků uvedených na trh odpovídají stanoveným technickým požadavkům a zda v souvislosti s označením stanoveného výrobku byly splněny i požadavky stanovené zvláštními právními předpisy,
- f) zda nedochází ke klamání spotřebitele,
- g) zda výrobky uváděné na trh jsou bezpečné,
- h) zda osoby poskytující spotřebitelský úvěr dodržují podmínky stanovené zvláštním právním předpisem.⁹

Státní zemědělská a potravinářská inspekce

SZPI kontroluje, v rámci stanovených kompetencí, potraviny, suroviny k jejich výrobě, zemědělské výrobky a tabákové výrobky. Pojetí a realizace kontroly potravin vycházejí z nové právní úpravy (zejména ze zákona č. 110/97 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích, z novely zákona č. 146/2002 Sb. o Státní zemědělské a potravinářské inspekci nebo zákona č. 552/91 Sb. o státní kontrole) a odpovídají principům kontroly potravin uplatňovaných ve státech Evropské unie. Snahou je ochrana spotřebitele před zdravotně závadnými potravinami, před potravinami, které jsou klamavě označené, s prošlým datem

⁹ Zákon č. 64/1986 Sb. o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů

použitelnosti nebo neznámého původu. Nedílnou součástí cílené kontroly jsou podmínky výroby a prodeje.¹⁰

Státní veterinární správa České republiky

Státní veterinární správa je vládní organizace, která je podřízená Ministerstvu zemědělství. Odpovídá především za celou oblast veterinární péče a veterinární ochrany v České republice. Právním základem její činnosti je zákon č. 166/1999 Sb., o veterinární péči, a zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích. Legislativa zahrnuje další zákony a nařízení, včetně zákona č. 634/1992 Sb., na ochranu spotřebitele. V oblasti ochrany spotřebitele je Státní veterinární správa hlavním dozorovým orgánem pro potraviny živočišného původu.¹¹

Orgány veřejného zdraví

K výkonu specializovaných úkonů v ochraně veřejného zdraví jsou zřízeny hygienické stanice. Pověření pracovníci hygienických stanic mají právo při plnění svých úkolů vstupovat do všech závodů, zařízení a objektů, odebírat v potřebném množství a rozsahu vzorky látek, surovin a materiálů pro vyšetření a požadovat potřebné doklady a údaje. Každý pracovník je povinen zjistit přesně a úplně skutečný stav věci a za tímto účelem si opatřit potřebné originální doklady pro rozhodnutí.¹²

2.2.2. Občanské spotřebitelské organizace

Nestátní spotřebitelské organizace se zaměřují především na podporu zvyšování informovanosti a vzdělání spotřebitelů. Vzhledem ke zkušenostem

¹⁰ Státní zemědělská a potravinářská inspekce [online]. 2002 [cit. 2010-02-17]. Dostupný z WWW: <http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1002118&docType=ART&nid=11314>

¹¹ Libánský, V., Štěpán P. *Průvodce spotřebitele Evropskou Unií*. Praha: Ministerstvo zahraničních věcí České republiky, 2001. 76 s. ISBN 80-86345-12-2/MZV ČR, ISBN 80-86506-08-8/ÚMV

¹² Horová, O. *Ochrana spotřebitele*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2002. 137 s. ISBN 80-245-0290-9

získaným zpětnou vazbou se spotřebitelem se spotřebitelské organizace podílejí také na tvorbě legislativy. Tyto organizace jsou sdruženy v Asociaci spotřebitelských organizací (ASO), což je dobrovolné sdružení, které koordinuje činnosti členských organizací na mezinárodním poli v oblasti ochrany spotřebitele.

Sdružení obrany spotřebitelů

Na více než čtyřicetileté zkušenosti spotřebitelských organizací působících v členských zemích Evropské unie, navazuje Sdružení obrany spotřebitelů České republiky (SOS). Sdružení vzniklo jako nezávislá, nezisková a nepolitická organizace již v roce 1993 v Ostravě a od roku 1999 má sídlo v Praze. Slučuje členy ze všech regionů České republiky, kde také provozuje svá SOS informační centra. Cílem sdružení je aktivně se podílet na posilování práv spotřebitele a zároveň spotřebitelům všemi dostupnými způsoby zpřístupňovat informace, které pro jejich orientaci na trhu mohou být užitečné. Postupně vytváří „Knihovnu spotřebitelských informací“, nabízí účast na besedách a seminářích, vydává časopis Štít spotřebitele. Další informace i možnost zaznamenat konkrétní zkušenosti do databáze spotřebitelských zkušeností umožňuje internetový server.¹³

Občanské sdružení spotřebitelů TEST

Toto sdružení je nezisková organizace, založená roku 1992. Prioritou sdružení se staly výrobky, jelikož za ně spotřebitelé utrácejí nejvíce peněz. Cílem je tedy poskytnout co největší množství informací, které umožní ochranu jejich ekonomických zájmů. Testy výrobků jsou publikovány na stránkách časopisu TEST, ve kterém již bylo odhaleno více než 500 nebezpečných výrobků, které ohrožovaly zdraví dětí i dospělých. Celkem bylo testováno více než 9000 výrobků.¹⁴ Důležitou vedlejší součástí jeho činností je i rozsáhlá televizní a rozhlasová publicistika o spotřebitelském poradenství. Časopis TEST

¹³ Vysekalová, J. *Psychologie spotřebitele*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2004. 284 s., ISBN 80-247-0393-9

¹⁴ Dtest.cz. *O TESTu* [online]. [cit. 2010-08-17]. Dostupný z WWW: <http://www.dtest.cz/o-testu>

byl také opakovaně hodnocen mezinárodní spotřebitelskou organizací Consumers International jako nejlepší spotřebitelský magazín ve střední a východní Evropě.¹⁵

Sdružení českých spotřebitelů

Sdružení českých spotřebitelů je občanským sdružením, které bylo založeno již v roce 1990, a proto je v České republice nejstarším sdružením, jehož hlavní náplní činnosti je hájení zájmů a práv spotřebitele. Od svého vzniku prodělalo celou řadu změn, které se týkaly jak samotné organizace, tak i změnou zaměření své činnosti a členské základny.

Základním posláním SČS je:

- hájit oprávněné zájmy a práva spotřebitelů na vnitřním trhu;
- trvale působit ve spolupráci s kontrolními a dozorovými orgány a ostatními organizacemi vhodnými formami na zvyšování jakosti výrobků a služeb spotřebitelům;
- spolupracovat s mezinárodními organizacemi pro ochranu zájmu spotřebitelů;
- spolupracovat na tvorbě právních předpisů zaměřených na ochranu spotřebitele;
- uzavírat smlouvy a dohody o spolupráci s orgány, organizacemi a občanskými sdruženími v rozsahu potřebném pro činnost Sdružení.¹⁶

APEK - Asociace pro elektronickou komerci

APEK je nevládní nezisková organizace, občanské sdružení podle zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, registrované u Ministerstva vnitra ČR. Jde o sdružení více jak 190 firem, podnikatelů a odborníků v elektronickém

¹⁵ Libánský, V., Štěpán P. *Průvodce spotřebitele Evropskou Unií*. Praha: Ministerstvo zahraničních věcí České republiky, 2001. 76 s. ISBN 80-86345-12-2/MZV ČR, ISBN 80-86506-08-8/ÚMV

¹⁶ Sdružení českých spotřebitelů [online]. 2008 [cit. 2010-02-17]. Dostupný z WWW: http://www.konzument.cz/informace_o_scs.php

obchodu. Asociace byla založena v roce 1998 jako nezávislá organizace, která podporuje rozvoj elektronického obchodu v České republice. Mezi členy APEKu patří největší české internetové obchody, přední softwarové společnosti a finanční instituce.

Tato asociace studuje elektronický obchod, vytváří určitá pravidla při tomto druhu podnikání a uděluje certifikáty těm internetovým obchodům, které splňují požadavky pro certifikaci. Takto označené obchody dodržují základní pravidla bezpečného a bezproblémového nákupu, zejména úplné a pravdivé informování o provozovateli, procesu nákupu, vyřízení objednávky a reklamací a bezproblémovou komunikaci se zákazníkem. Přináší zákazníkům internetových obchodů nové záruky a větší jistotu. Certifikace může být na úrovni I. a II. stupně.¹⁷

Obrázek č. 1: APEK Certifikovaný obchod a Česká kvalita



Zdroj: APEK (2010)

¹⁷ Asociace pro elektronickou komerci [online]. 2008, [cit. 2010-02-16]. Dostupný z WWW: <http://www.apek.cz/8459/sekce/o-asociaci/>

Obrázek č. 2: APEK Certifikovaný obchod II. stupně



Zdroj: APEK (2010)

Mezi další spotřebitelské organizace patří například:

- Spotřebitel.cz;
- Asociace občanských poraden;
- Sdružení pro bezpečnost potravin a ochranu spotřebitele;
- Síť ekologických poraden ČR;
- Centrum spotřebitelsko-podnikatelských vztahů a ochrany spotřebitele Třebíč;
- Generation Europe.

2.2.3. Evropské spotřebitelské organizace

BEUC - *Bureau Européen des Unions des Consommateurs* - je největším a nejvýznamnějším svazem evropských spotřebitelů. Je složen z nezávislých národních spotřebitelských organizací. Jeho posláním je chránit zájmy evropských spotřebitelů při tvorbě politiky EU.

AEC - *Association of European Consumers* - je svazem evropských národních spotřebitelských organizací, který se zaměřuje na zvýšení sociálního a environmentálního uvědomění.

ANEC - *European Association for the Co-ordination of Consumer Representation in Standardization* - je organizací trochu jiného druhu. Jeho záměrem je soustředit pozornost na spotřebitelskou účast v normalizaci v evropském měřítku.

Euro Coop - Členy Evropských společenství spotřebitelských organizací Euro Coop (*European Community of Consumers Cooperatives*) jsou národní spotřebitelské organizace ze 17 evropských zemí. Svým členům Euro Coop zprostředkovává informace o plánovaných změnách a novinkách v legislativě EU, o možnostech získání finančních zdrojů z prostředků EU a další užitečné informace. Pořádá také konference o otázkách, kterými se spotřebitelské organizace zabývají.

Evropská spotřebitelská poradní skupina - Evropská spotřebitelská poradní skupina vytváří fórum pro obecné diskuse o zájmech spotřebitelů, vyjadřuje se ke komunitárním záležitostem ovlivňujícím ochranu spotřebitelů. Dává Komisi rady a doporučení při formulování politik a jiných činností s dopadem na spotřebitele. Informuje Komisi o vývoji spotřebitelských politik v členských státech. Skupina se skládá z jednoho zástupce zastupující národní spotřebitelské organizace a jednoho člena z každé evropské organizace spotřebitelů. Byla vytvořena na základě rozhodnutí Komise 2003/709/ES.¹⁸

2.2.4. Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů – ADR

V prosinci roku 2007 byl schválen Projekt pro mimosoudní řešení sporů a 1. dubna 2008 byl následně spuštěn. Realizátorem se stalo Ministerstvo průmyslu a obchodu ve spolupráci s Hospodářskou komorou, Rozhodčím soudem při hospodářské komoře, zástupci spotřebitelů, Asociací mediátorů ČR,

¹⁸ MPO ČR [online]. 2005 [cit. 2010-02-16]. Dostupný z WWW: <http://www.mpo.cz/dokument9115.html>

Ministerstvem financí a Ministerstvem spravedlnosti.¹⁹ Hlavní myšlenka spočívá v poskytnutí dostatečné ochrany práv spotřebitelů, kteří se jich často vzdávají z důvodů nákladnosti a časové náročnosti klasického soudního řízení. Spotřebitelské spory navíc často nedosahují takové hodnoty, aby se poškození pouštěli do sporů soudní cestou. Projekt ADR poskytuje účinné právní mimosoudní prostředky, kterými spotřebitelé mohou svá práva uplatnit. Pro úplnost zkratka ADR pochází z anglického Alternative Dispute Resolution.²⁰

Výhody celého systému jsou nejen na straně spotřebitele, ale také na straně podnikatele. Projekt je založen na principu dobrovolnosti obou stran, ale jak již bylo řečeno, nejvýraznějším stimulem je výrazná úspora nákladů. Z časového hlediska by vyřešení spotřebitelských sporů mělo trvat do 60 dnů, ve složitějších případech pak maximálně dnů 90.²¹ Ve srovnání se soudním řízením je i tak tento proces o mnoho kratší. Podnikatelé navíc mohou získat konkurenční výhodu tím, že se k projektu oficiálně přihlásí a uveřejní tím snahu řešit případné spory mimosoudní cestou, což povede k zachování dobrých vztahů mezi oběma stranami.

Mezi typické případy těchto sporů se řadí například neuznání reklamací. Pokud se spotřebitel rozhodne řešit situaci prostřednictvím projektu ADR, pak má dvě možnosti jak začít. Tou první je navštívení stránek Ministerstva průmyslu a obchodu (www.mpo.cz), kde v sekci „Ochrana spotřebitele“ nalezne i elektronický formulář, který stačí vyplnit a odeslat. Druhou možností je navštívení kontaktního místa, kde poskytne další informace pracovník centra. Seznam těchto kontaktních míst je opět zveřejněn na stejných webových stránkách. Osoba, která podává první podnět, má právo si vybrat mezi mediací a rozhodčím řízením. Po výběru mediátora či rozhodce je následně celá

¹⁹ Česká obchodní inspekce: *Projekt mimosoudního řešení spotřebitelských sporů* [online]. 2010 [cit. 2010-08-20]. Dostupný z WWW: <http://www.coi.cz/cs/legislativa/projekt-mimosoudniho-reseni-spotrebitelskych-sporu.html>

²⁰ BusinessInfo.cz: *Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů (ADR)* [online]. 2009 [cit. 2010-08-20]. Dostupný z WWW: <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/spotrebitelska-politika/mimosoudni-reseni-spotrebitel-sporu-adr/1001146/49694/>

²¹ Sdružení obrany spotřebitelů: *Informace o systému mimosoudního řešení spotřebitelských sporů* [online]. 2006 [cit. 2010-08-20]. Dostupný z WWW: <http://www.spotrebitele.info/mimosoudni-reseni/>

záležitost v rukou zvoleného řešitele sporu. Stížnost je samozřejmě předána druhé straně, která má následně 15 dnů na vyjádření. V případě, že jedna ze stran nebude souhlasit s řešením, řízení se ukončí a poslední možností už bude pouze soudní cesta. Mediátor nesmí být nijak propojen s žádnou ze stran sporu a jeho úkolem je nestranně zohledňovat potřeby obou stran a poskytnout jim dostatečný prostor na hledání řešení. Mediační řízení je zcela bezplatné. V případě, že se strany rozhodnou řešit spor rozhodčím řízením, bude se postupovat dle zákona č. 216/1994 Sb., o rozhodčím řízení a výkon rozhodčích nálezů. Žaloba je předána Rozhodčímu soudu při Hospodářské komoře České republiky a Agrární komoře České republiky. Rozhodčí řízení končí vydáním rozhodčího nálezu, ale je již zpoplatněné a to 3% z hodnoty předmětu sporu. Nejméně se však musí zaplatit 800,-Kč.²²

O úspěšnosti projektu mimosoudního řešení sporů vypovídá i dílčí hodnocení pilotní fáze za rok 2008. Během devíti měsíců od 1. dubna 2008 do 31. prosince 2008 bylo zaznamenáno 1077 podnětů k řešení, ze kterých bylo za uvedené období uzavřeno 862 případů. Prakticky polovina případů nedošla k závěru, jelikož se protistrana buď nevyjádřila, nebo s návrhem na řešení mimosoudní cestou nesouhlasila. Z celkového počtu jich 320 nepostoupilo ani před mediátora či rozhodce, jelikož stačila informace pracovníků kontaktních míst. Mediacce byla provedena ve 49 případech a rozhodčí řízení pouze jednou. Z hlediska předmětů sporů byly nejčastější stížnosti na neuznané reklamace, dále neakceptování práva na odstoupení od smlouvy či neprovedení prací v rámci smluv o dílo.²³

²² Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů [online]. [cit. 2010-08-20]. Dostupný z WWW: <http://adr.komora.cz/Stranky/default.aspx>

²³ Ministerstvo průmyslu a obchodu: *Dílčí hodnocení pilotní fáze Projektu MPO pro mimosoudní řešení spotřebitelských sporů za rok 2008* [online]. 2009 [cit. 2010-08-20]. Dostupný z WWW: <http://www.mpo.cz/dokument57655.html>

2.3. Důvody ochrany spotřebitele

S rozvojem trhu, jeho rozšiřováním, stejně jako s nárůstem forem a nástrojů na uzavírání smluv rostl počet případů, kdy podnikatel využil svých zkušeností pro vlastní obohacení. Nárůst nespokojenosti s ochranou svých práv tak sílil, což dokumentuje i průzkum Loua Harrise, který se uskutečnil v roce 1982. Více než polovina respondentů měla pocit, že jednání, se kterým se spotřebitelé setkávají na trhu, je horší než před deseti lety. Více než tři čtvrtiny respondentů vypovědělo, že hodnota, kterou dostávají za peníze utracené za zboží a služby poklesla v uplynulých deseti letech. Tabulka č. 1 ukazuje pouze několik z mnoha spotřebitelských znepokojení, která se vztahují k jejich participaci na trhu.²⁴

Tabulka č. 1: Problémy, které trápí spotřebitele

Námět	Procenta	
	1982	1976
Vysoké ceny mnoha výrobků	67	77
Vysoká úroková sazba účtovaná za úvěr	59	x
Nízká kvalita mnoha výrobků	51	48
Nízká kvalita poprodejšího servisu a oprav	49	38
Příliš mnoho produktů, které se rozbijí nebo nefungují brzy poté, co je přinesete domů	46	35
Příliš mnoho produktů je nebezpečných	40	26
Příliš mnoho společností se nechová podle tvrzení, která mají v reklamě	39	44
Matoucí balení nebo označení	39	34
Selhání společností při rádném vedení stížností	39	29

²⁴ Mowen, J., C. *Consumer behavior*. New York: Macmillan Publishing Company, 1987. 687s. ISBN 0-02-384590-2

Neoprávněné garance nebo oprávnění	36	30
Potíže při získávání potřebného úvěru	18	x
<i>Počet dotazovaných v průzkumu</i>	<i>1252</i>	<i>1510</i>

Zdroj: Mowen, J., C., *Consumer Behavior*, 1987

O dvacet let později průzkum prováděný Evropskou unií ukázal na přetrvávající nedostatek důvěry spotřebitelů ve svou ochranu, což potvrdily i zkušenosti nevládních spotřebitelských organizací. Pokračovaly problémy s vyřizováním reklamací, lhostejný, přezíraví či odmítavý postoj prodavačů ke stížnostem spotřebitelů. Nedůvěra se tedy prokázala jako opodstatněná. Dalším poznatkem výzkumu byl význam spotřebitelských organizací, které spotřebitelé považují za důležitý nástroj své ochrany.²⁵

2.4. Práva spotřebitele

Moderní spotřebitelské hnutí bylo zahájeno vyjmenováním čtyř práv spotřebitelů prezidentem Johnem F. Kennedym v roce 1962. Tato práva jsou právo na bezpečnost, právo být informován, právo na nápravu a vyslyšení a právo na výběr. Mnoho dodatečných parlamentních zákonů bylo navrženo pro podporu ochrany těchto práv.²⁶

V současné době je deklarováno Mezinárodní organizací spotřebitelů – Consumers International – 8 práv spotřebitelů.

1. Právo na bezpečnost

Spotřebitel má právo, aby výrobky a služby, které jsou mu na trhu poskytovány, byly bezpečné a neohrožily jeho zdraví a bezpečnost.

(Týká se to především kosmetických výrobků, hraček, elektrospotřebičů,

²⁵ Vysekalová, J. *Psychologie spotřebitele*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2004. 284 s. ISBN 80-247-0393-9

²⁶ Mowen, J., C. *Consumer behavior*. New York: Macmillan Publishing Company, 1987. 687s. ISBN 0-02-384590-2

obuvi, potravin atd.) To znamená, že je třeba stanovit základní bezpečnostní požadavky na výrobky a legislativní ochranu spotřebitele proti fyzickým škodám.

2. Právo na volný výběr

Toto právo má spotřebiteli zajistit volný výběr v požadované jakosti, za ekonomicky přijatelnou cenu. V případě, že na trhu působí monopolní výrobce, musí stát zajistit, aby zboží bylo nabízeno za přijatelnou cenu a v přijatelné kvalitě.

3. Právo na odškodnění

Spotřebitelé mají právo na náhradu za vadné výrobky a za škody zaviněné užívaným zbožím nebo službami, k tomu musí být vytvořeny jednoduché, přístupné a rychlé postupy pro řešení stížností a reklamací.

4. Právo na informace

Spotřebitel má právo na objektivní a věrohodné informace o vlastnostech výrobku, o bezpečném užívání výrobku, o možných vedlejších účincích, o nebezpečí, jež by mohlo vzniknout při používání výrobku, o výkonech a také o jeho ceně.

5. Právo na vzdělání

Stát má vytvářet podmínky pro neustálé vzdělávání spotřebitelů, aby se spotřebitel mohl stát zkušeným a racionálně se rozhodujícím spotřebitelem. Výchovné programy by měly být zaměřeny na informace o udržování zdraví, o správné výživě a možné prevenci chorob, na výchovu spotřebitelských poradců a na další potřebné informace pro spotřebitele.

6. Právo na základní potřeby

Spotřebitel má právo na přístup k základním druhům zboží a služeb, na uspokojení základních potřeb nutných pro přežití jako přiměřená výživa, bydlení, ošacení, vzdělání, zdravotní péče, doprava atd.

7. Právo na zdravé životní prostředí

Výrobky a služby nesmí ohrozit životní prostředí v průběhu výroby, užití a ani v procesu likvidace. Spotřebitel má právo na životní prostředí, které ho neohrožuje a umožňuje mu zdravý a důstojný život.

8. Právo na zastupování

Dle tohoto práva mohou občanské spotřebitelské organizace chránit zájmy spotřebitelů vůči distributorům, dovozcům a výrobcům. Spotřebitelské poradní výbory pak chrání zájmy spotřebitelů vůči státním institucím. Toto právo také umožňuje spotřebitelům sdružovat se v dobrovolných spotřebitelských organizacích a hnutích, která mohou ovlivňovat politiku vlády v jejich prospěch. Zástupci spotřebitelů musí mít možnost být přítomni při rozhodovacích a schvalovacích procesech, při přijímání legislativních pravidel, která se týkají zájmů spotřebitele na místní, národní i mezinárodní úrovni.²⁷

2.5. Povinnosti spotřebitele

S právy vyjmenovanými výše souvisí také i určité povinnosti, které se týkají samotného spotřebitele a jeho spotřebního chování.

Tabulka č. 2: Práva a povinnosti spotřebitelů

Právo spotřebitelů na:	Povinnosti spotřebitelů:
Bezpečnost	Zájem o zdraví

²⁷ Horová, O. *Ochrana spotřebitele*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2002. 137 s. ISBN 80-245-0290-9

Výběr	Odpovědné rozhodování
Odškodnění	Uplatnění nároku na odškodnění
Informace	Zájem o informace a práce s nimi
Vzdělání	Vzdělávat se
Zastupování	Aktivní účast v ochraně spotřebitele
Základní potřeby	Uplatňovat nárok na základní potřeby
Zdravé životní prostředí	Dodržování ekologických pravidel

Zdroj: Horová, O., Ochrana spotřebitele, 2002

Zájem o zdraví = spotřebitel se musí aktivně zajímat o své zdraví a především musí klást důraz na prevenci.

Odpovědné rozhodování = spotřebitel musí být opatrnější v otázkách ceny a kvality zboží, musí k rozhodování a výběru zboží přistupovat až po zralé a koické úvaze.

Uplatnění nároku na odškodnění = spotřebitel si především musí být vědom svých práv, musí je sám prosazovat a uplatňovat nárok na odškodnění aktivním způsobem.

Zájem o informace a práce s nimi = spotřebitel musí aktivně vyhledávat informace, pracovat s nimi a posuzovat jejich pravdivost a objektivitu.

Vzdělávat se = spotřebitel se musí neustále vzdělávat, seznamovat se s novými poznatky, legislativou atd.

Aktivní účast v ochraně spotřebitele = spotřebitelé musí prosazovat a chránit své zájmy společně, například prostřednictvím nezávislých spotřebitelských organizací.

Uplatňovat nárok na základní potřeby = tento aspekt se týká především skupin sociálně slabších.

Dodržování ekologických pravidel = spotřebitel si musí uvědomovat dopad spotřeby na životní prostředí, uznat osobní a společenskou povinnost, uchovat

přírodní zdroje a chránit Zemi pro budoucí generace.²⁸

2.6. Elektronický obchod

Elektronickým obchodem se nazývá realizace obchodních procesů, která se uskutečňuje zcela nebo jen z části prostřednictvím elektronických komunikačních prostředků, zejména prostřednictvím internetu. Pojem elektronický obchod se však nerovná pojmu internetový obchod, jak se často chybně uvádí. Elektronický obchod využívá vedle internetu celou řadu dalších technologií, například hlasové a datové služby telefonních sítí, sítí VAN, atp.

Je to tedy forma obchodování, která je prováděna elektronicky, tj. prostřednictvím telekomunikačních sítí.²⁹

Pokud se podnik zapojí do elektronického obchodu, získá tím nepochybně řadu výhod. V praxi pak bude využívat informačních dálnic pro všechny obchodní transakce. Odpadne složité vyřizování a uskladňování všech papírových dokladů a jejich archiv se stane mnohem přehlednější. Pro obchodní partnery bude styk mnohem rychlejší s možností okamžité odezvy, čímž se sníží časové ztráty způsobené dosavadním předáváním papírových dokladů. Zároveň se zlepšením služeb se sníží i administrativní náklady spojené s pracovními výkony, náklady za materiál a potřebné prostory. Ušetření financí vede také ke zvýšení konkurenceschopnosti podniku na trhu.³⁰

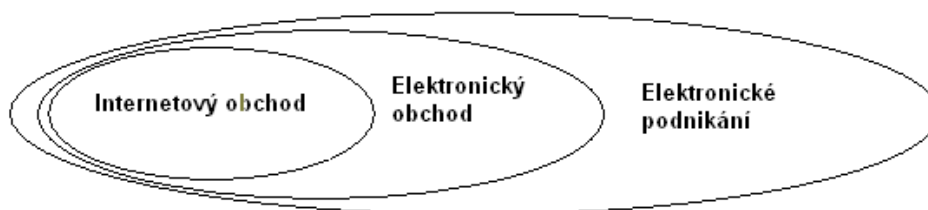
Internetový obchod je součástí obchodu elektronického. Elektronický obchod, Electronic commerce (e-commerce) je součástí širší oblasti elektronického podnikání Electronic Business (e-business). To znamená využití elektronických komunikačních prostředků ve všech aspektech podnikatelské činnosti. Pro lepší představivost je přiloženo i následující schéma.

²⁸ Horová, O. *Ochrana spotřebitele*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2002. 137 s. ISBN 80-245-0290-9

²⁹ Kol. autorů. *Obchod, jakost a finance v podnicích – determinanty konkurenceschopnosti II*. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2003. 231 s. ISBN 80-213-1048-0

³⁰ Kol. autorů. *Elektronický obchod a EDI*. Brno: UNIS publishing, s.r.o., 1996. 216 s.

Schéma č.1: Vzájemné vztahy pojmů internetového obchodu, el. obchodu a el. podnikání:



Zdroj: Kol. autorů, *Obchod, jakost a finance v podnicích – determinanty konkurenceschopnosti II*, 2003

Elektronický obchod se dle komunikujících subjektů člení do několika oblastí:

- Business to Business (B2B): vztahy mezi podnikatelskými subjekty
- Business to Consumer (B2C): podnikatelský subjekt a konečný spotřebitel
- Business to Government (B2B): podnikatelský subjekt a státní organizace
- Consumer to Consumer (C2C): komunikace mezi konečnými spotřebiteli³¹

Elektronický obchod můžeme chápat v širším a užším pojetí. Užší pojetí zahrnuje především tvorbu poptávky. To znamená reklamu, marketing, vlastní prodej, dodávku, platbu a poskytování dalších služeb. V tomto případě jsou

³¹ Kol. autorů. *Obchod, jakost a finance v podnicích – determinanty konkurenceschopnosti II*. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2003. 231 s. ISBN 80-213-1048-0

elektronické nástroje využity z hlediska podpory a realizace obchodních vztahů. V širším pojetí elektronické nástroje zahrnují kromě výše uvedeného i vlastní činnosti podnikatele, do kterých řadíme výzkum, vývoj a výrobu. Dále zde můžeme přidat i zásobování materiálem a díly, logistiku, administrativu, vedení účetnictví, ale i finanční služby jako jsou úvěry, leasing bankovní produkty, pojištění a podobně.

Jelikož elektronický obchod zásadně mění formu komunikace mezi dvěma subjekty, bylo třeba tuto změnu nějakým způsobem promítnout i v české legislativě. Byly přijaty některé nové zákony, ale zákonodárce šel především cestou úpravy zákonů stávajících, tak aby se vyhovělo novým podmínkám při využívání elektronických prostředků. Novými právními předpisy jsou:

- zákon č. 101/2000 Sb. o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů ze dne 4.4. 2000;
- zákon č. 116/2000 Sb., kterým se mění některé zákony na ochranu průmyslového vlastnictví ze dne 6.4. 2000;
- zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů / autorský zákon) ze dne 7. 4. 2000;
- zákon č. 227/2000 Sb. o elektronickém podpisu a o změně některých dalších zákonů ze dne 29.6. 2000;
- zákon č. 367/2000 Sb., kterým se mění zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů a některé další zákony ze dne 14.9. 2000;
- zákon č. 370/2000 Sb., kterým se mění zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník ve znění pozdějších předpisů a některé další zákony ze dne 25.10.2000.³²

³² Smejkal, V. *Internet a §§§*. Praha: Grada Publishing, spol. s r.o., 2001. 284 s. ISBN 80-247-0058-1

2.7. Internetové obchodování

To co pravděpodobně nejvíce odlišuje ekonomiku nového tisíciletí od minulosti, je posun moci z výrobců na jejich zákazníky, kteří dnes ovládají trhy. Ti mohou požadovat nejvyšší jakost výrobků, nejlepší služby a nejnižší ceny. Mimo jiné požadují, aby se vše přizpůsobovalo jejich přáním, a to co nejrychleji. Internet umožňuje reálně obchodovat v celosvětovém měřítku. Podnikatelé mohou opravdu od základu přetvářet způsob fungování firem, aby tak poskytlí zákazníkům to, co potřebují a požadují. Nejedná se již o konkurenci mezi malými a velkými firmami, ale o konkurenci mezi firmami rychlými a pomalými. Internetové obchodování typu „firma spotřebitel“ získalo zájem světa v průběhu devadesátých let, ale analytici předpovídají, že vliv internetového obchodování typu B2B („firma firmě“) bude ještě mnohokrát vyšší.³³

Úspěch závisí na respektování faktu, že marketingový mix firmy prodávající přes internet je specifický. Můžeme tu hovořit o následujících pěti „P“: product, price, pages, payment, promotion (produkt, cena, stránky, platba, propagace).³⁴

Internetový obchod je ve své podstatě aplikace provozovaná na straně serveru, ke které uživatel (kupující) přistupuje prostřednictvím WWW prohlížeče (browseru).

Typický obchod je tvořen katalogem, v němž je možné si vybírat jednotlivé položky. Každá z nich obsahuje detaily. Když si zákazník vybere to, co chce koupit, nastane placení. Ve většině případů je při nakupování vyžadována registrace pro zjednodušení komunikace s obchodem, tak aby kupující nemusel vícekrát zadávat údaje a pro ověření identity zákazníka. Nákupní košík, který se často objevuje, je vlastně souhrnná objednávka vybraného zboží. Ta se pak u virtuální pokladny potvrdí a pokud obchod

³³ Sculley, B., A., Woods, W., W., A. *B2B internetová tržiště, revoluce v obchodování mezi firmami*. Praha: Grada Publishing, spol. s r.o., 2001. 192 s. ISBN 80-247-0081-6

³⁴ Heriban, R. *Sborník příspěvků, Obchodovanie na internete*. České Budějovice: JCU v Českých Budějovicích, ZF, 1999. 210 s. ISBN 80-7040-381-0

podporuje přímou komunikaci s bankou, respektive její aplikací přímého bankovníctví, zaplatí. Jsou ale možné i jiné způsoby placení. Objednané zboží je zasláno na dobírku poštou, nebo kurýrní službou, nebo je zákazník inkasován při potvrzení objednávky pomocí přímé platby. Druhá metoda je pro uživatele výhodná tehdy, když si kupuje službu, kterou může začít ihned využívat.³⁵

³⁵ Kol. autorů. *Obchod, jakost a finance v podnicích – determinanty konkurenceschopnosti II*. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2003. 231 s. ISBN 80-213-1048-0

3. Ochrana spotřebitele při internetovém obchodování v praxi

3.1. Prameny práva

Vzhledem k tomu, že při kontraktaci na internetu se může spotřebitel snadno dostat za hranice českého kyberprostoru, je třeba si uvědomit oblasti práv, do kterých se dostává. S tím se pojí i několik otázek ohledně příslušnosti soudů a působnosti jejich rozhodnutí. Proto rozeznáváme tři různé zdroje legislativy, kterými jsou právo tuzemské, mezinárodní a právo komunitární. Posledně jmenované jsme akceptovali naším vstupem do Evropské unie přijetím *acquis communautaire*.

3.1.1. Vnitrostátní úprava

Nejdůležitějším právním předpisem, který upravuje spotřebitelské smlouvy uzavírané pomocí internetu je Občanský zákoník. Konkrétně jde o §53 a násl., kde jsou distanční smlouvy upraveny. Tento paragraf je výsledkem zákona č. 367/2000 Sb., kterým se změnil zákon č. 40/1964 Sb. Zákon z roku 2000 je vyústěním snahy o implementaci tří směrnic Evropského společenství do českého právního řádu a jejich koordinaci. Jedná se o:

- směrnice Rady č. 85/577/EHS o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory;
- směrnice Rady č. 93/13/EHS o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách;

- směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 97/7/ES o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených na dálku.³⁶

Je nutno zmínit, že závazkové vztahy se mohou řídit také Obchodním zákoníkem v případě, že se na tom obě strany dohodnou. Dle §262 odst. 1 je ovšem takováto dohoda neplatná, pokud směřuje ke zhoršení právního postavení účastníka smlouvy, který není podnikatelem.³⁷ Zákon tedy jednoznačně dává spotřebiteli práva, jichž se nemůže zříci. V takovém případě by se uplatnila platná úprava Občanského zákoníku. Podobná dohoda navíc podle odstavce 2 musí vždy mít písemnou formu.

Právní ochrana je prováděna na dvou úrovních, které se navzájem prolínají. Principy jsou však naprosto rozdílné. Řeč je o soukromoprávním a veřejnoprávním právu. Soukromoprávní ochrana je někdy nazývána ochranou následnou, neboli až po skutečném porušení práv. Tato ochrana se týká konkrétních jednotlivců, jejichž práva byla porušena. Na samotných poškozených záleží, zda se budou svých práv domáhat soudní cestou či nikoli. Hlavním orgánem v právu soukromoprávním je soud, nicméně u spotřebitelských smluv většinou nejde o velké částky a často se stává, že poškozený se raději svých práv vzdá, než aby podstupoval náročné a hlavně zdlouhavé soudní jednání. Ochrana veřejnoprávní takovouto iniciativu od spotřebitelů nevyžaduje. Je mnohem méně náročná a reguluje jevy, které se dotýkají všech občanů. Sankce vycházejí od státního orgánu a pouze z vůle tohoto orgánu. Tento systém má samozřejmě i své výhody a nevýhody. Mezi nevýhody patří zejména nemožnost spotřebitelů zasahovat do tohoto procesu. Na druhou stranu je správní řízení na rozdíl od soudního mnohem rychlejší. Ochrana je prováděna spíše na úrovni preventivní. Sankce za porušení

³⁶ Pipková, H. *Ochrana spotřebitele ve vztahu ke komunitárnímu právu* [online]. 2005 [cit-2010-08-17]. Dostupný z WWW: http://pravniradce.ihned.cz/c4-10078260-16736570-F00000_d-ochrana-spotrebitele-ve-vztahu-ke-komunitarnimu-pravu

³⁷ §262 odst. 1 zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů

veřejného práva ale nejsou až takovou výjimkou. V praxi se můžeme setkat se zákazy prodeje, odejmutí živnostenského oprávnění či pokuty za přestupky.³⁸

3.1.1.1. Spotřebitelské distanční smlouvy

Spotřebitelským smlouvám obecně se věnuje Hlava pátá Občanského zákoníku. Jmenovitě jde o §52 - §57. Samotné rozložení obsahů jednotlivých paragrafů je dle mého názoru poněkud nesouvislé. Mezi problematiku upravenou zmíněnou částí zákoníku patří především smlouvy uzavírané pomocí prostředky komunikace na dálku v §53 - §54 a dále smlouvy uzavřené mimo prostory obvyklé k podnikání v §57. Obecná úprava byla rozložena do §52 a pokračuje až §55 - §56. Systematičnost je tedy poněkud zavádějící. I když jde pouze o kosmetickou úpravu, tak větší přehlednost by jistě pomohla v již tak rozsáhlé legislativě. Vždyť právě smysl úpravy spotřebitelských smluv je ve zjednodušení a usnadnění komunikace mezi spotřebitelem a dodavatelem.

Na první pohled by se mohlo zdát, že Hlava pátá Občanského zákoníku zakládá nový typ smluv. Opak je ale pravdou. Spotřebitelské smlouvy pouze vymezují nový smluvní charakter jednotlivých smluv. Z hlediska praxe se samozřejmě bude nejčastěji vztahovat na smlouvy kupní. Nicméně její působnost je daleko větší. Důležité je zachovat vztah spotřebitel – dodavatel, z čehož vyplývá, že tato zákonná úprava je použitelná i v případě smluv o dílo, o úschově či smluv příkazních atd. Distanční smlouvy jsou tedy součástí úpravy smluv spotřebitelských. Tento fakt má za následek, že níže uvedenou zvýšenou ochranu spotřebitele není možné aplikovat do kontraktů v prostředí B2B. V případě uskutečnění nákupů přes internetový obchod, který je realizován zaměstnancem pod hlavičkou podniku, je §53 a násl. nepoužitelný.

Může se zdát, že jde o jednostranné zvýhodnění práv jedné strany v procesu kontraktace touto cestou. Myslím si ovšem, že zvýšená ochrana

³⁸ Horová, O. *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2006. 186 s. ISBN 80-245-1106-1

spotřebitele paradoxně napomáhá i prodávajícímu. Pod dojmem síly svých práv je uživatel prostředků komunikace na dálku daleko svolněji k nákupům zejména po internetu a nebojí se využívat nových technologií, jejichž přínos a výhody jsou patrné. Za nejdůležitější právo považuji odstavec 6 §53 Občanského zákoníku, který praví, že byla-li smlouva uzavřena při použití prostředků komunikace na dálku, má spotřebitel právo od smlouvy odstoupit do 14 kalendářních dnů od převzetí plnění. V případě, že dodavatel nepředal spotřebiteli zákonem stanovené informace, činí tato lhůta pro odstoupení 3 měsíce od převzetí plnění. Jestliže jsou informace předány v průběhu lhůty, dochází k ukončení tříměsíční lhůty a počíná od té doby běžet obvyklých 14 dnů na odstoupení od smlouvy.³⁹ Vedle obecných informací, které musí smlouva splňovat, jsou zde vyjmenovány i specifické informační požadavky na smlouvy uzavírané v režimu distančních smluv. Tyto informace musí být poskytnuty určitým a srozumitelným způsobem s přihlédnutím k zásadám dobré víry a k ochraně osob, zejména nezletilých a spotřebitelů. Informace dle předchozího ustanovení lze rozdělit na dvě skupiny a to podle doby, kdy musí být s nimi druhá strana seznámena.⁴⁰ S dostatečným předstihem před uzavřením smlouvy musí být poskytnuty tyto informace:

- a) obchodní jméno a identifikační číslo dodavatele, sídlo právnické osoby a bydliště v případě fyzické osoby,
- b) název a hlavní charakteristiky zboží nebo služeb,
- c) cena zboží nebo služeb včetně všech poplatků,
- d) náklady na dodání,
- e) způsob platby, dodání nebo plnění,
- f) poučení o právu na odstoupení,
- g) náklady na použití komunikačních prostředků na dálku,
- h) doba, po kterou zůstává nabídka nebo cena v platnosti.⁴¹

³⁹ §53 odst. 6 Občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů

⁴⁰ Smejkal, V. *Internet a §§§*. Praha: Grada Publishing, spol. s r.o., 2001. 284 s. ISBN 80-247-0058-1

⁴¹ §53 odst. 4 Občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů

Definici dostatečného předstihu zákon neupravuje, nicméně z logiky věci půjde zřejmě o lhůtu, kdy spotřebitel bude moci s rozmyslem a v dostatečném čase uvážit eventuelní uzavření smlouvy. V případě elektronického obchodování prostřednictvím webových stránek tak bude očividně muset učinit pokaždé, jelikož dodavatel nemůže vědět, zda a který zákazník smlouvu uzavře.⁴²

Druhým typem informací jsou ty, které musí být předány spotřebiteli písemně, nejpozději však před plněním smlouvy. Dle odstavce 5 se jedná o tyto informace:

- a) obchodní jméno a identifikační číslo dodavatele, sídlo právnické osoby a bydliště v případě fyzické osoby,
- b) informace o podmínkách a postupech pro uplatnění práva odstoupit od smlouvy,
- c) informace o službách po prodeji a o zárukách,
- d) podmínky pro zrušení smlouvy, pokud není určena doba platnosti nebo platnost je delší než 1 rok.⁴³

V případě nesplnění informační povinnosti dle výše uvedeného výčtu má spotřebitel právo v zákonem dané lhůtě odstoupit od smlouvy, která začíná běžet ode dne, kdy bylo dodáno zboží. U služeb lhůta běží od okamžiku uzavření smlouvy. Tato úprava ale bohužel neobsahuje žádnou klauzuli o úhradě nákladů za zpětné odeslání zboží. Právo sice dodavateli negarantuje žádat na spotřebiteli uhrazení nákladů vniklých z vypovězení smlouvy, ale na druhou stranu nic podobného nezakazuje. Ustanovení tohoto tématu by určitě přispělo k vyjasnění oboustranných práv a povinností.⁴⁴ To se ovšem nevztahuje na situaci, kdy dodavatel spotřebiteli poskytuje plnění bez jeho předešlé objednávky. V takovém případě spotřebitel není povinen plnění vrátit a ani o tom odeslat vyrozumění. Naopak zákon pamatuje i na situace, kdy by

⁴² Kočí, R. *Spotřebitelské smlouvy* [online]. 2005 [cit. 2010-08-17]. Dostupný z WWW: <http://obcanske.juristic.cz/69897/>

⁴³ §53 odst. 6 Občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů

⁴⁴ Smejkal, L. *Distanční smlouvy a ochrana spotřebitele v informační společnosti* [online]. 2001 [cit. 2010-02-17]. Dostupný z WWW: http://www.europeum.org/disp_article.php?aid=407

odstoupení od smlouvy bylo nespravedlivé a výhoda spotřebitele neopodstatněná. Je nepřijatelné odstoupení od smlouvy:

- a) na poskytnutí služeb, jestliže s jejich plněním bylo s jeho souhlasem započato před uplynutím lhůty 14 dnů od převzetí plnění,
- b) na dodávku zboží nebo služeb, jejichž cena závisí na výchylných finančního trhu nezávisle na vůli dodavatele,
- c) na dodávku zboží upraveného podle přání spotřebitele nebo pro jeho osobu, jakož i zboží, které podléhá rychlé zkáze, opotřebení nebo zstarání,
- d) na dodávku audio a video nahrávek a počítačových programů, porušil-li spotřebitel jejich originální obal,
- e) na dodávku novin, periodik a časopisů,
- f) spočívajících ve hře nebo loterii.⁴⁵

Zákon také pamatuje na smlouvy, kterých se ustanovení dle §53 o spotřebitelských distančních smlouvách netýká. Jedná se o případy, kdy je použita speciální právní úprava jako u smluv o finančních službách. Dále jde o smlouvy, kdy je částka příliš vysoká, což by mohlo způsobovat kolize při uplatnění práv dle odstavce 6. Typicky jsou to dražby, či smlouvy uzavírané na výstavbu, prodej nemovitosti nebo týkající se jiných práv k nemovitostem. Výrazné potíže s určením subjektů by nastalo i u smluv, které jsou realizovány prostřednictvím prodejních automatů, automatizovaných obchodních provozoven nebo uzavírané veřejně dostupnými telefony. V neposlední řadě se výše uvedená ustanovení z důvodů nereálného uplatnění nevztahují ani na dodávku potravin, nápojů nebo jiného zboží běžné spotřeby dodávaného stálými doručovateli a smlouvy o ubytování, dopravě, stravování nebo využití volného času, pokud dodavatel poskytuje tato plnění v určeném termínu nebo době. Všechny tyto výjimky jsou taxativně vyjmenovány v §54 Občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů.

⁴⁵ §53 odst. 7 Občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů

Pro úplnost rozboru úpravy spotřebitelských distančních smluv je zapotřebí zmínit, co si pod pojmem prostředky komunikace na dálku lze představit. Tyto smlouvy jsou uskutečňovány bez fyzické přítomnosti stran s výjimkou písemného styku, takže výčet dle zákona zahrnuje zejména neadresovaný tisk, adresovaný tisk, typový dopis, reklama v tisku s objednávkovým tiskopisem, katalog, telefon s (lidskou) obsluhou, telefon bez (lidské) obsluhy (automatický volací přístroj, audiotext), rozhlas, videotelefon (telefon s obrazovkou), videotext (mikropočítač a televizní obrazovka), elektronická pošta, faxový přístroj, televize (televizní nákup, teleshopping).⁴⁶ Tento seznam není uzavřen, nýbrž jde pouze o příkladný výčet možností, které lze pro takovéto účely použít. Z tohoto důvodu zde budete marně hledat především webovou stránku, která slouží jako jeden z nejčastějších způsobů uzavírání distančních kontraktů.⁴⁷

Závěrem této kapitoly bych ještě zmínil problematiku kontrahentů v souvislosti s těmito spotřebitelskými smlouvami. I přes určité diference mezi definicí spotřebitele v Občanském a Obchodním zákoníku je tento subjekt určen celkem jednoznačně. Jde o adresáta výrobků či služeb za účelem osobní spotřeby. Na druhé straně smlouvy je pak v §52 zmíněn pouze dodavatel, což je osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy jedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti. S tímto nelze než souhlasit. Ovšem Občanský zákoník při úpravě kupní smlouvy hovoří o prodávajícím a kupujícím. Ze vzájemných práv a povinností je pak jasné, že uzavřením smlouvy dochází k převodu vlastnického práva daného předmětu. Kupující musí zaplatit dohodnutou cenu a prodávající předat smlouvenou věc ve stanovené kvalitě a množství. Prodávající ale nemusí vždy být shodný s dodavatelem, jelikož dodavatel nemusí nutně mít vlastnický vztah k prodávané věci na rozdíl od prodávajícího. Dodavatel pak může pouze zprostředkovat předání předmětu

⁴⁶ Bičovský, J., Fiala, J., Holub, M. *Občanský zákoník. Poznámkové vydání s judikaturou a novou literaturou. 7. Doplněné vydání.* Praha: Linde Praha a.s., 2000. 175 s., ISBN 80-7201-249-5

⁴⁷ Smejkal, L. *Distanční smlouvy a ochrana spotřebitele v informační společnosti* [online]. 2001 [cit. 2010-02-17]. Dostupný z WWW: http://www.europeum.org/disp_article.php?aid=407

smlouvy.⁴⁸ V praxi pak prodávající může namítat, že se na něj ustanovení o spotřebitelských smlouvách nevztahují.

3.1.1.2. Cíle spotřebitelské politiky

Právní ochrana spotřebitelů je zajišťována celým komplexem právních předpisů, které mají různou sílu z hlediska práva jak v oblasti veřejnoprávní úpravy, tak v oblasti práva soukromého. Stejně jako u všech ostatních právních předpisů je i pro ochranu spotřebitele základním pramenem Ústava České republiky, jejíž neoddělitelnou součástí je i Listina základních práv a svobod. Ústavní pořádek je prostřednictvím těchto dvou základních předpisů postupně vytvářený moderní systém právní ochrany spotřebitele. Jedná se zejména o tato ústavní práva:

- a) právo na svobodnou volbu povolání a přípravu k němu, jakož i právo podnikat a provozovat jinou hospodářskou činnost,
- b) právo svobodně se sdružovat s jinými, zejména se sdružovat na ochranu svých hospodářských a sociálních zájmů,
- c) právo na ochranu zdraví,
- d) právo na příznivé životní prostředí,
- e) právo na soudní ochranu.⁴⁹

První koncepce spotřebitelské politiky vznikla z důvodů snahy o vstup do Evropské unie na základě harmonizačních opatření vedoucích k dosažení plného přizpůsobení České republiky systému ochrany spotřebitele Společenství. První koncepce byla vypracována na roky 1999 a 2000. Měla za úkol vyřešit aktuální problémy pomocí krátkodobých cílů. Tyto koordinační kroky byly zachovány i v následující koncepci, která byla sjednána s ohledem na střednědobý horizont v období let 2001 – 2005. Návaznost na úspěchy

⁴⁸ Brodec, J. *Spotřebitelské e-smlouvy* [online]. 2004 [cit. 2010-08-20]. Dostupný z WWW: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=208030>

⁴⁹ Janků, M., a kol. *Základy práva pro posluchače neprávnických fakult*. Praha: C.H. Beck, 2004. 502 s. ISBN 80-7179-883-5

počáteční koncepce byla prioritou a mezi cíle v této pětiletce patřila nejenom ochrana života, zdraví a ekonomických zájmů obyvatel, ale jedním z šesti bodů byl i závazek podílet se na vytváření důvěry v elektronický trh a v jeho vývoj.

V současnosti platí Koncepce spotřebitelské politiky na léta 2006 až 2010, kterou schválila vláda 4. ledna 2006. Samozřejmou záležitostí je pokračování v zajištění bezpečnosti zdraví spotřebitelů, ochranu ekonomických zájmů, podpora vzdělávání a informování spotřebitelské společnosti, podporu činnosti nevládních spotřebitelských organizací, stejně jako podpora samoregulativních aktivit ze strany podnikatelských subjektů. Novinkou oproti minulým koncepcím se staly nejen úkoly legislativní i nelegislativní pro orgány státní správy, ale především zajištění vymáhání práv spotřebitelů ze strany státních dozorových orgánů. Byly také vytvořeny základy pro úplně nový systém mimosoudního řešení spotřebitelských sporů.⁵⁰

3.1.1.3. Česká právní úprava ochrany spotřebitele

Politika ochrany spotřebitele je v rámci komplexnosti promítnuta i v dalších předpisech, které se více či méně dotýkají této problematiky. Z tohoto důvodu odkazují i na další zákony obecné či speciální povahy:

a) Obecné právní předpisy:

- ústavní zákon č.1/1993 Sb., Ústava České republiky, ve znění pozdějších předpisů
- usnesení předsednictva ČNR č. 2/1993 Sb., o vyhlášení Listiny základních práv a svobod, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů

⁵⁰ MPO ČR [online]. 2006 [cit. 2010-02-16]. Dostupný z WWW: <http://www.mpo.cz/dokument5712.html>

- zákon č. 143/1991 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, ve znění pozdějších předpisů

b) Právní předpisy upravující problematiku ochrany spotřebitele

- zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 59/1998 Sb., o odpovědnosti za škodu způsobenou vadou výrobku, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 321/2001 Sb., o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky, v platném znění
- zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků, v platném znění
- zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, v platném znění;
- zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci, v platném znění
- zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 570/1991 Sb., o živnostenských úřadech, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 273/1996 Sb., o působnosti Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, ve znění pozdějších předpisů

3.1.2. Evropská úprava

Ještě před tím než Česká republika 1. května 2004 spolu s dalšími devíti státy vstoupila do Evropské unie, musela svoji legislativní úpravu harmonizovat s právem Evropského společenství, což bylo jednou ze základních podmínek přijetí nových členských států. Vnitřní trh je s výjimkami založený na volném pohybu osob, zboží, služeb a kapitálu. Dovoz a vývoz byl oproštěn od zbytečných administrativních omezení stejně jako od cel. Přeshraniční nakupování se v tomto důsledku stává stále důležitější, k čemuž přispívá i zvyšující se zájem o uzavírání kupních smluv prostřednictvím nových technologií. V komunitárním právu rozlišujeme primární a sekundární právní úpravu, přičemž důležité předpisy nalezneme především v sekundárním právu. Primární právo se ochranou spotřebitele začalo zabírat až Smlouvou o Evropské unii z roku 1992, kdy byla do SES vložena Hlava XI "Ochrana spotřebitele". Nicméně toto ustanovení se skládalo z jediného předpisu čl. 153 SES, kde je řečeno, že Rada pouze přispívá k dosažení vysoké úrovně ochrany spotřebitele.⁵¹ Některé změny byly včleněny do primárního práva Amsterodamskou smlouvou, čímž se politika ochrany spotřebitele jako taková zakotvila v komunitárním právu. Jde tedy stále o politiku relativně mladou, která by měla přispívat k vysoké úrovni ochrany pomocí harmonizačních opatření, která dotvářejí strukturu vnitřního trhu a doplňují politiku členských států v oblasti ochrany zdraví, bezpečnosti a hospodářských zájmů spotřebitelů. Členské státy mohou přijmout i přísnější opatření, než jaká vyplývají z činnosti Společenství, pokud jsou slučitelná s právem ES a notifikována Komisí.⁵²

Na úrovni Společenství je právní úprava realizována formou harmonizačních směrnic, které jsou sice rozsáhlé, ale dávají členským státům značnou volnost pro vlastní úpravu. Vznikají tak rozdíly mezi právy jednotlivých zemí, které ústí v uplatňování výjimek z obecného zákazu omezování pohybu

⁵¹ Dausies, M., A. *Příručka hospodářského práva EU (základy vnitřního trhu, ochrana životního prostředí a ochrana spotřebitele)*. Praha: ASPI Publishing, s.r.o., 2002. 776 s. ISBN 80-86395-32-4

⁵² Machková, H., Černošáková, E., Sato, A. a kol. *Mezinárodní obchodní operace*. Praha: Grada Publishing, 2003. 232 s. ISBN 80-247-0686-5

zboží s odkazem na nutnost ochrany zdraví obyvatel (klasickým případem je Cassis de Dijon).⁵³ I přes relativní prostor, které směrnice nechávají státům, je třeba mít na paměti, že vnitrostátní právo nesmí být v rozporu s právem komunitárním, jak rozhodl Evropský soudní dvůr v případě Flaminio Costa vs. ENEL. V takové situaci tuzemská úprava nepoužitelná a stát zodpovídá za škody způsobené touto legislativou.

Směrnice se mimo jiné vyznačují jejich přesahem do práva soukromého i veřejného. Politika ochrany spotřebitele však spadá do prvně jmenovaného práva, jelikož jsou zde patrné snahy o zamezení nesprávného postupu prodávajících vůči kupujícím.⁵⁴ Zejména se jedná o informační povinnost a právo odstoupení od smlouvy. Udělování sankcí za případné nedostatky je až druhořadou záležitostí. V rámci politiky ochrany spotřebitele vydala Evropská komise deset základních pravidel:

1. Nakupujte co chcete, kde chcete.
2. Pokud je zboží vadné, vraťte ho.
3. Vysoké standardy v oblasti bezpečnosti potravin.
4. Informujte se o tom, co jíte.
5. Smlouvy musí být vůči zákazníkům férové.
6. Spotřebitelé mohou někdy měnit svá rozhodnutí.
7. Možnost jednoduššího porovnání cen.
8. Spotřebitelé nemají dostávat zavádějící informace.
9. Ochrana spotřebitele během dovolené.
10. Účinné upravování přeshraničních sporů.⁵⁵

⁵³ Týč, V. *Základy práva Evropských společenství pro ekonomy*. Praha: Linde Praha, a.s., 1999. 242 s. ISBN 80-7201-148-0

⁵⁴ Pipková, H. *Ochrana spotřebitele ve vztahu ke komunitárnímu právu* [online]. 2005 [cit. 2010-08-17]. Dostupný z WWW: http://pravniradce.ihned.cz/c4-10078260-16736570-F00000_d-ochrana-spotrebitele-ve-vztahu-ke-komunitarnimu-pravu

⁵⁵ Evropská komise [online]. 2009 [cit. 2010-02-17]. Dostupný z WWW: http://ec.europa.eu/consumers/cons_info/10principles/cz.pdf

3.1.2.1. Směrnice Evropského Parlamentu a Rady 97/7/ES ze dne 20. května 1997 o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených na dálku

Jak již bylo řečeno, tato směrnice byla implementována do českého práva a promítna se v Občanském zákoníku v Hlavě páté. Především pak v §53 a §54, jejichž obsah je podrobněji vysvětlen výše. Proto bych zde chtěl zdůraznit pouze ty úpravy, které se liší od českého práva. Transpozice této směrnice byla totiž provedena nedokonale. Cílem směrnice 97/7/ES je zavedení na úrovni Společenství soubor minimálních společných pravidel, která by sjednotila opatření ohledně prodeje uskutečněného na dálku v jednotlivých členských státech, jelikož počet způsobů, jak a kde mohou spotřebitelé získávat informace a zadávat objednávky, se díky novým technologiím značně zvýšil. Zamezí se tím vzniku různých právních výkladů, které závisí na právu členských zemí. V druhé řadě je přeshraniční prodej pomocí prostředků komunikace na dálku jedním z hlavních hmatatelných výsledků dotváření vnitřního trhu, pro jehož fungování je důležité zajistit pro spotřebitele nástroje, kterými může vést jednání s podnikem mimo území svého státu.⁵⁶

Česká právní úprava v případě smluv uzavřených na dálku je pro spotřebitele v některých aspektech příznivější dle článku 14 Směrnice 97/7/ES, který uvádí, že členské státy mohou zavést nebo ponechat přísnější ustanovení v zájmu zajištění vyššího stupně ochrany spotřebitele. Musím ovšem přiznat, že se mi směrnice upravující tuto oblast zdá mnohem přesnější, což dokumentuje i fakt, že obsahuje hned 19 článků na rozdíl od Občanského zákoníku, který upravuje distanční smlouvy ve dvou paragrafech. Směrnice ustanovuje spotřebiteli právo na odstoupení od smlouvy bez udání důvodu a bez sankcí do sedmi dnů na rozdíl od vnitrostátního práva, kde je tato lhůta čtrnáctidenní. Zde si zákonodárce zřejmě vzal za příklad některé státy Evropské unie jako je

⁵⁶ Směrnice Evropského Parlamentu a Rady 97/7/ES ze dne 20. května 1997 o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených na dálku

Německo.⁵⁷ Komunitární právo hovoří o dnech pracovních, české právo udává lhůtu ve dnech kalendářních. Po přepočítání zjistíme, že je v českém prostředí prodloužena prakticky pouze o tři dny. Pokud jsem zmiňoval, že by mohl nastat problém s náklady na vrácení zboží při uplatnění práva na odstoupení, pak směrnice tuto situaci alespoň nastiňuje. Přímá povinnost z ní nevyplývá, nicméně přímo vynaložené náklady spojené s vrácením zboží jsou jedinou platbou, která může být spotřebiteli uložena.⁵⁸ Článek 6 odst. 2 stanovuje, že uplatnil-li spotřebitel právo odstoupení od smlouvy, je dodavatel povinen do 30 dnů bezúplatně vrátit částky zaplacené spotřebitelem. Ve stejné lhůtě však musí být provedeno navrácení zboží. Zcela bez sankcí je zrušena i smlouva o úvěru, pokud jí byla kryta cena zboží či služeb, poskytnutý dodavatelem či třetí osobou v případě, že spotřebitel uplatnil své právo na odstoupení od smlouvy. Na stránkách internetových obchodů sice většinou najdete lhůtu, kdo kdy vám objednané zboží zašlou na uvedenou adresu, ale dle stanovení směrnice smí tato doba činit maximálně třicet dnů ode dne následujícího po dni, v němž spotřebitel zaslal svou objednávku. V případě nedostupnosti zboží je povinností dodavatele o tomto stavu informovat druhou stranu a to neprodleně. Podobná ustanovení upřesňují vzájemný vztah obou kontrahentů a určitě by našla uplatnění i v českém právu.

⁵⁷ Smejkal, L. *Distanční smlouvy a ochrana spotřebitele v informační společnosti* [online]. 2001 [cit. 2010-02-17]. Dostupný z WWW: http://www.europeum.org/disp_article.php?aid=407

⁵⁸ Dauser, M., A. *Příručka hospodářského práva EU (základy vnitřního trhu, ochrana životního prostředí a ochrana spotřebitele)*. Praha: ASPI Publishing, s.r.o., 2002. 776 s. ISBN 80-86395-32-4

3.1.2.2. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu („směrnice o elektronickém obchodu“)

Tato směrnice byla implementována do legislativního rámce České republiky a její obdobu nalezneme v zákoně č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti. Důvodem zavedení bylo měnící se prostředí elektronických služeb na celosvětové úrovni. Směrnice má zajistit vysokou ochranu cílů obecného zájmu při zachování zásady proporcionality, tak aby se elektronický obchod stal skutečně prostorem bez vnitřních hranic. Služby informační společnosti jsou prakticky všechny činnosti, které probíhají on-line, přičemž se zejména jedná o služby pro on-line prodej zboží. Výčet ovšem zahrnuje i ty činnosti jako jsou obchodní sdělení, služby poskytující informace on-line, přístup a získávání dat, předávání informací prostřednictvím komunikační sítě, nebo shromažďování informací. Vyloučeny jsou všechny situace a činnosti, při kterých dochází k poskytování služeb v off-line režimu.

V první řadě směrnice vyřešila spory o definici místa podnikání pro internetový obchod. Dlouho se zastával názor, že místem podnikání je lokalita, na které je umístěn příslušný server. Posuzovalo by se tedy dle koncovky internetové adresy jako například .cz atd. Od tohoto názoru však bylo brzy upuštěno a to z důvodů procesu udělovacího názvy. Ty má na starosti soukromoprávní subjekt, takže jeho rozhodnutí nemůže mít konstitutivní charakter založení místa podnikání.⁵⁹ Místem usazení společnosti poskytující služby prostřednictvím internetových stránek v souladu s judikaturou Soudního dvora je tam, kde společnost vykonává svou hospodářskou činnost. V situaci, kdy má poskytovatel několik míst usazení, je důležité určit, ze kterého místa je daná služba poskytována. Pokud je složité určit i předcházející případ, pak je místo usazení místem, kde má poskytovatel pro danou službu středisko

⁵⁹ Brodec, J. *Spotřebitelské e-smlouvy* [online]. 2004 [cit. 2010-08-20]. Dostupný z WWW: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=208030>

činností. Z uvedeného vyplývá, že pro určení nestačí místo, kde se nachází technické zařízení, jehož prostřednictvím jsou stránky obsluhovány a ani místo, kde jsou internetové stránky přístupné.⁶⁰

Z hlediska ochrany spotřebitele je zajímavý článek 5, který rozšiřuje informační povinnosti zavedené již v předchozí směrnici 97/7/ES. Zmiňují-li totiž služby informační společnosti ceny, musí být jednoznačně upřesněno, zda jsou v cenách zahrnuty i daně a poplatky za dodávku. Navíc ke všem informacím musí být trvalý a jednoduchý přístup. Směrnice také reaguje na situaci, kterou zná téměř každý uživatel internetu a potažmo i emailových schránek, do kterých poskytovatelé služeb posílají obchodní sdělení, která si příjemce nevyžádal. Takzvané spamy musejí být jasně identifikovatelné a rozeznatelné, tak by příjemce ihned rozeznal, že se jedná o obchodní sdělení. Odesílatelé také samozřejmě musí respektovat ty fyzické osoby, které si nepřejí, aby jim takové informace byly zasílány. U našich západních sousedů je podobné počínání dokonce považováno za nekalosoutěžní jednání.⁶¹

Dalším velmi důležitým bodem, který spadl do gesce této směrnice, bylo rozdělení odpovědností poskytovatelů zprostředkovatelských služeb. Tuto problematiku přejal zákon č. 480/2004 do paragrafů 3,4,5 a 6. Směrnice v zásadě odpovědnost dělí podle toho, jakým způsobem je s informací manipulováno poskytovateli služeb. Nakládání s informacemi dělí dle článků 12–15 na:

1. prostý přenos,
2. ukládání do vyrovnávací paměti („caching“),
3. shromažďování informací,

⁶⁰ Štědroň, B. *Jaké právní předpisy se týkají elektronických obchodů* [online]. 2004 [cit. 2010-08-20]. Dostupný z WWW: <http://www.lupa.cz/clanky/jake-pravni-predpisy-se-tykaji-elektronicky-obchodu/>

⁶¹ Hrádek, J. *Směrnice ES o elektronickém obchodu* [online]. 2001 [cit. 2010-08-21]. Dostupný z WWW: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=48747>

4. neexistence obecné odpovědnosti dohledu.⁶²

3.1.2.3. Směrnice Rady 93/13/EHS ze dne 5. dubna 1993 o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách

Při zvoleném tématu ochrany spotřebitele nesmím opomenout ani směrnici z roku 1993 o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách, která postihuje spotřebitelské smlouvy obecně z důvodů sjednocení četných rozdílů jednotlivých smluv. Základní myšlenka spočívá v ochraně spotřebitele v případech, kdy je mu předkládána již hotová smlouva, která byla předem vyhotovena dodavatelem na dodávku zboží nebo služeb. Smluvní podmínky často nejsou se stranou podepisující návrh smlouvy probírány. Navíc nelze předpokládat, že bude spotřebitel beze zbytku seznámen se všemi platnými právními předpisy. Směrnice má vykrýt prostor, který dává dodavatelům a prodávajícím možnost zneužití neznalosti druhé strany. Vybraná kritéria směrnice byla transponována do Občanského zákoníku v §55 a §56.

Jednoznačným primátem směrnice je ustanovení, dle kterého se spotřebitel svých práv nemůže vzdát ani v případě, že by s tím výslovně souhlasil. Pokud dojde k pochybnostem o významu některé smluvní podmínky, která například nebyla sepsána jasným a srozumitelným jazykem, použije se výklad, který je pro spotřebitele příznivější. Přítomnost nepřiměřených podmínek ve smluvních ujednání automaticky neznamena neplatnost smlouvy. Té se spotřebitel musí sám dovolat a je pouze na něm, zda bude nepřiměřené podmínky akceptovat. Dle výkladu článku 6 směrnice však podobné podmínky nejsou závazné. Nepřiměřené podmínky jsou vyjmenovány v příloze směrnice pod písmeny a – q, avšak řada ustanovení této přílohy zůstala neprovedena, nebo provedena

⁶² Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu („směrnice o elektronickém obchodu“)

zcela nedostatečně.⁶³ O tom svědčí i řada soudních řízení před Evropským soudním dvorem Evropských společenství, která iniciovala Komise pro nedostatečně provedené transpozice této směrnice.⁶⁴

3.1.2.4. Komunitární právní úprava ochrany spotřebitele při internetovém obchodování

V předešlých odstavcích jsem se věnoval třem nejvýznamnějším směrnicím, které zasahují největší měrou do ochrany spotřebitele při internetovém obchodování. Ovšem stejně jako u vnitrostátní úpravy je výčet předpisů zasahujících do ochrany spotřebitele daleko delší:

- Směrnice č. 75/106/EHS, o objemovém plnění spotřebitelského balení některých tekutin;
- Směrnice č. 76/211/EHS, o hmotnostním nebo objemovém plnění spotřebitelského balení některých výrobků;
- Směrnice č. 76/768/EHS, o kosmetických výrobcích;
- Směrnice č. 79/112/EHS, o označování a nabízení potravin určených k prodeji konečnému spotřebiteli a související reklamě;
- Směrnice č. 80/232/EHS, o jmenovitém množství a jmenovitém objemu povoleném pro některé výrobky ve spotřebitelském balení;
- Směrnice č. 84/450/EHS, o klamavé a srovnávací reklamě (ve znění č. 97/55/EHS);
- Směrnice č. 85/374/EHS, o odpovědnosti za vady výrobků;
- Směrnice č. 85/577/EHS, o ochraně spotřebitele při smlouvách sjednávaných mimo obchodní provozovnu;
- Směrnice č. 86/653/EHS, o samostatných obchodních zástupcích;

⁶³ Spotřebitel.cz: *Zakázaná smluvní ujednání* [online]. 2008 [cit. 2010-08-21]. Dostupný z WWW: http://www.spotrebitel.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=102727&Itemid=351

⁶⁴ Pipková, H. *Ochrana spotřebitele ve vztahu ke komunitárnímu právu* [online]. 2005 [cit. 2010-08-21]. Dostupný z WWW: http://pravniciradce.ihned.cz/c4-10078260-16736570-F00000_d-ochrana-spotrebitele-ve-vztahu-ke-komunitarnimu-pravu

- Směrnice č. 87/102/EHS, o spotřebitelských úvěrech;
- Směrnice č. 87/357/EHS, o zaměnitelných výrobcích ohrožujících zdraví nebo bezpečnost spotřebitelů;
- Směrnice č. 88/378/EHS, o bezpečnosti hraček;
- Směrnice č. 90/314/EHS, o souborných službách pro cestování, pobyty a zájezdy;
- Směrnice č. 90/322/EHS, o nepoctivých či nerovnoprávných doložkách ve smlouvách uzavíraných s dodavatelem zboží a poskytovatelem služeb;
- Směrnice č. 90/482/EHS, o odpovědnosti poskytovatelů služeb;
- Směrnice č. 92/59/EHS, o všeobecné bezpečnosti výrobků;
- Směrnice č. 92/75/EHS, o označování spotřeby energie na štítcích domácích spotřebičů;
- Směrnice č. 93/13/EHS, o nekalých podmínkách ve spotřebitelských smlouvách;
- Směrnice č. 94/47/ES, o ochraně zákazníků s ohledem na některá hlediska smluv o nabytí práva k dočasnému užívání nemovitostí (time-sharing);
- Směrnice č. 94/62/ES, o obalech a obalovém odpadu;
- Směrnice č. 96/74/ES, o textilních názvech;
- Směrnice č. 97/7/ES, o ochraně spotřebitelů při smlouvách sjednávaných na dálku;
- Směrnice č. 98/6/ES, o označování cen;
- Směrnice č. 98/27/ES, o předběžných opatřeních na ochranu zájmů spotřebitelů;
- Směrnice č. 1999/44/ES, o některých aspektech prodeje spotřebního zboží a záruk na toto zboží;
- Směrnice č. 2000/31/ES, o elektronickém obchodu;

- Směrnice č. 2001/95/ES, o obecné bezpečnosti výrobků⁶⁵

3.1.3. Mezinárodní úprava

V současné době specifickou normu upravující problematiku spotřebitelské kontraktace v elektronickém prostředí v mezinárodním prostředí, která by byla právně závazná, nenajdete. Do budoucna se její příchod také spíše nedá čekat, jelikož je již upravena předpisy jednotlivých států a od klasické kontraktace se liší pouze svou formou. Na mezinárodním poli jsou patrné snahy o korekce, které vytvářejí jednotlivé organizace. Mezi nejznámější patří Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj (dále jen OECD), Organizace spojených národů (dále jen OSN) nebo Světová obchodní organizace (dále jen WTO).

3.1.3.1. Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj

Organizace OECD si začala uvědomovat změny, které se proběhly během devadesátých let minulého století v oblasti obchodů na internetu a začala podnikat kroky, které by pomohly zbavit spotřebitele obav z nákupů touto cestou. Výsledkem byla Směrnice o ochraně spotřebitele v elektrickém obchodě (OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce). Směrnice byla schválena 9. prosince roku 1999, tedy v době, kdy sílily snahy o zavedení legislativního rámce v oblasti spotřebitelským smluv. Zejména zdůrazňuje potřebu spolupráce mezi vládami, podnikatelským sektorem i samotnými spotřebiteli.⁶⁶ O čtyři roky později následovalo Doporučení Rady OECD o zásadách ochrany spotřebitelů před podvodnými a

⁶⁵ BusinessInfo [online]. 2004 [cit. 2010-02-16]. Dostupný z WWW: <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/pravni-ochrana/pravni-uprava-ochrany-spotrebitele/1001142/17476/>

⁶⁶ Oecd.org: *OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce (1999)* [online]. 1999 [cit. 2010-08-17]. Dostupný z WWW: http://www.oecd.org/document/51/0,3343,en_2649_34267_1824435_1_1_1_1,00.html

klamavými přeshraničními obchodními praktikami (OECD Guidelines for Protecting Consumers from Fraudulent and Deceptive Commercial Practices Across Borders). Oba návody se staly základy pro vypracování Doporučení OECD o řešení spotřebitelských sporů a náhradách (OECD Recommendation on Consumer Dispute Resolution and Redress), které bylo přijato v roce 2007. Reflektuje především největší obavu spotřebitelů při e-commerce. Nejtěživějším bodem jsou problémy spojené s reklamací zakoupeného zboží. Doporučení reaguje vypracováním systematických postupů k odstranění těchto obav se zaměřením na pět prioritních oblastí: stanovení základních prvků nezbytných k vytvoření rámců pro účinná vnitrostátní řešení a odškodnění; zdokonalování řešení přeshraničních sporů; zvětšování rozsahu působnosti a zvyšování účinnosti iniciativ soukromého sektoru při řešení sporů; získávání informací pro monitorování vývoje a trendů v oblasti spotřebitelských stížností; a zdokonalování spotřebitelského a podnikového vzdělávání a zvyšování povědomí o způsobech předcházení a řešení sporů.⁶⁷

3.1.3.2. UNICTRAL

OSN se zaměřuje na elektronické obchodování prostřednictvím Komise OSN pro mezinárodní obchodní právo UNICTRAL, která se zabývá sjednáváním unifikačních vzorových předpisů, mnohostranných mezinárodních úmluv, legislativních doporučení, poskytováním informací o judikátech vycházejících z jednotlivých unifikačních dokumentů, technickou pomocí při provádění právních reforem a na pořádání regionálních a národních seminářů.⁶⁸ Vzorové zákony nejsou přímo závazné, ale v mezinárodních sporech jsou používány jako návody při řešení otázek. V současné době se objevují i snahy o vytvoření mezinárodní úmluvy o uzavírání smluv

⁶⁷ Knoblochová, V. *Doporučení o řešení spotřebitelských sporů a náhradách* [online]. 2007 [cit. 2010-08-17]. Dostupný z WWW: <http://www.mpo.cz/zprava33102.html>

⁶⁸ Sekot, T. *Komise OSN pro mezinárodní obchodní právo* [online]. 2006 [cit. 2010-08-17]. Dostupný z WWW: <http://www.mpo.cz/dokument6470.html>

prostředky elektronické komunikace (Convention on Electronic Contracting).⁶⁹ Princip UNICTRALu je zachovat co nejjednodušší proces kontraktace při zachování jistoty v oblasti práva, přičemž vychází z faktu, že jde v zásadě o klasické uzavírání smluv s přizpůsobením k elektronickým podmínkám. Úmluva by do budoucna mohla být řešením pro mnoho specifických otázek, které jsou s odlišným elektronickým prostředím spjaty. Jednotlivé články například řeší náležitosti oferty a akceptace, smluvních stran nebo vázanost osoby vlastním návrhem na uzavření smlouvy. Velmi zajímavým je i úprava času a místa odeslání datové zprávy, stejně jako definice automatizované transakce, což zákon jako takový nezná. Základním pravidlem navíc zůstává povinnost výslovně stanovit své místo podnikání pro zajištění transparentnosti.⁷⁰

Nutnost zavedení mezinárodních norem v oblasti užívání internetu dokumentuje i následující příklad společnosti Yahoo Inc., která sídlí ve Spojených státech amerických. Na webových stránkách virtuálního obchodu společnosti byly mimo jiné nabízeny i předměty s nacistickou tematikou, k nimž je volný přístup prostřednictvím novodobého fenoménu, kterým internet bezpochyby je. Nabídka předmětů s touto tematikou se nelíbila Sdružení židovských studentů a Lize proti rasismu a antisemitismu, a proto byla v roce 2001 podána ve Francii žaloba. Pařížský Tribunal de Grande Instance žalobě vyhověl a uložil společnosti Yahoo Inc. zaplatit pokutu ve výši 13.000 USD za každý den prodlení s provedením rozsudku. Soud v USA ale výkon rozhodnutí francouzského soudu nevyhověl z důvodu kolize s americkým „orde public“, s odvoláním na první dodatek americké ústavy, který zaručuje svobodu projevu.⁷¹

⁶⁹ Polčák, R., Štědroň, B. *K některým právním otázkám e-kontraktace* [online]. 2010 [cit. 2010-07-22]. Dostupný z WWW: http://www.ipravnik.cz/cz/clanky/txtexpresion_e-kontraktace/art_3799/rbsearchsource_articles/k-nekterym-pravnim-otazkam-e-kontraktace.aspx

⁷⁰ Hajný, F. *21829 Úmluva o uzavírání smluv prostředky elektronické komunikace* [online]. 2003 [cit. 2010-08-17]. Dostupný z WWW: <http://www.epravo.cz/top/clanky/umluva-o-uzavirani-smluv-prostredky-elektronickekomunikace-21829.html>

⁷¹ Brodec, J. *Spotřebitelské e-smlouvy* [online]. 2004 [cit. 2010-08-20]. Dostupný z WWW: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=208030>

3.2. Elektronická kontraktace

Elektronickou kontraktací se rozumí postup uzavírání smlouvy pomocí elektronických prostředků. Tuto formu lze pojmenovat jako elektronické smlouvy, i když české právo tento výraz nepoužívá. Ve své podstatě jde pouze o alternativu smluv uzavíraných na dálku. V procesu elektronické kontraktace ovšem nejde o geografickou vzdálenost, ale spíše o způsob, jakým je smlouva uzavírána. Ve všeobecném slova smyslu se jedná o přenos datových zpráv pomocí počítačové sítě. Je třeba si uvědomit i skutečnost, že pod tento pojem nezahrnujeme pouze webový prohlížeč World Wide Web, ale všechny elektronické prostředky, kterými lze smlouvu uzavřít. Počátkem osmdesátých let byl vytvořen systém Minitel, který také používal výpočetní techniku pro smluvní kontraktaci. Můžeme jít ovšem ještě dál. Prodejní automaty jsou a byly určitým předstupněm. Historie smluv uzavíraných na dálku však sahá ještě dál. Telegraf je přinejmenším obdobou této komunikace a jeho počátky sahají až do předminulého století.⁷²

Tyto způsoby se však nedají s dnešní podobou internetu a jeho možnostmi srovnávat. Zejména objem uzavřených obchodů, kvalita a rychlost jsou hlavními znaky, které z internetu nedělají pouze prostředek pro vykonání příkazů uživatele, ale specifický prostor, do něhož lidé vstupují pomocí moderní technologie.⁷³ Tato situace si klade specifické nároky na právo jako takové. Vznikají nová úskalí, která je zapotřebí pojmenovat. V prostředí elektronické kontraktace jde především o moment uzavření smlouvy a z toho plynoucí závazky a povinnosti obou stran.

⁷² Vučka, J. *Elektronické smlouvy – část I: Obecně o uzavírání smluv elektronickou cestou* [online]. 2002 [cit. 2010-08-10]. Dostupný z WWW: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=71656>

⁷³ Palla, T. *Vznik spotřebitelské smlouvy v internetovém obchodě* [online]. 2009 [cit. 2010-08-10]. Dostupný z WWW: <http://www.epravo.cz/top/clanky/vznik-spotrebitelske-smlouvy-v-internetovem-obchode-58686.html>

3.2.1. Elektronický právní úkon

Z dikce §34 Občanského zákoníku je právní úkon projev vůle směřující zejména ke vzniku, změně nebo zániku těch práv a povinností, které právní předpisy s takovým projevem spojují. Elektronický právní úkon je pak takový, který je učiněn pomocí elektronických prostředků. Při kontraktaci je úkon proveden u většiny obchodníků pomocí automaticky vygenerovaných odpovědí. Projev vůle zde není učiněn přímo, nicméně tento systém byl z lidské vůle vytvořen. Počítačový software je tedy pouze prostředníkem výkonu vůle. Občanský zákoník pamatuje i na tuto situaci a v třetím odstavci téhož paragrafu stanovuje, že právní úkony vyjádřené jinak než slovy se vykládají podle toho, co způsob jejich vyjádření obvykle znamená. Přitom se přihlíží k vůli toho, kdo právní úkon učinil a chrání se dobrá víra toho, komu byl právní úkon určen.⁷⁴ Projev vůle, dle výše uvedeného, není striktně vymezen a jeho výklad více méně závisí na konkrétních případech. Nicméně se dá usoudit, že za projev vůle je i samotné otevření webových stránek, jejich četba, prohlížení či jejich jiné užití.

Z hlediska indicií, které stanovují význam právního úkonu je problematičtější při použití elektronických prostředků §37. Tento paragraf vymezuje prvky, které je nutno naplnit. Právní úkon musí být učiněn svobodně a vážně, určitě a srozumitelně; jinak je neplatný.⁷⁵ Určitost a srozumitelnost lze dokázat celkem jednoduše. Vyplyvá totiž z jednání uživatele stránek a jeho úkonů, kterými například uzavřel obchodní smlouvu. Svoboda a vážnost onoho úkonu jsou však pro objektivní prokázání mnohem horší. Předně musíme vycházet z toho, že uživatel se cítí být anonymní, což platí pouze do určité míry. Počítač, který byl použit, se dá relativně snadno vystopovat pomocí IP adresy⁷⁶. Tato adresa je jedinečná pro každý počítač a dá se přirovnat k lidské DNA. Na druhé straně subjekt, který s přístrojem pracoval, je teoreticky neodhalitelný.

⁷⁴ §34 odst. 4 Občanského zákona, ve znění pozdějších předpisů

⁷⁵ §37 odst. 1 Občanského zákona, ve znění pozdějších předpisů

⁷⁶ Nadřevo.cz: *Elektronické obchodování 1/2* [online]. 2010 [cit. 2010-07-22]. Dostupný z WWW: <http://nadrevo.blogspot.com/2010/05/elektronicke-obchodovani-12.html>

Z toho plyne, že prokazování právní způsobilosti, zletilosti či jednání pod nátlakem je při nejmenším překážkou při dodržení zákonných principů právního úkonu, provedeného pomocí elektronického prostředku. Ty úkony, které nesplňují všechny formální a obsahové vlastnosti jsou samozřejmě neplatné.

3.2.2. Oferta a akceptace

Při použití internetového rozhraní u nákupů je nutné dodržet základní požadavky, které pojem smlouvy jako takové vytyčují. Pokud uživatel vstoupí do virtuálního obchodu, naskytne se mu možnost vybrat si sekci zboží, která ho zajímá či ihned věc samotnou. Po přečtení vlastností, technické dokumentace a prohlédnutí náhledu jí uživatel vloží do „košíku“, ze kterého následně může potvrdit zájem o zboží. K úplnému dokončení transakce je zapotřebí být zaregistrovaný na stránkách obchodu, kde je nutné vyplnit kolonku emailu, na který je následně zasláno potvrzení provedeného úkonu dle §53 Občanského zákoníku. Specifickou otázkou v tomto případě je okamžik, kdy došlo k uzavření smlouvy pomocí prostředků komunikace na dálku. Většina uživatelů se nejspíše domnívá, že smlouva je uzavřena odesláním požadavku na zboží, které již před tím uložili do virtuálního košíku. Nicméně z právního hlediska je realita jiná.

Dle platného znění Občanského zákoníku je návrhem na uzavření smlouvy projev vůle směřující k uzavření smlouvy, jenž je určen jedné nebo více určitým osobám, jestliže je dostatečně určitý a vyplývá z něj vůle navrhovatele, aby byl vázán v případě jeho přijetí.⁷⁷ Zásadním je v této charakteristice skutečnost, že návrh je určený určitým osobám, z čehož plyne, že návrh neboli oferta může být pouze adresovaným právním úkonem.⁷⁸ Internetové obchody a jejich nabídky se dají spíše přirovnat k prosklené výloze kamenných obchodů, které nás pouze lákají ke koupi. Vystavením zboží na

⁷⁷ §43 písm. a, odst. 1 Občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů

⁷⁸ Palla, T. *Vznik spotřebitelské smlouvy v internetovém obchodě* [online]. 2009 [cit. 2010-08-10].

Dostupný z WWW: <http://www.epravo.cz/top/clanky/vznik-spotrebitelske-smlouvy-v-internetovem-obchode-58686.html>

stránkách obchodu lze podle toho výkladu vnímat jako pouhou výzvu k předkládání nabídek. Z latiny se můžete setkat i s označením *invitatio ad offerendum*.⁷⁹ V praxi to znamená, že odeslání zboží z košíku je považováno za ofertu a následné potvrzení objednávky, které zasílá dodavatel, je okamžikem, kdy je uzavřena smlouva. Může se zdát, že se tímto pouze otočily strany při procesu uzavírání smlouvy, ale mění se tím i povinnosti obou stran. Majitelé internetových obchodů by mohli zneužívat této situace například učiněním další nabídky a lákáním k zajímavějšímu nákupu z jejich pohledu. Akceptací, jak již bylo řečeno, je v našem případě až moment, kdy nám dodavatel odešle email, ve kterém nás informuje o těch aspektech, které mu nařizuje §53.

3.2.3. Forma elektronických smluv

Nebyl-li právní úkon učiněn ve formě, kterou vyžaduje zákon nebo dohoda účastníků, je neplatný.⁸⁰ Zákoník v některých případech vyžaduje písemnou formu jako například u kupní smlouvy o převodu nemovitostí. U obchodů učiněných pomocí prostředků komunikace na dálku zákon výslovně nestanovuje formu, která by podmiňovala platnost smluv. Na druhou stranu za písemnou formu je považováno i použití elektronických prostředků, což vysvětluje §40 odst. 4, který říká, že písemná forma je zachována, je-li právní úkon učiněn telegraficky, dálnopisem nebo elektronickými prostředky, jež umožňují zachycení obsahu právního úkonu a určení osoby, která právní úkon učinila. Problematika formy je zmíněna i v odstavci předcházejícím, který stanovuje, že písemný právní úkon je platný, je-li podepsán jednající osobou; činí-li právní úkon více osob, nemusí být jejich podpisy na téže listině, ledaže právní předpis stanoví jinak. Podpis může být nahrazen mechanickými prostředky v případech, kdy je to obvyklé. Je-li právní úkon učiněn elektronickými prostředky, může být podepsán elektronicky podle zvláštních

⁷⁹ Vučka, J. *Elektronické smlouvy – část I: Obecně o uzavírání smluv elektronickou cestou* [online]. 2002 [cit. 2010-08-10]. Dostupný z WWW: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=71656>

⁸⁰ §40 odst. 1 Občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů

předpisů. Elektronický podpis je dále rozveden v zákoně č. 227/2000 Sb., o elektronickém podpisu. Jeho použití by jistě vyřešilo mnoho problémů s určování identity subjektů distančních smluv. Nicméně si myslím, že jeho použití je v současné podobě v rámci smluv business-to-consumer příliš složitým postupem pro spotřebitele. Avšak v nedaleké budoucnosti by se mohl stát trvalou součástí v tomto systému. Náležitosti formy, platnosti smluv a dalších aspektů spotřebitelských smluv uzavíraných po internetu by mohly vyřešit již výše zmíněné vzorové zákony UNICTRAL.

3.2.4. Elektronické smlouvy

Využívání služeb internetu se stalo běžnou záležitostí stejně jako užívání internetu samotného. Jednou z nich je zcela jistě i internetové nakupování. K tomuto způsobu rychlého výběru a nákupu zboží je ovšem potřeba nástrojů, které zajistí platnost daného úkonu. V tradičním slova smyslu jde o využívání smluv, které jsou pro spotřebitele potvrzením transakce. V internetovém prostředí budeme mluvit o tzv. elektronických smlouvách (e-smlouvy), které jsou uzavírány za fyzické nepřítomnosti obou zúčastněných stran prostřednictvím elektronických prostředků. V případě obchodu mezi dodavatelem a spotřebitelem můžeme tyto smlouvy nazývat spotřebitelskými.

Vzhledem k vzrůstající oblibě této formy nákupu vznikly určité standardizované typy smluv, které se používají. Dle způsobu uzavření rozlišujeme click-wrap, click-through a browse-wrap smlouvy, které vychází z rozhodnutí především amerických soudů, které mají bohatší elektronickou historii, a proto jsou i v oblasti judikatury nejdále. Český překlad se v současnosti nepoužívá, ale můžete se setkat i s volným překladem těchto názvů.⁸¹

⁸¹ Nadrevo.cz [online]. 2010 [cit. 2010-07-22]. Dostupný z WWW: <http://nadrevo.blogspot.com/2010/05/elektronicke-obchodovani-12.html>

Typickým rysem je skutečnost, že podmínky smlouvy jsou předem pevně dány podnikatelem. Spotřebitel nemůže v zásadě nijak ovlivnit obsah této smlouvy. Má ovšem základní možnost tyto podmínky akceptovat či nikoliv. Musím však připomenout, že podnikatel se musí řídit dle platného znění zákona a dodržovat základní práva ochrany spotřebitele. Elektronické smlouvy se od tradičních zásadním způsobem neliší, avšak vzniká určitý prostor pro pokrytí specifík distanční kontraktace. Především jde o platnost těchto smluv a zaručení plnění.

3.2.4.1. Click-wrap smlouvy

Tento typ smluv je asi nejrozšířenější způsob uzavírání obchodů v internetovém prostředí. Do češtiny bychom mohli tento název volně přeložit jako smlouvy „klikací“, z čehož vyplývá i samotný děj, který umožňuje obchodní smlouvu uzavřít. Click-wrap se typicky skládá z kliknutí, nebo provedení jiné podobné akce, která zřetelně demonstruje souhlas s obchodními podmínkami. Nejčastěji se jedná o potvrzení stisknutím tlačítka myši, jejíž kurzor se nachází na políčku s označením „Souhlasím“, „Ano“, „OK“, či anglické „I agree“, „I accept“. Strana, která činí tento krok, musí být jednoznačně informována o tom, že toto stisknutí tlačítka není dalším z mnoha kliknutí, která vedou k pohybům po webových stránkách, ale že se jedná o určitý právní akt, který má i své zákonitě následky vyplývající z obchodních podmínek.

3.2.4.2. Click-through smlouvy

Click-through smlouva je druhým typem tzv. „klikacích“ smluv, který se příliš neliší od click-wrap smlouvy, což je také hlavní důvod, proč mnoho publikací nerozlišuje tyto dva pojmy. Z technického hlediska je rozdíl hlavně v počtu kliknutí. Zatímco první typ smluv potřebuje k platnosti jedno jediné stisknutí, u click-through jde spíše o „proklikávání“ obchodními podmínkami. Z právního pohledu je však mnohem důležitější to, co se stane během uzavírání

smlouvy. V průběhu uzavírání si totiž spotřebitel sám smlouvu modifikuje v rámci daných podmínek. Jedná se o individuální přístup, kdy si uživatel vybírá mezi možnostmi, které mu jsou poskytnuty. Tento výběr ho následně posouvá k dalším možnostem. Z toho vyplývá, že jednotlivými kroky uživatel upravuje i smlouvu s podmínkami v rámci předpřipraveného zaběhnutého systému. Příkladem může být výběr balení, doručení, nebo způsob placení či typ benefitu, který obchodník poskytuje.⁸²

3.2.4.3. Browse-wrap smlouvy

Posledním typem elektronických smluv je browse-wrap, která vzniká pouhým prohlížením internetových stránek. Jak vyplývá z překladu anglického překladu výrazu browse, tak bychom se s ní mohli také setkat pod názvem „brouzdačí“ smlouva. Obchodní podmínky jsou uvedeny buď na jiné webové stránce, nebo první stránce v dolní části.⁸³ Na stránce je viditelně označeno, že „prohlížením těchto stránek souhlasíme s podmínkami užití“. Pakliže jsou „klikací“ smlouvy z určitého pohledu problematické, pak browse-wrap forma je na tom ještě hůře. Je totiž velmi obtížné dokázat, že uživatel stránek si předem přečetl podmínky, nebo s nimi dokonce souhlasil. Zatímco u předešlých smluv je zřejmý alespoň nějaký úkon, který potvrzuje seznámení s podmínkami.⁸⁴

⁸² Polčák, R. *Introduction to ICT law*. Brno: Masarykova univerzita, 2007. 185 s. ISBN 978-80-210-4302-2

⁸³ Darden, L., Thorpe, Ch. *Forming contracts over the internet: Click-wrap and browse-wrap agreements* [online]. 2003 [cit. 2010-08-01]. Dostupný z WWW: http://ul451.gsu.edu/lawand/papers/su03/darden_thorpe/#II

⁸⁴ Nadřevo.cz [online]. 2010 [cit. 2010-07-22]. Dostupný z WWW: <http://nadrevo.blogspot.com/2010/05/elektronicke-obchodovani-12.html>

3.3. E-aukce

Podobně jako vrůstá obecný zájem o obchodování přes internet, zvyšuje se i oblíbenost internetových aukcí, které se zkráceně označují jako e-aukce. I přes to definici v legislativě či zákon, který by upravoval tyto aukce, nenajdete. Ve zjednodušeném znění se dá konstatovat, že jde o postup, při kterém se předmět aukce prodá nejlepší nabídce, kterou je nutné adresovat v předem daném časovém horizontu. Z pravidla je nastavena počáteční cena předmětu a každý další zájemce musí přihodit částku vyšší. Předání probíhá prostřednictvím pošty, či jiné dodávkové služby a podmínky placení jsou určeny předem. Nejznámějším provozovatelem elektronické aukce je v českém prostředí Aukro. V celosvětovém měřítku jsou často využívána tržiště eBay či Ricardo.

3.3.1. Vztah aukcí a dražby

V praxi se často stává, že se tyto dva pojmy zaměňují. Napomáhá tomu i fakt, že se při aukcích běžně používá výrazů, které se přejaly z dražby. Mohu jmenovat například „příhoz“, „dražitel“ apod. Z právního hlediska je třeba aukci a dražbu chápat odlišně a důvodů je k tomu několik.

Zákon č. 26/2000 Sb., o veřejných dražbách definuje dražbu jako veřejné jednání, jehož účelem je přechod vlastnického nebo jiného práva k předmětu dražby, konané na základě návrhu navrhovatele, při němž se licitátor obrací na předem neurčený okruh osob přítomných na předem určeném místě s výzvou k podávání nabídek a při němž na osobu, která za stanovených podmínek učiní nejvyšší nabídku, přejde příklepem licitátora vlastnictví nebo jiné právo k předmětu dražby, nebo totéž veřejné jednání, které bylo licitátorem ukončeno z důvodu, že nebylo učiněno ani nejnižší podání.⁸⁵

⁸⁵ Nadřevo.cz: *Právo vs. Aukce* [online]. 2008 [cit. 2010-08-04]. Dostupný z WWW: <http://nadrevo.blogspot.com/2009/11/pravo-vs-aukce.html>

Z uvedeného vyplývá, že dražba pomocí elektronických či jiných telekomunikačních zařízení není přípustná. Při dražbě je nutná fyzická přítomnost zúčastněných a vlastnictví předmětu dražby přejde na zájemce s nejvyšší nabídkou příklepem. Dalším významným rozdílem je i skutečnost, že dražba jako taková není časově ohraničena, ale u aukcí je tomu naopak. Jako zásadní pak považuji možnost dělit aukce na nákupní a prodejní, přičemž nákupní dražba neexistuje. Při dražbách se vždy něco prodává.⁸⁶

3.3.2. Právní úprava e-aukcí

Nasadě je tedy otázka, v rámci kterého právního opatření se budeme pohybovat. Odpověď není snadná, ale jisté je, že v českém právním řádu zatím chybí jakýkoliv speciální zákon, který by problematiku elektronických aukcí vymezoval. Odpovídající definici je však možné nalézt v zákoně č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti, který upravuje práva a povinnosti osob, jež poskytují služby informační společnosti a šíří obchodní sdělení v souladu s právem Evropského společenství. Dle §2 tohoto zákona se rozumí:

- a) službou informační společnosti jakákoliv služba poskytovaná elektronickými prostředky na individuální žádost uživatele podanou elektronickými prostředky, poskytovaná zpravidla za úplatu; služba je poskytnuta elektronickými prostředky, pokud je odeslána prostřednictvím sítě elektronických komunikací a vyzvednuta uživatelem z elektronického zařízení pro ukládání dat,
- c) elektronickými prostředky zejména síť elektronických komunikací, elektronická komunikační zařízení, koncová telekomunikační zařízení a elektronická pošta,
- f) obchodním sdělením všechny formy sdělení určeného k přímé či nepřímé

⁸⁶ Bureš, J. *Aukce není synonymem pro dražbu* [online]. 2008 [cit. 2010-08-04]. Dostupný z WWW: <http://realit.cz/clanek/aukce-neni-synonymem-pro-drazbu>

podpoře zboží či služeb nebo image podniku fyzické či právnické osoby, která vykonává regulovanou činnost, nebo je podnikatelem vykonávajícím činnost, která není regulovanou činností; za obchodní sdělení se považuje také reklama podle zvláštního právního předpisu. Za obchodní sdělení se nepovažují údaje umožňující přímý přístup k informacím o činnosti fyzické či právnické osoby nebo podniku, zejména doménové jméno nebo adresa elektronické pošty; za obchodní sdělení se dále nepovažují údaje týkající se zboží, služeb nebo image fyzické či právnické osoby nebo podniku, získané uživatelem nezávisle⁸⁷.

3.3.3. Odpovědnost při e-aukcích

U internetových aukcí vystupují prakticky tři aktéři, kterými jsou kupující, prodávající a zprostředkovatel obchodu. Z tohoto důvodu bylo třeba rozlišit jejich práva, povinnosti a odpovědnost z nich plynoucí. Z podstaty aukcí je zřejmé, že zprostředkovatel působí spíše jako prostředník, který vede kroky umožňující uskutečnění obchodu. Působí jako pomocný element obchodu, který sice umožňuje umístit do aukce určitý předmět, ale není jejím vlastníkem. Vlastníkem práv movité věci je prodávající až do ukončení aukce. Odpovědnost za vady nese výhradně prodávající a je povinen případné vady uveřejnit v popisu předmětu. Odpovědnost nese až do doby, kdy je věc předána kupujícímu, z čehož vyplývá, že případné poškození během dopravy je důvodem odstoupení od smlouvy. Možností jak tuto odpovědnost přenést je pojištění zásilky během dopravy.⁸⁸

Dalším diskutovaným tématem je i odpovědnost provozovatelů e-aukcí za zprostředkování prodeje zboží, které je samo o sobě protiprávní. Nejčastěji se jedná o nelegální software či šíření padělků. V takovém případě nám pomůže již výše zmíněný zákon č. 480/2004 Sb., o některých službách

⁸⁷ §2 zákona č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti, ve znění pozdějších předpisů

⁸⁸ Otevřel, P. *Odpovědnost provozovatele e-aukcí* [online]. 2006 [cit. 2010-08-04]. Dostupný z WWW: <http://www.pravoit.cz/article/odpovednost-provozovatele-e-aukci>

informační společnosti. Zákon vychází ze skutečnosti, že není fyzicky možné kontrolovat všechny obsahy či sdělení, které poskytovatelé umožňují uveřejnit. De facto jsou zproštěni odpovědnosti, což platí do té doby, kdy se prokáže, že provozovatel o nelegálním sdělení či obsahu věděl a neučinil žádné kroky k jejich odstranění. Na druhou stranu je třeba zmínit, že povinnosti aktivně vyhledávat protiprávní obsahy je provozovatel zbaven. Podle mého názoru je velice těžké prokázat, že o podobných skutečnostech věděl a domáhat se náhrady škody.⁸⁹

Jak jsem již uvedl, tak odpovědnost za vady na předmětu aukce leží na prodávajícím až do okamžiku předání věci kupujícímu. Existují i případy, kdy jsou i při internetových aukcích posílena práva spotřebitele. Často se setkáváme s nabízením zboží, které není dříve použité, ale je zcela nové a prodáváno prostřednictvím e-aukcí. V těchto případech se dostáváme do kolize z pohledu spotřebitele a jeho práv. Jde především o určení kdy je na straně prodávajícího podnikatel a kdy nikoliv.

V prvním případě se jedná o klasickou smlouvu, která se řídí ochranou spotřebitelských smluv s přihlédnutím k distanční povaze uzavření smlouvy pomocí prostředků komunikace na dálku. Jen připomenu řadu povinností, které podnikateli nařizuje zákon. Především jde o informační povinnosti ohledně osoby podnikatele a zboží. Zásadním je ale povinnost informovat spotřebitele o možnosti odstoupení od smlouvy bez udání důvodu a postupu uplatnění tohoto práva. Výhody plynoucí pro podnikatele, kteří vystupují na aukci jako nepodnikatelé jsou více než velké. Mimo vyhýbání odpovědnosti, kterou vyžaduje §53 občanského zákoníku, jsou patrné i další výhody. Mohu jmenovat například nezdaněné příjmy, vyhnutí se vedení účetnictví a komunikaci s různými úřady.

⁸⁹ Otevřel, P. *Odpovědnost provozovatele e-aukcí* [online]. 2006 [cit. 2010-08-04]. Dostupný z WWW: <http://www.pravoit.cz/article/odpovednost-provozovatele-e-aukci>

Jak se k podobným případům staví legislativa, soudy a od kdy se dá považovat prodej věcí na aukci za podnikání? K odpovědi nás dovede základní vysvětlení pojmů. Podnikatelem se rozumí osoba, která provádí samostatně soustavnou činnost, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku. Z uvedené definice je patrné, že k splnění všech pěti podmínek je klíčem k určení jasných odpovědností obou stran. Důležitým prvkem je soustavnost činnosti, za kterou nelze považovat nárazový prodej věcí, které byly například zděděny. Pomocnou indicií je i uskutečněný obrat za sledované období.⁹⁰

Tyto informace určitě nejsou pro kupující až tak rozhodujícím prvkem při nákupu. Avšak důležitým se stanou při nespokojenosti s koupí a domáhání se vlastních práv. Nesmím zapomenout ani na ostatní soutěžící operující na internetových aukcích, kteří se právem mohou cítit poškozeni v případě podnikání „nepodnikatelů“. K tomuto tématu přikládám i příklad, který může dopomoci k jasnějšímu pochopení nastíněné problematiky.

Ve známé internetové aukci e-Bay (resp. v její německé mutaci) dal kupující – spotřebitel nejvyšší nabídku na diamantový náramek. Ten měl tedy podle pravidel e-Bay za 252,-EUR zakoupit, nicméně jeho převzetí stejně jako uhrazení kupní ceny odmítnul. Prodávajícím byl přitom subjekt, který prostřednictvím e-Bay nabízel zboží v rámci své podnikatelské činnosti.

Prodávající proto zažaloval kupujícího o úhradu kupní ceny. Soudy obou stupňů včetně ovšem žalobu zamítly a Spolkový soudní dvůr tato rozhodnutí potvrdil. Stejně jako v českém občanském zákoníku (§ 54) je i v německém ustanovení, ve kterém se stanoví výjimky z užití principů ochrany spotřebitele; v těchto případech se úprava spotřebitelských smluv nepoužije vůbec. Takovými výjimkami jsou např. uzavření smlouvy o finančních službách (např. pojistné smlouvy), uzavření smlouvy prostřednictvím prodejních automatů a jednou z výjimek je též uzavření smlouvy na základě dražby. Protože e-Bay je

⁹⁰ Otevřel, P. *O podnikání nepodnikatelů v rámci e-aukcí* [online]. 2007 [cit. 2010-08-04]. Dostupný z WWW: <http://www.pravoit.cz/article/o-podnikani-nepodnikatelu-v-ramci-e-aukci>

organizován jako elektronické aukce a používá se pojem dražba a vydražit, měl žalobce za to, že kupující nebyl oprávněn odstoupovat od smlouvy bez udání důvodu, stejně jako neexistovala povinnost prodávajícího upozornit jej na možnost odstoupení bez udání důvodu.

Soudy shodně uvedly, že u e-aukcí, kde provozovatel této aukce dává možnost prodávajícím umístit zboží na příslušných stránkách a stanovit podmínky jejich prodeje. Jde tedy o závazný návrh na uzavření smlouvy. Provozovatel e-aukcí provozuje on-line systém, který umožňuje zájemcům o vystavené zboží elektronicky provádět „příhozy“, které jsou však pouze akceptací navržené kupní smlouvy – nejde tedy o princip veřejných dražeb, kdy smlouva vzniká okamžikem, kdy je udělen tzv. příklep. Z toho důvodu posoudily soudy celou situaci tak, že na prodej zboží prostřednictvím e-Bay se použije úprava spotřebitelských smluv v plném rozsahu.

V českém právu se sice nedají beze zbytku převzít veškeré závěry týkající se vzniku kupní smlouvy mezi účastníky e-aukce, nicméně základní závěr učinit lze. Prokáže-li kupující, že se prodávající věnuje prodeji zboží soustavně, vlastním jménem, na vlastní účet a za účelem dosažení zisku, pak by mohl uplatnit své právo dle § 54 občanského zákoníku. Prodávající, kteří využívají této formy prodeje ve velkém, by se měli mít na pozoru⁹¹.

⁹¹ Otevřel, P. *E-aukce a právo spotřebitele odstoupit od kupní smlouvy* [online]. 2007 [cit. 2010-08-04]. Dostupný z WWW: <http://www.pravoit.cz/article/e-aukce-a-pravo-spotrebitelce-odstoupit-od-kupni-smlouvy>

4. Závěr

Ochrana spotřebitele vychází ze skutečnosti, že při uzavírání smluv je spotřebitel slabší stranou. Program ochrany spotřebitele se tedy stal rychle se rozvíjející právní disciplínou, která je obsažená v právních normách různé síly, jež je možné najít napříč celým legislativním řádem České republiky. Po vstupu do Evropské unie jsme se navíc zavázali k přijetí komunitárního práva, které má vytvářet takové podmínky, které umožní fungování vnitřního trhu Společenství. Právní záruky, které nastavily ochranu spotřebitele, jistě výrazným způsobem přispívají k odstranění pochybností při uzavírání smluv se zahraničními dodavateli. Ochrana spotřebitele je sice relativně mladou disciplínou, nicméně má nezastupitelnou pozici v moderní společnosti. Smyslem zákonné úpravy je zajištění rovných podmínek pro všechny osoby vstupující na trh. Proto by nadměrné přisouzení práv spotřebiteli mělo jistě opačný důsledek, než který byl původně zamýšlen. Ke spotřebiteli je nutno přistupovat jako k osobě jednající rozumně a pozorně, tak aby nebyl ve své neznalosti udržován a nezačal jí zneužívat.

S uvolněním internetu pro komerční účely v 90. letech se otevřel prostor i pro nový druh obchodování. Internetové obchodování řadíme do elektronických služeb, a proto v tomto smyslu nelze hovořit o zcela novém jevu. Mezi elektronické prostředky, kterými lze uzavřít smlouvu, totiž řadíme i telefon či telegraf. Tyto formy se však nedají srovnávat s moderním elektronickým obchodováním především skrze internetové obchody kvůli masivnosti jejich využívání. Zákonodárce proto musel reagovat na novou formu kontraktace. Nutno dodat, že právní úprava stále obsahuje určitá „okénka“ i díky rychlému vývoji v této oblasti.

Smlouvy uzavírané bez fyzické přítomnosti stran, jsou v českém právu zakotveny v Občanském zákoníku v Hlavě páté, která se věnuje spotřebitelským smlouvám. V §53 a násl. jsou posléze upraveny tzv. distanční smlouvy. Úvodem je nutné si uvědomit, že spotřebitelské smlouvy nejsou

novým smluvním typem, ale jde pouze o jinou formu smluv, kdy jedním z kontrahentů je vždy spotřebitel. Ustanovení smluv uzavíraných pomocí prostředků komunikace na dálku je zásadní z hlediska dvou práv. Za prvé ukládá jasnou informační povinnost pro dodavatele. Myslím si však, že by bylo žádoucí určit přesný časový rámec, do kdy poskytnout zákonem požadované informace místo nedefinovaného „dostatečného předstihu“. Druhým důležitým bodem je právo spotřebitele odstoupit od smlouvy do 14 kalendářních dnů bez udání důvodu. Zde je legislativa příznivější pro osobu nejednající v rámci své podnikatelské činnosti, jelikož oproti evropské úpravě lhůtu prodloužila. Směrnice 97/7/ES o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených na dálku nařizuje minimální dobu pro uplatnění tohoto práva po 7 pracovních dní. Na druhé straně v české úpravě postrádám jak zákonné lhůty pro plnění, tak i pro vypořádání závazků při uplatnění práva na odstoupení od smlouvy. Navíc Občanský zákoník ponechává bez úpravy situaci, kdy může dojít ke sporům ohledně uhrazení nákladů spojených s vrácením zboží. Směrnice v tomto případě stanovuje, že tyto náklady jsou jedinou platbou, která může být spotřebiteli uložena. Podobných rozdílností mezi českou a komunitární úpravou je více i přesto, že §53 a násl. vznikl díky implementaci směrnice 97/7/ES. I z tohoto důvodu se mi jeví úprava evropská jako komplexnější. Nesmím zapomenout ani na výčet prostředků komunikace na dálku, kde nechybí například videotext či typový dopis, ale webovou stránku zde nenajdete, i když je to nejčastější způsob uzavírání distančních kontraktů. Mezi další významné směrnice, které se zabývají touto problematikou, patří určitě směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektrického obchodu, na vnitřním trhu a směrnice Rady 93/13/EHS o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách, které byly také transponovány do českého právního řádu. Jejich účel je především v definování práv spotřebitele nejen v internetovém prostředí, ale také ve vymezení odpovědnosti poskytovatelů informačních služeb. Celkově se domnívám, že dokonalá transpozice směrnic do českého práva by byla ku prospěchu. Spotřebitel sice práva má, nemůže se jich vzdát ani mu nemohou

být odebrána, ale v českém právu najde jen pár základních ustanovení o distančních smlouvách. Z tohoto hlediska je pro mě tento způsob úpravy poněkud zavádějící.

S rostoucím objemem uzavřených obchodů pomocí sítě internet, vzrůstají také specifické nároky na právo jako takové. Pojem elektronická kontraktace české právo nezná, nicméně se jím rozumí postup uzavírání smlouvy pomocí elektronických prostředků. Problematických situací vzniká při kontraktaci hned několik. Jedním z nich je například i projev vůle směřující k uzavření smlouvy. Z díkce Občanského zákoníku jím může být i pouhé prohlížení webové stránky. V souvislosti s projevem vůle je diskutabilní i určení subjektu, prokazování právní způsobilosti, zletilosti či svobodné jednání. Matoucím se zdá být i okamžik, kdy došlo k uzavření smlouvy pomocí prostředků komunikace na dálku. Mohlo by se zdát, že jde o akt, kdy odešleme elektronickou cestou potvrzení o výběru zboží a následný email od dodavatele je pouhým potvrzením uzavřeného obchodu. Zákon však ofertu popisuje jako projev vůle určitým osobám. Uvedenou adresnost tedy nesplňuje nabídka zboží na webových stránkách, která je pouhou výzvou k předkládání nabídek. Okamžik uzavření smlouvy proto nastává až potvrzením objednávky ze strany dodavatele. Z tohoto důvodu bych navrhoval akceptaci uzavření smlouvy při internetovém obchodování prostřednictvím webové stránky již při odeslání žádosti o vystavení zboží. Následná korespondence ze strany obchodníka by sloužila pouze jako potvrzení. Dále si myslím, že zavedením jednoduššího procesu elektronického podpisu by jistě vyřešilo celou řadu problémů spojených s e-kontraktací, které jsou nastíněny v příslušné kapitole. Domnívám se také, že přijetím mezinárodních vzorových zákonů na principu UNICTRALu by vedlo k jednotnému přístupu v mezinárodním měřítku.

Ochrana spotřebitele při internetovém obchodování je zachována i v prostředí e-aukcí. Jednou ze stran však musí i nadále být spotřebitel. Prostřednictvím aukcí je totiž možné zakoupit i zcela nové zboží. V takovém případě může být obtížné určit, kdy je prodávající podnikatel a kdy nikoli, což

má přímý vliv na uplatnění práva na odstoupení od smlouvy. Zákon jej určí dle několika indicií, nehledě na to, zda se prodávající k podnikatelské činnosti hlásí nebo ne.

Celkově považuji právní úpravu ochrany spotřebitele při internetovém obchodování za zdařilou, i přes některé problematické body, jejichž výklad by jistě přispěl ke zkvalitnění legislativy. Do budoucna předpokládám právní posun dané problematiky. Na druhou stranu je třeba přiznat, že komunitární právo má přednost. Tudíž musíme český právní řád vysvětlovat v souladu s právem Společenství.

5. Summary

Consumer protection is a relatively young discipline, however it has a non-substitutable place in modern society. Its meaning comes from the fact that during contracting the consumer is the weaker side. The consumer protection programme has rapidly become a developing legal discipline which is contained in legal standards of diverse power found within the legal code of the Czech Republic. After entering the European Union, we committed to the acceptance of the community law, which should create such conditions that would enable functioning of domestic market of the Comity of Nations. Consumer protection is an interesting subject also because once, anybody becomes a consumer. We become one every day. That is also the reason why everybody should be interested in knowing more about their rights, so that we do not become victims of traders' dishonest tricks.

Releasing the internet for commercial purposes in the 90s, a new kind of business was given space. A new way of contracting has also claimed a relevant consumer protection. It is necessary to add that legal amendment still contains certain imperfections thanks to the rapid development of the area. The questionable points connected with this subject are a part of the analysis of legal directives. It is particularly concerned with the implementation of the directives into the Czech law, which was not executed perfectly.

The introduction deals with the theoretical framework with the definitions of concepts connected with the consumer protection during internet trading, with the specification of some instruments of protection. The basis of the work is the part which deals with the legal amendment in the area of consumer distance contracting. Czech law, as well as the community law exceeding to the international law, is paid attention to. The conclusion describes the issue connected with e-contracting and e-auctions.

6. Seznam použité literatury

6.1. Tištěné dokumenty:

Bičovský, J., Fiala, J., Holub, M. *Občanský zákoník. Poznámkové vydání s judikaturou a novou literaturou*, 7. doplněné vydání. Praha: Linde Praha a.s., 2000. 175 s., ISBN 80-7201-249-5

Clemente, M., N. *Slovník marketingu*. Brno: Computer Press, 2004. 378 s. ISBN 80-251-0228-9

Dausés, M., A. *Příručka hospodářského práva EU (základy vnitřního trhu, ochrana životního prostředí a ochrana spotřebitele)*. Praha: ASPI Publishing, s.r.o., 2002. 776 s. ISBN 80-86395-32-4

Heriban, R. *Sborník příspěvků, Obchodovanie na internete*. České Budějovice: JCU v Českých Budějovicích, ZF ,1999. 210 s. ISBN 80-7040-381-0

Heřman, J., a kol. *Jakost zboží*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze (J.V.Print Havířov), 1992. 135 s. ISBN 80-7079-914-5

Horová, O. *Ochrana spotřebitele*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2002. 137 s. ISBN 80-245-0290-9

Horová, O. *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2006. 186 s. ISBN 80-245-1106-1

Janků, M., a kol. *Základy práva pro posluchače právnických fakult*. Praha: C.H. Beck, 2004. 502 s. ISBN 80-7179-883-5

Kol. autorů: *Poradce číslo 11*. Český Těšín: Porace s.r.o., 2008. 288 s. ISSN 1211-2437

Kol. autorů: *Obchod, jakost a finance v podnicích – determinanty konkurenceschopnosti II*. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2003. 231 s. ISBN 80-213-1048-0

Kol. autorů: *Elektronický obchod a EDI*. Brno: UNIS publishing, s.r.o., 1996. 216 s.

Libánský, V., Štěpán P. *Průvodce spotřebitele Evropskou Unií*. Praha: Ministerstvo zahraničních věcí České republiky, 2001. 76 s. ISBN 80-86345-12-2/MZV ČR, ISBN 80-86506-08-8/ÚMV

Machková, H., Černošlávková, E., Sato, A. a kol. *Mezinárodní obchodní operace*. Praha: Grada Publishing, 2003. 232 s. ISBN 80-247-0686-5

Mowen, J., C. *Consumer behaviour*. New York: Macmillan Publishing Company, 1987. 687s. ISBN 0-02-384590-2

Polčák, R.: *Introduction to ICT law*. Brno: Masarykova univerzita, 2007. 185 s. ISBN 978-80-210-4302-2

Polčák, R., Škop, M., Hrnčíř, P. *Cyberspace 2004: Normative framework*. Brno: Masarykova univerzita, 2005. 159 s. ISBN 80-210-3690-7

Sculley, B., A., Woods, W., W., A. *B2B internetová tržiště, revoluce v obchodování mezi firmami*. Praha: Grada Publishing, spol. s r.o., 2001. 192 s. ISBN 80-247-0081-6

Smejkal, V. *Internet a §§§*. Praha: Grada Publishing, spol. s r.o., 2001. 284 s. ISBN 80-247-0058-1

Týč, V. *Základy práva Evropských společenství pro ekonomy*. Praha: Linde Praha, a.s., 1999. 242 s. ISBN 80-7201-148-0

Vysekalová, J. *Psychologie spotřebitele*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2004. 284 s. ISBN 80-247-0393-9

6.2. Internetové publikace:

Brodec, J. *Spotřebitelské e-smlouvy* [online]. 2004 [cit. 2010-08-20]. Dostupný z WWW: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=208030>

Bureš, J. *Aukce není synonymem pro dražbu* [online]. 2008 [cit. 2010-08-04]. Dostupný z WWW: <http://realit.cz/clanek/aukce-neni-synonymem-pro-drazbu>

Darden, L., Thorpe, Ch. *Forming contracts over the internet: Click-wrap and browse-wrap agreements* [online]. 2003 [cit. 2010-08-01]. Dostupný z WWW: http://ul451.gsu.edu/lawand/papers/su03/darden_thorpe/#II

Hajný, F. *21829 Úmluva o uzavírání smluv prostředky elektronické komunikace* [online]. 2003 [cit. 2010-08-17]. Dostupný z WWW: <http://www.epravo.cz/top/clanky/umluva-o-uzavirani-smluv-prostredky-elektronickekomunikace-21829.html>

Hrádek, J. *Směrnice ES o elektronickém obchodu* [online]. 2001 [cit. 2010-08-21]. Dostupný z WWW: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=48747>

Knoblochová, V. *Doporučení o řešení spotřebitelských sporů a náhradách* [online]. 2007 [cit. 2010-08-17]. Dostupný z WWW: <http://www.mpo.cz/zprava33102.html>

Kočí, R. *Spotřebitelské smlouvy* [online]. 2005 [cit. 2010-08-17]. Dostupný z WWW: <http://obcanske.juristic.cz/69897/>

Ondřejová, D. *Hledisko tzv. průměrného spotřebitele v nekalé soutěži* [online]. 2009 [cit. 2010-08-22]. Dostupný z WWW: http://www.beck.cz/cz/z-nasich-casopisu/txtexpresion_ochrana+spot%c5%99ebitele/art_323/rbsearchsource_articles/hledisko-tzv-prumerneho-spotrebitele-v-nekale-soutezi.aspx

Otevřel, P. *E-aukce a právo spotřebitele odstoupit od kupní smlouvy* [online]. 2007 [cit. 2010-08-04]. Dostupný z WWW: <http://www.pravoit.cz/article/e-aukce-a-pravo-spotrebitele-odstoupit-od-kupni-smlouvy>

Otevřel, P. *O podnikání nepodnikatelů v rámci e-aukcí* [online]. 2007 [cit. 2010-08-04]. Dostupný z WWW: <http://www.pravoit.cz/article/o-podnikani-nepodnikatelu-v-ramci-e-aukci>

Otevřel, P. *Odpovědnost provozovatele e-aukcí* [online]. 2006 [cit. 2010-08-04]. Dostupný z WWW: <http://www.pravoit.cz/article/odpovednost-provozovatele-e-aukci>

Palla, T. *Vznik spotřebitelské smlouvy v internetovém obchodě* [online]. 2009 [cit. 2010-08-10]. Dostupný z WWW: <http://www.epravo.cz/top/clanky/vznik-spotrebitelske-smlouvy-v-internetovem-obchode-58686.html>

Pipková, H. *Ochrana spotřebitele ve vztahu ke komunitárnímu právu* [online]. 2005 [cit. 2010-08-17]. Dostupný z WWW: <http://pravniradce.ihned.cz/c4->

10078260-16736570-F00000_d-ochrana-spotrebitele-ve-vztahu-ke-komunitarnimu-pravu

Polčák, R., Štědroň, B. *K některým právním otázkám e-kontraktace* [online]. 2010 [cit. 2010-07-22]. Dostupný z WWW: http://www.ipravnik.cz/cz/clanky/txtexpresion_e-kontraktace/art_3799/rbsearchsource_articles/k-nekterym-pravnim-otazkam-e-kontraktace.aspx

Sekot, T. *Komise OSN pro mezinárodní obchodní právo* [online]. 2006 [cit. 2010-08-17]. Dostupný z WWW: <http://www.mpo.cz/dokument6470.html>

Smejkal, L. *Distanční smlouvy a ochrana spotřebitele v informační společnosti* [online]. 2001 [cit. 2010-02-17]. Dostupný z WWW: http://www.europeum.org/disp_article.php?aid=407

Smejkal, L. *Distanční smlouvy a ochrana spotřebitele v informační společnosti* [online]. 2001 [cit. 2010-02-17]. Dostupný z WWW: http://www.europeum.org/disp_article.php?aid=407

Štědroň, B. *Jaké právní předpisy se týkají elektronických obchodů* [online]. 2004 [cit. 2010-08-20]. Dostupný z WWW: <http://www.lupa.cz/clanky/jake-pravni-predpisy-se-tykaji-elektronickych-obchodu/>

Vučka, J. *Elektronické smlouvy – část I: Obecně o uzavírání smluv elektronickou cestou* [online]. 2002 [cit. 2010-08-10]. Dostupný z WWW: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=71656>

6.3. Internetové zdroje:

<http://www.mpo.cz>
<http://ec.europa.eu>
<http://eur-lex.europa.eu/>
<http://adr.komora.cz>
<http://www.ochrance.cz/>
<http://www.oecd.org>
<http://www.szpi.gov.cz>
<http://www.coi.cz>
<http://www.businessinfo.cz>
<http://www.dtest.cz>
<http://www.konzument.cz>
<http://www.spotrebitele.info>
<http://www.spotrebitel.cz>
<http://www.nadrevo.cz>

6.4. Právní předpisy:

- zákon 40/1964 Sb., o občanském zákoníku
- zákon 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci
- zákon 513/1991 Sb., obchodní zákoník
- zákon 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele
- zákon 227/2000 Sb., o elektronickém podpisu ve znění pozdějších předpisů
- zákon 367/2000 Sb., kterým se mění zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony
- zákon 146/2002 Sb., o státní zemědělské a potravinářské inspekci
- zákon 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti, ve znění pozdějších předpisů

- směrnice Rady 93/13/EHS ze dne 5. dubna 1993 o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách
- směrnice č. 97/7/ES, o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených na dálku
- směrnice Evropského Parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. 6. 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu

7. Seznam tabulek, schémat a grafů

Seznam tabulek:

Tabulka č. 1: Problémy, které trápí spotřebitele.....	str. 25
Tabulka č. 2: Práva a povinnosti spotřebitelů.....	str. 28

Seznam schémat:

Schéma č. 1: Vzájemné vztahy pojmů internetového obchodu, el. obchodu a el. podnikání.....	str. 31
---	---------

Seznam obrázků:

Obrázek č. 1: APEK Certifikovaný obchod a Česká kvalita.....	str. 20
Obrázek č. 2: APEK Certifikovaný obchod II. stupně.....	str. 21