

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra práva



Bakalářská práce

E-shopy a ochrana spotřebitele

Michaela Švýcarská

© 2023 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Michaela Švýcarská

Veřejná správa a regionální rozvoj – c.v. Klatovy

Název práce

E-shopy a ochrana spotřebitele

Název anglicky

E-shops and customer protection

Cíle práce

Hlavním cílem bakalářské práce je na základě analýzy právní úpravy ochrany spotřebitele při nákupu přes internet se zaměřením na povinnosti podnikatelů při nabídce a prodeji výrobků na e-shopech provést vyhodnocení dané problematiky. Dílčím cílem je analýza a vyhodnocení porušení povinností podnikatelů při prodeji prostřednictvím e-shopů podle jimi nabízeného sortimentu na základě zjištění inspektorátu České obchodní inspekce pro Plzeňský a Karlovarský kraj. Dílčím cílem je vyhodnocení počtu podaných podnětů od spotřebitelů, týkajících se poškození v internetovém prostředí.

Metodika

Bakalářská práce bude rozdělena do části teoretické a části praktické.

V teoretické části bude pracováno metodou analýzy předmětné právní úpravy a výkladu práva. Dále bude využita metoda rešerše odborné literatury vztahující se k dané problematice. V teoretické části budou dále rozebírány funkce a pravomoci ČOI a její nástroje, kterými lze kontrolovat vztah prodávajících a kupujících v internetovém prostředí.

V praktické části bude využito případových studií z kontrolní činnosti České obchodní inspekce, při kterých bylo zjištěno poškození spotřebitele při nákupech na internetu, nebo porušení povinností podnikatele při nabídce a prodeji na internetu. Výsledky kontrolní činnosti budou statisticky zpracovány s využitím vhodné metody.

Doporučený rozsah práce

30-40 stran

Klíčová slova

Česká obchodní inspekce, zákon o ochraně spotřebitele, občanský zákoník, spotřebitel, podnikatel, Alternative dispute resolution, e-shop, přestupky, sankce, ochrana spotřebitele

Doporučené zdroje informací

- Hulmák, M. a kol. Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§1721-2054). Komentář. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2014, 1335 s., ISBN 978-80-7400-535-0
- MORAVEC, Tomáš a kol. Spotřebitel a podnikatel na dynamicky se rozvíjejícím trhu. Praha: C.H. Beck, 2019. 341 s. ISBN 978-80-7400-745-3
- ONDREJOVÁ, Dana a SEHNÁLEK, David. Nekalosoutěžní reklama a nekalé obchodní praktiky v české i evropské právní úpravě a judikatuře. Praha: Leges, 2018. 295 s. ISBN 978-80-7502-239-4.
- Petrov, Jan, 1981-Občanský zákoník: komentář/Petrov, Výtisk, Beran a kol., 2. vydání, V Praze: C.H. Beck, 2019, ISBN 978-80-7400-747-7
- SELUCKÁ, Markéta a kol. Obchodní podmínky ve vztazích B2C. Praha: Leges, 2018. 184 s. ISBN 978-80-7502-293-6.
- TICHÝ, Luboš. Pojem spotřebitele jako smluvní strany v evropském a českém právu. In: MINK, Georges, ed., GRONDIN, Solange, ed. a LIBÁNSKÝ, Václav, ed. Spotřebitelská legislativa EU a její implementace do práva členského a kandidátského státu (na příkladu Francie a České republiky) [online]. Praha: CEFRES, 2001, s. 131–159, ISBN 80-86311-11-2.
- VÍTOVÁ, Blanka. Zákon o ochraně spotřebitele: komentář. Praha: Wolters Kluwer, 2016. 347 s. ISBN 978-80-7478-984-7.
- Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších právních předpisů
Zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších právních předpisů
Zároveň další literatura dle pokynů vedoucí BP
-

Předběžný termín obhajoby

2022/23 LS – PEF

Vedoucí práce

JUDr. Jitka Mráčková, CSc.

Garantující pracoviště

Katedra práva

Elektronicky schváleno dne 9. 6. 2022

JUDr. Jana Borská, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 16. 11. 2022

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 06. 02. 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "E-shopy a ochrana spotřebitele" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 14. 3. 2023

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala JUDr. Jitce Mráčkové, CSc. za užitečné rady a odborné vedení při vypracovávání této bakalářské práce.

E-shopy a ochrana spotřebitele

Abstrakt

Bakalářská práce je zaměřena na ochranu spotřebitele při uzavírání smluv v internetovém prostředí. Na základě analýzy právní úpravy bylo provedeno vyhodnocení problematiky, ve kterém je uvedené doporučení rozšíření dozorových kompetencí České obchodní inspekce, ve smyslu možnosti ukládání sankcí podnikateli při nedodržení čtrnáctidenní lhůty pro navrácení peněžních prostředků. V praktické části jsou uvedeny případové studie z kontrolní činnosti České obchodní inspekce. Při jejich vyhodnocení je doporučen návrh de lege ferenda.

Klíčová slova: Česká obchodní inspekce, zákon o ochraně spotřebitele, občanský zákoník, spotřebitel, podnikatel, Alternative Dispute Resolution, e-shop, přestupky, sankce, ochrana spotřebitele

E-shops and consumer protection

Abstract

The bachelor thesis focuses on consumer protection on the internet. Evaluation of the issue has been made based on the analysis of the legal regulation, which recommends extending supervisor competencies of the Czech Trade Inspection Authority in the sense imposing sanctions on the entrepreneur in a case of not refunding money within 14 days. In the practical part the case studies are presented from inspection activities of the Czech Trade Inspection Authority. From evaluation is recommended de lege ferenda principle.

Keywords: Czech Trade Authority Inspection, consumer protection act, civil codex, consumer, entrepreneur, Alternative Dispute Resolution, e-shop, offences, sanctions, consumer protection

Obsah

1 Úvod.....	10
2 Cíl práce a metodika	11
2.1 Cíl práce	11
2.2 Metodika	11
3 Teoretická východiska	12
3.1 Vymezení pojmů v oblasti obchodování v internetovém prostředí	12
3.1.1 Spotřebitel	12
3.1.2 Podnikatel	13
3.1.3 Internetový obchod	14
3.2 Právní úprava při uzavírání smluv v internetovém prostředí	16
3.2.1 Distanční smlouvy	16
3.2.2 Obchodní podmínky	18
3.2.3 Uzavírání smluv na internetu	20
3.2.4 Odstoupení od smlouvy	21
3.2.5 Poctivost prodeje.....	22
3.2.6 Nekalá obchodní praktika	23
3.2.7 Informační povinnosti při prodeji výrobků a poskytování služeb	27
3.2.8 Uplatnění práva z vadného plnění	28
3.3 Veřejná správa.....	28
3.3.1 Veřejná správa obecně	28
3.3.2 Výkon dozoru	29
3.3.3 Kontrolní řád.....	29
3.3.4 Místní a věcná příslušnost.....	30
3.4 Česká obchodní inspekce	30
3.4.1 Organizace a výkon dozoru České obchodní inspekce.....	30
3.4.2 Alternative Dispute Resolution - ADR.....	32
3.5 Analýza právní úpravy zákona č. zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů	33
3.5.1 Novely zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů.....	33
3.5.2 Zákon č. 378/2015 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony	35
3.5.3 Zákon č. 264/2017 Sb., kterým se mění zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů	36
3.5.4 Zákon č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů	36
3.6 Závěr teoretické části	39

4 Vlastní práce.....	40
4.1 Analýza provedených kontrol ČOI	40
4.1.1 Analýza provedených kontrol ČOI Plzeňského a Karlovarského kraje	40
4.1.2 Porušení ustanovení ZOS v roce 2022.....	41
4.1.3 Porušení zákona o ochraně zdraví před škodlivými účinky v roce 2022.....	42
4.1.4 Porušení ustanovení zákona o kontrole v roce 2022.....	43
4.1.5 Porušení ustanovení zákona o technických požadavcích na výrobky v roce 2022.....	43
4.1.6 Porušení právního předpisu Evropské unie o názvech textilních vláken v roce 2022.....	43
4.1.7 Vyhodnocení zjištěných nedostatků	44
4.2 Opatření	44
4.2.1 Uložená opatření a jejich struktura v roce 2022	44
4.3 Vývoj kontrol e-shopů v Plzeňském a Karlovarském kraji	45
4.3.1 Vývoj a rozbor	45
4.3.2 Predikce	46
4.4 Případové studie kontrol provedených ve sledovaném období roku 2022	48
4.4.1 Kontrola internetového obchodu vedená pod č. j. ČOI 38840/22/O100	48
4.4.2 Kontrola internetového obchodu vedená pod č. j. ČOI 83621/22/O100	49
4.4.3 Kontrola internetového obchodu vedená pod č. j. ČOI 131980/21/O100, ČOI 63880/22/O100	50
4.4.4 Shrnutí případových studií.....	51
4.5 Spotřebitelské podněty	51
4.5.1 Přijaté podněty v roce 2022	51
4.6 Rizikové e-shopy.....	52
4.6.1 Podrobnosti rizikových e-shopů	52
4.7 Závěr praktické části	53
5 Výsledky a doporučení.....	54
5.1 Výsledky a doporučení z teoretické části.....	54
5.2 Výsledky a doporučení praktické části	55
6 Závěr.....	56
7 Seznam použitých zdrojů	57
8 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk.....	62
8.1 Seznam obrázků	62
8.2 Seznam tabulek	62
8.3 Seznam grafů.....	62
8.4 Seznam zkratk	62
Přílohy.....	63

1 Úvod

Bakalářská práce se zabývá problematikou ochrany spotřebitele v internetovém prostředí. V současné době jsou nákupy prostřednictvím internetu zcela běžné a e-shop je nejrozšířenější formou obchodování B2C, z tohoto důvodu je kladen větší důraz na ochranu spotřebitele. Založení e-shopu je v dnešní době velmi jednoduché, jelikož je na trhu mnoho softwarů, které to umožňují. Meziroční změna e-shopů je + 3 % a obrat české e-commerce ročně strmě stoupá. Aktuální počet e-shopů je 51 tisíc.¹

Nakupování v on-line tržišti s sebou nese výhody i nevýhody. Jednou z nevýhod je, že spotřebitel se s výrobkem nemůže fyzicky seznámit dříve, než je mu doručen či předán. V praxi to znamená, až po uzavření kupní smlouvy, a tak může být obchodníkem oklamán. Jelikož je spotřebitel na trhu chápán jako slabší smluvní strana, je nutné, aby jeho ochrana byla upravena v co nejširším rozsahu.

Každý spotřebitel, který má důvodné podezření, že byl při uzavírání kupní smlouvy oklamán, se může obrátit na Českou obchodní inspekci s dotazem nebo podáním podnětu ke kontrole. Česká obchodní inspekce v rozsahu působnosti vymezené příslušnými právními předpisy poskytuje mj. i bezplatné poradensko-informační služby. Případné podání podnětu Česká obchodní inspekce posoudí a může zahájit kontrolu.

Právní základ ochrany spotřebitele je uveden v zákoně č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů a v zákoně č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů. Tento je analyzován s využitím metody rešerše odborné literatury v teoretické části. Výklad práva týkající se ochrany spotřebitele byl zpracován ke konci roku 2022. Právní úprava platná pro tento rok se vztahovala na případové studie z kontrolního šetření České obchodní inspekce, které jsou uvedeny v praktické části. Ve vybraných případových studiích bylo zjištěno poškození spotřebitelů. Výsledky kontrolní činnosti jsou statisticky zpracovány.

¹ [online] [cit. 2023-02-28] Dostupné z <https://www.ceska-ecommerce.cz/>

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem bakalářské práce je na základě analýzy právní úpravy ochrany spotřebitele při nákupu přes internet se zaměřením na povinnosti podnikatelů při nabídce a prodeji výrobků na e-shopech provést vyhodnocení dané problematiky. Dílčím cílem je analýza a vyhodnocení porušení povinností podnikatelů při prodeji prostřednictvím e-shopů podle jimi nabízeného sortimentu na základě zjištění inspektorátu České obchodní inspekce pro Plzeňský a Karlovarský kraj. Dílčím cílem je vyhodnocení počtu podaných podnětů od spotřebitelů, týkajících se poškození v internetovém prostředí.

2.2 Metodika

Bakalářská práce je rozdělena do části teoretické a části praktické. V teoretické části je pracováno metodou analýzy předmětné právní úpravy a výkladu práva. Dále je využita metoda rešerše odborné literatury vztahující se k dané problematice. V teoretické části jsou dále rozebírány funkce a pravomoci ČOI a její nástroje, kterými lze kontrolovat vztah prodávajících a kupujících v internetovém prostředí.

V praktické části jsou využity případové studie z kontrolní činnosti České obchodní inspekce, při kterých bylo zjištěno poškození spotřebitele při nákupech na internetu nebo porušení povinností podnikatele při nabídce a prodeji na internetu. Výsledky kontrolní činnosti jsou statisticky zpracovány s využitím metody lineárního trendu.

3 Teoretická východiska

3.1 Vymezení pojmů v oblasti obchodování v internetovém prostředí

3.1.1 Spotřebitel

Spotřebitelem se stává každý člověk, který uvažuje o nákupu výrobků či služby za úplatu, začíná tedy aktivně jednat a podnikat kroky k uskutečnění samostatné kupní smlouvy a nejedná v rámci své podnikatelské činnosti. Má se za to, že jeho ekonomické síly jsou nižší. Spotřebitel je ovlivněn svými pocity a také reklamou v jakékoliv podobě. Jeho právní znalosti dosahují nižší úrovně, jestliže nejedná v rámci své podnikatelské činnosti, pohlíží se na jeho postavení jako na roli slabšího ve vzájemném smluvním vztahu.²

Spotřebitele lze vyhodnotit jako člověka neboli fyzickou osobou, který nakupuje, tudíž uzavírá kupní smlouvu a to pro své soukromé účely, pro vlastní potřebu. Jeho role slabšího je opodstatněná, neboť nedisponuje množstvím informací z oblasti práva a je pro něj obtížnější tyto informace oproti podnikateli získávat. „*Spotřebitel je subjektem a účastníkem trhu, který v rámci svých tržních možností vystupuje jako protipól fyzickým nebo právnickým osobám podnikatelů.*“³ Spotřebitele lze tedy považovat za neprofesionála ve srovnání s profesionálem – podnikatelem. Charakteristika spotřebitele je různorodá.⁴ Slabší stranou je spotřebitel, který se dostal do vztahu závislosti na podnikateli. Spotřebitel není již schopen se dobře na trhu orientovat, neboť nemá potřebné znalosti k tomu, aby se mohl správně řádným způsobem rozhodnout, a především, aby předešel nebo zamezil nerovnému vyjednávání s podnikateli. Spotřebitel za těchto podmínek není schopen uzavřít smlouvu tak, aby prosadil svoji vůli vůči nadřazenému smluvnímu partnerovi.⁵

Definic spotřebitele je v českém právním systému několik, pro účely bakalářské práce se použijí dvě. Pojem spotřebitel z hlediska soukromého práva je vymezen v ustanovení § 419 zákona číslo 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších

² PETROV, Jan, 1981 – Občanský zákoník: komentář/Petrov, Výtisk, Beran a kol., 2. vydání v Praze: C. H. Beck, 2019, ISBN 978-80-7400-747-7, s. 445

³ VÍTOVÁ, Blanka. Zákon o ochraně spotřebitele: komentář. Praha: Wolters Kluwer, 2016, ISBN 978-80-7478-984-7, s. 12

⁴ Tamtéž, s. 12

⁵ TICHÝ, Luboš. Pojem spotřebitele jako smluvní strany v evropském a českém právu. In: MINK, Georges, ed., GRONDIN, Solange, ed. a LIBÁNSKÝ, Václav, ed. Spotřebitelská legislativa EU a její implementace do práva členského a kandidátského státu (na příkladu Francie a České republiky), Praha: CEFRES, 2001, ISBN 80-86311-11-2, s. 139

předpisů: „spotřebitelem je každý člověk, který mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná“.⁶ Ustanovení § 2 odst. 1 písm. a), zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, definuje spotřebitele jako „fyzickou osobu, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání“.⁷, toto je základní definicí veřejného práva.

Každý spotřebitel je jinak vzdělaný nebo informovaný, charakteristika každého člověka je jiná, na základě těchto rozdílů byl zaveden pojem „průměrný spotřebitel“, který je charakterizován ve Směrnici Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách. Tento pojem je užíván v rámci Evropské unie. Soudní dvůr Evropské unie definoval „průměrného spotřebitele“ tzv. normativním modelem.⁸

3.1.2 Podnikatel

Souvztažně k pojmu spotřebitel, patří pojem podnikatel. Subjekt se stává podnikatelem, jestliže „samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.“⁹ Nejdůležitějším vymezením pojmu podnikatel pro účely ochrany spotřebitele je „Pro účely ochrany spotřebitele a pro účely § 1963 se za podnikatele považuje také každá osoba, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností či při samostatném výkonu svého povolání, popřípadě osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele.“¹⁰ Dle zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, ustanovení § 421 odst. 2 je „podnikatelem osoba, která má k podnikání živnostenské nebo jiné oprávnění podle jiného zákona“.¹¹ Živnostenské podnikání je upraveno v živnostenském zákonu. Pro účely zákona o ochraně spotřebitele je „prodávajícím podnikatel, který

⁶ Viz § 419 zákona číslo 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

⁷ Viz § 2 odst. 1 písm. a) zákona číslo 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

⁸ [online] [cit. 2022-01-10] Dostupné z <https://www.epravo.cz/top/clanky/definice-spotrebitel-dle-noz-nektere-aspekty-prumerneho-spotrebitel-dle-soucasne-judikatury-94146.html>

⁹ Viz § 420 odst. 1, zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

¹⁰ Viz § 420 odst. 2, zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

¹¹ Viz § 421 odst. 2, zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

spotřebiteli prodává výrobky nebo poskytuje služby“.¹² U podnikatele je předpokládáno, že v rámci své podnikatelské činnosti uzavírá denně několik smluv, ať už se spotřebiteli, či se subdodavateli, z toho vyplývá, že jeho právní znalosti budou mít širší charakter než spotřebitel.

3.1.3 Internetový obchod

První zmínky o elektronickém obchodě se objevily v 70. letech minulého století. Později se tento typ obchodování rozšířil především díky masivnímu rozšíření počítačů v domácnostech. S rozvojem komunikačních kanálů, zvláště internetu, se obchodování stalo oblíbeným napříč všemi věkovými skupinami spotřebitelů. V dnešním uspěchaném životním stylu se „nakupování z domova“ dostalo do popředí především díky časové nenáročnosti a možnosti rychlého porovnání cen.

*„Podle definice používané OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development, česky Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj) zahrnuje elektronický obchod jakékoli obchodní transakce, které provádějí osoby fyzické i právnické, přičemž tyto transakce jsou založeny na elektronickém zpracování a přenosu dat.“*¹³ Elektronický obchod může provozovat každý, kdo splní požadavky živnostenského oprávnění.

Alternativním označením pro internetový obchod je nejčastěji používaný e-shop. Jedná se o obchod uskutečňovaný v online prostředí. Podnikání na internetu se také nazývá e-commerce, která nezahrnuje jen samotný prodej, ale také poskytování různých služeb. V současné době elektronický obchod zcela plynule nahrazuje nabídku a prodej v kamenných provozovnách. V České republice je nejvíce e-shopů na obyvatele v Evropě. Celkem na území ČR je provozováno 51 tisíc internetových obchodů.¹⁴

V internetovém prostředí jsou především používány dva druhy obchodování B2B (Business to Business / podnikatel vs. podnikatel) a B2C (Business to Consumer / podnikatel vs. spotřebitel). Nejprodávanejšími produkty jsou mobilní telefony. V následujícím grafu je uveden nejčastěji nakupovaný sortiment. V grafu č. 2 je uveden

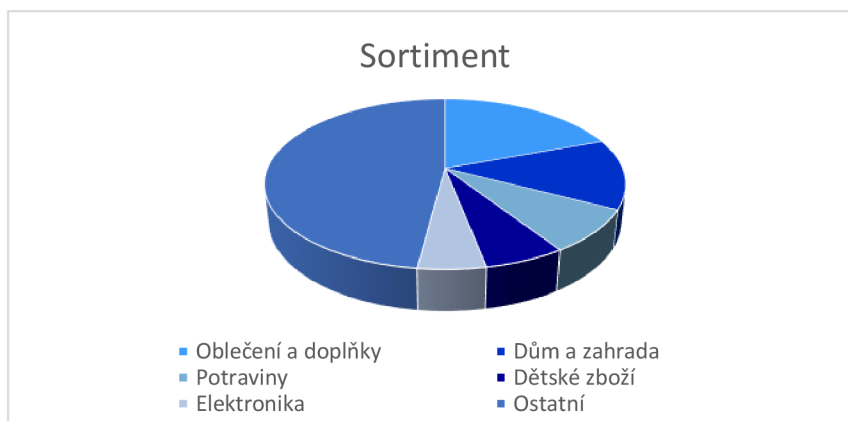
¹² Viz § 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

¹³ [online] [cit. 2022-01-10] Dostupné z <https://www.businessinfo.cz/navody/elektronicky-obchod-ppbi#!&chapter=1>

¹⁴ [online] [cit. 2022-01-10] Dostupné z <https://www.ceska-ecommerce.cz/>

obrat české e-commerce, v roce 2022 je odhadovaný přes 220 mil. korun. Součástí nákupu online je přeprava zakoupeného zboží. Zákazníci nejčastěji využívají přepravní služby společnosti Zásilkovna, a to z 42 %. Na druhém místě je Česká pošta s 18 %.¹⁵

Graf 1: Nejčastější sortiment e-shopů



Zdroj: <https://www.ceska-ecommerce.cz/#produkty>

Graf 2: Obrat české e-commerce



Zdroj: <https://cc.cz/rust-o-100-vystridaly-poklesy-ceska-e-commerce-zazila-rok-na-horske-draze-obrat-rostl-nejpomaleji-za-osm-let/>

¹⁵ [online] [cit. 2022-01-10] Dostupné z <https://www.ceska-ecommerce.cz/#velikost>

Průběh nákupu v internetovém obchodě: Spotřebitel si na webových stránkách vybírá zboží jako např. v listinné podobě katalogu, u tohoto jsou uvedené důležité informace, jako např. o dostupnosti výrobku, hmotnosti, údaje o velikosti, fotografie. Po dokončení výběru je zboží vloženo do virtuálního košíku. Dále objednávkový formulář obsahuje další kroky, nejčastěji jsou v počtu 4. Prvním krokem je obsah košíku. Druhým krokem je výběr dopravy a platby, tyto lze vybrat z několika možností. Doprava je zpravidla zastoupena Českou poštou, Zásilkovnou, samoobslužnou bezpečnostní schránkou, kurýr – dopravní společnosti PPL, DHL, UPS a jiné. Nabízené formy plateb – konzervativní platba na dobírku, bankovní převod, kartou online, PayPal (elektronická peněženka), Twisto (zápůjčka peněz). Třetím krokem je poskytnutí osobních údajů obsahující jméno a příjmení, adresu, telefonní číslo a e-mailové spojení. Čtvrtý krok je rekapitulace objednávky, která slouží pro kontrolu veškerých zadaných parametrů. Před odesláním objednávky je dále nutné, aby spotřebitel vyjádřil souhlas s obchodními podmínkami.

3.2 Právní úprava při uzavírání smluv v internetovém prostředí

3.2.1 Distanční smlouvy

Definice. „Distanční smlouvou se rozumí smlouva uzavíraná mezi podnikatelem a spotřebitelem s výhradním využitím jednoho nebo několika dálkových komunikačních prostředků bez současné fyzické přítomnosti stran, a to až do okamžiku uzavření smlouvy, včetně tohoto okamžiku.“¹⁶ Komunikačním prostředkem na dálku je především internet.¹⁷

Nakupováním prostřednictvím e-shopů dochází k uzavírání distančních smluv, jejich úprava je stanovena v § 1820 - § 1851 OZ. Obecná ustanovení týkající se závazků ze smluv uzavíraných se spotřebitelem jsou uvedeny v § 1811 - § 1819 OZ.

¹⁶ PETROV, Jan, 1981 – Občanský zákoník: komentář/Petrov, Výtisk, Beran a kol., 2. vydání v Praze: C. H. Beck, 2019, ISBN 978-80-7400-747-7, s. 1928

¹⁷ Tamtéž s. 1928

Podnikatel v dostatečném předstihu před uzavřením smlouvy má povinnost, sdělit spotřebiteli řadu informací:

- a) „o platbách spotřebitele
- b) o minimální závaznosti smlouvy,
- c) o odstoupení od smlouvy
- d) o řešení sporů a dohledu.“¹⁸

K bodu a)

Zákon ukládá povinnost informovat spotřebitele o nákladech prostředků komunikace na dálku, pokud se liší od základní sazby. Spotřebitel musí být informován o záloze nebo obdobné platbě, je-li vyžadována.¹⁹

K bodu b)

Pokud se jedná o smlouvu s opakovaným plněním, musí podnikatel spotřebitele informovat o nejkratší době, po kterou bude smlouva strany zavazovat. Závislost na době je vyjádřena formou času, jinou formou vyjádření minimálního rozsahu je např. povinnost minimálního odběru.²⁰

K bodu c)

Spotřebitel musí být informován o možnostech odstoupení od smlouvy, podmínkách, lhůtách a postupech. Při využití práva pro odstoupení od smlouvy musí být spotřebitel informován, že ponese náklady spojené s navrácením zboží. Před uzavřením smlouvy na dálku může být spotřebiteli poskytnuto vzorové poučení o možnosti odstoupení. Dále spotřebitele informuje, v jakých případech zaniká právo pro odstoupení od smlouvy.²¹

K bodu d)

Podání pro mimosoudní řešení sporů je možné adresovat České obchodní inspekci jako orgánu veřejné moci působící na trhu pro ochranu spotřebitele.²²

Aby se spotřebitel mohl rozhodnout, zda smlouvu s podnikatelem uzavře, výše uvedené informace musí podnikatel sdělit spotřebiteli v dostatečném předstihu (časový

¹⁸ PETROV, Jan, 1981 – Občanský zákoník: komentář/Petrov, Výtisk, Beran a kol., 2. vydání v Praze: C. H. Beck, 2019, ISBN 978-80-7400-747-7, s. 1929

¹⁹ HULMÁK, M. a kol. Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§1721–2054). Komentář. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2014, ISBN 978-80-7400-535-0, s. 507

²⁰ Tamtéž, s. 508

²¹ Tamtéž, s. 508

²² HULMÁK, M. a kol. Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§1721–2054). Komentář. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2014, ISBN 978-80-7400-535-, s. 509

prostor k přečtení a seznámení) před uzavřením smlouvy nebo před tím, než učiní závaznou nabídku.²³

3.2.2 Obchodní podmínky

Při uzavírání kupní smlouvy v internetovém obchodě spotřebitel odsouhlasí tzv. standardizovanou kupní smlouvu v podobě obchodních podmínek. Standardizovaná je z důvodu použitelnosti při každém obdobném nákupu. „*Obchodní podmínky představují nepřímá smluvní ujednání, která slouží smluvním stranám k zjednodušení a zrychlení kontrakčního procesu.*“ Jde o soubor ujednání, které v praxi předkládá smluvní strana, která nabízí své zboží či služby, jsou předem připravená, dle pravidel OZ. Jedná se o podrobnou úpravu práv a povinností.²⁴

Dle ustanovení § 1751 odst. 1 OZ „*Část obsahu smlouvy lze určit odkazem na obchodní podmínky, které navrhovatel připojí k nabídce nebo které jsou stranám známy. Odchylná ujednání ve smlouvě mají před zněním obchodních podmínek přednost.*“²⁵

V obchodním vztahu B2C je spotřebitel považován za slabší smluvní stranu. Ústavní soud uvádí, že obchodní podmínky „*nesmí sloužit k tomu, aby do nich v nepřehledné, složité formulované a malým písmem psané formě dodavatel skryl ujednání, která jsou pro spotřebitele nevýhodná a o kterých předpokládá, že pozornosti spotřebitele nejspíše uniknou.*“²⁶

Spotřebitel má právo na sdělení takových podmínek, které jsou pro podnikající osoby méně výhodné. S veškerými informacemi, které obchodní podmínky obsahují, musí být každý spotřebitel seznámen v českém jazyce, a to v plném rozsahu. Seznámení musí být jasné a srozumitelné tak, aby smlouva, kterou strany uzavřely, byla pro klienta výhodná. Seznámení se s textem obchodních podmínek v průběhu procesu uzavření kupní smlouvy je pro spotřebitele výhodou.²⁷

²³ PETROV, Jan, 1981 – Občanský zákoník: komentář/Petrov, Výtisk, Beran a kol., 2. vydání v Praze: C. H. Beck, 2019, ISBN 978-80-7400-747-7, s. 1929

²⁴ MORAVEC, T., Pastorčák, J. a kol. Spotřebitel a podnikatel na dynamicky se rozvíjejícím trhu. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2019, ISBN: 978-80-7400-745-3, s. 61

²⁵ Viz § 1751 odst. 1, zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

²⁶ Bod 33 nálezu Ústavního soudu ze dne 11. listopadu 2013, sp. Zn. I. ÚS 3512/11

²⁷ SELUCKÁ, Markéta, Veverková, S. a kol.: Obchodní podmínky ve vztazích B2C. Praha: Leges, 2018, ISBN 978-80-7502-293-6, s. 41

Doporučené náležitosti obchodních podmínek:

- identifikační údaje prodávajícího (§ 1811 odst. 2 písm. a) OZ)
- informační povinnosti nabízených výrobků či služeb (§ 1811 odst. 2 písm. a) OZ, § 9 odst. 1 ZOS)
- cenové označení (§ 1811 odst. 2 písm. c) OZ, § 12 ZOS a § 13 zákona č. 526/1990 Sb., o cenách, ve znění pozdějších předpisů)
- platební a dodací podmínky (§ 1811 odst. 2 písm. d) OZ, § 11a ZOS)
- údaje o právu z vadného plnění (§ 1811 odst. 2 písm. f) OZ, § 13 ZOS)
- doba trvání závazku a podmínky ukončení (§ 1811 odst. 2 písm. g) OZ)
- údaje o mimosoudním řešení spotřebitelských sporů (§ 14 odst. 1 ZOS)
- údaje týkající se ochrany osobních údajů (nařízení Evropského parlamentu a Rady EU 2016/679 ze dne 27. dubna 2016, o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů)
- údaje o odstoupení od kupní smlouvy (§ 1820 odst. 1 písm. f) OZ)
- v jakých případech spotřebitel nemůže odstoupit od smlouvy (§ 1837 OZ)
- v případě odstoupení od smlouvy ponese spotřebitel náklady spojené s navrácením zboží (§ 1820 odst. 1 písm. g) OZ)
- údaje o orgánu státního dozoru (§ 1820 odst. 1 písm. j) OZ)
- informace o uložení smlouvy a její zpřístupnění (§ 1826 odst. 1 písm. a) OZ)
- údaj o jazycích, ve kterých lze smlouvu uzavřít (§ 1826 odst. 1 písm. b) OZ)
- jednotlivé technické kroky vedoucí k uzavření smlouvy (§ 1826 odst. 1 písm. c) OZ)
- údaj o možnostech změny zadaných údajů před odesláním objednávky (§ 1826 odst. 1 písm. d) OZ)
- kodexy chování (§ 1826 odst. 1 písm. e) OZ)²⁸

Ujednání, která jsou pro spotřebitele příznivější, jako např. delší lhůta pro odstoupení od smlouvy nežli zákonná lhůta v délce 14 dní, lze do obchodních podmínek taktéž po obsahové stránce zahrnout. V obchodních podmínkách mohou být zahrnuty odkazy na specifické podmínky, tyto musí být v souladu s výše uvedeným.

²⁸ SELUCKÁ, Markéta, Veverková, S. a kol.: Obchodní podmínky ve vztazích B2C. Praha: Leges, 2018, ISBN 978-80-7502-293-6, s. 41-43

Je-li kupní smlouva uzavřena za použití elektronických prostředků, poskytne podnikatel spotřebiteli znění obchodních podmínek v textové podobě dle ustanovení § 1827 odst. 2 OZ. „*Textová podoba je zachována, jsou-li údaje poskytnuty takovým způsobem, že je lze uchovat a opakovaně zobrazovat.*“²⁹ Poskytnutí obchodních podmínek v podobě webového odkazu, není tak v souladu s výše uvedeným ustanovením, neboť podnikatel jejich podobu může kdykoliv změnit. Spotřebiteli, který uzavře smlouvu v e-shopu, náleží právo si podmínky opakovaně zobrazovat, např. při projevení vady výrobku se spotřebitel rozhodne uplatnit právo z vadného plnění. V tomto okamžiku dojde k opakovanému zobrazení, aby měl možnost se seznámit s podmínkami a rozsahem pro uplatnění tohoto práva. Webovým odkazem na obchodní podmínky, může dojít k situaci, že spotřebiteli nebudou obchodní podmínky poskytnuty ve znění, které přijal při uzavření smlouvy. Spotřebitel má mít k dispozici obchodní podmínky platné v době uskutečnění smlouvy.

3.2.3 Uzavírání smluv na internetu

Proces uzavírání spotřebitelských smluv na internetu se změnil v roce 2014, kdy nabyl účinnosti nový OZ. Do nového OZ byla mj. implementována směrnice 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů.

Ustanovení § 1732 odst. 2 OZ „*Má se za to, že návrh dodat zboží nebo poskytnout službu za určenou cenu učiněný při podnikatelské činnosti reklamou, v katalogu nebo vystavením zboží je nabídkou s výhradou vyčerpání zásob nebo ztráty schopnosti podnikatele plnit.*“³⁰ O závaznou nabídku k uzavření kupní smlouvy se jedná v případě, je-li zboží označené cenou a je nabízené na e-shopu.³¹ Pro splnění podmínek nabídky platí:

- „*nabídka musí obsahovat podstatné náležitosti smlouvy*
- *možnost uzavření smlouvy jednoduchým a nepodmíněným způsobem*
- *z právního jednání navrhovatele musí vyplývat jeho vůle být nabídkou vázán.*“³²

²⁹ Viz § 1819, zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

³⁰ Viz § 1732 odst. 2, zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

³¹ OŽANA, Jan. K uzavírání kupní smlouvy v prostředí internetových obchodů (e-shopů) – LIT239175CZ. In: ASPI [Právní informační systém] [cit. 2022-01-11]

³² KUČERA, Zdeněk. Uzavírání spotřebitelských smluv na internetu – LIT53022CZ. In: ASPI [Právní informační systém] [cit. 2022-01-11]

K uzavření kupní smlouvy dochází odesláním objednávky prodávajícímu, tento se se zaslou zprávu nemusí seznámit, postačí objektivní příležitost tak učinit.³³

3.2.4 Odstoupení od smlouvy

Od smlouvy uzavírané za pomoci prostředků na dálku, může spotřebitel využít práva na odstoupení bez udání důvodu. *„Spotřebitel má právo odstoupit od smlouvy ve lhůtě čtrnácti dnů. Lhůta podle věty první běží ode dne uzavření smlouvy a jde-li o*

a) kupní smlouvu, ode dne převzetí zboží,

b) smlouvu, jejímž předmětem je několik druhů zboží nebo dodání několika částí, ode dne převzetí poslední dodávky zboží, nebo

c) smlouvu, jejímž předmětem je pravidelná opakovaná dodávka zboží, ode dne převzetí první dodávky zboží.“³⁴

Spotřebitel nese důkazní břemeno o prokázání odstoupení. Sankce hrozí podnikateli, když o právu o odstoupení spotřebitele neinformuje.

„Odstoupí-li spotřebitel od smlouvy, zašle nebo předá podnikateli bez zbytečného odkladu, nejpozději do čtrnácti dnů od odstoupení od smlouvy, zboží, které od něho obdržel. Byla-li spotřebiteli již poskytnuta služba, není z toho podnikatel ničeho povinen s výjimkou ustanovení § 1834.“³⁵

Z výše uvedeného ustanovení spotřebiteli plyne povinnost vrátit zboží, tato povinnost se nevztahuje na původní obal, jak někteří prodávající stále uvádí.

„Odstoupí-li spotřebitel od smlouvy, vrátí mu podnikatel bez zbytečného odkladu, nejpozději do čtrnácti dnů od odstoupení od smlouvy, všechny peněžní prostředky, včetně nákladů na dodání, které od něho na základě smlouvy přijal, stejným způsobem. Podnikatel vrátí spotřebiteli přijaté peněžení prostředky jiným způsobem jen tehdy, pokud s tím spotřebitel souhlasil a pokud mu tím nevzniknou další náklady.“³⁶

Podnikatel má možnost spotřebiteli vrátit náklady na dodání ve výši nejlevnějšího způsobu dodání, který nabízí.

³³ Rozsudek Nejvyššího soudu ČR sp. Zn. 3951/2009 ze dne 27. dubna 2011

³⁴ Viz § 1829 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

³⁵ Viz § 1831 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

³⁶ Viz § 1832 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

Při využití práva odstoupení od smlouvy se lhůta čtrnácti dní použije třikrát. Spotřebitel 1. lhůtu čtrnácti dní má právo využít pro seznámení se s vlastnostmi výrobku a jeho funkčnostmi, tato lhůta se začíná počítat následujícím dnem po převzetí zboží. Pokud konec lhůty připadá na sobotu/neděli/svátek, její konec je nejbližší následující pracovní den. Oznámit odstoupení podnikateli může až čtrnáctý den této lhůty formou jednostranného sdělení (zasláním e-mailu, ve kterém oznámí „odstoupení“ nebo o této skutečnosti informuje prodávajícího telefonicky a další). Pro toto sdělení může spotřebitel využít vzorový formulář pro odstoupení poskytnutý prodávajícím. Od okamžiku oznámení o odstoupení od smlouvy začíná pro spotřebitele plynout 2. lhůta čtrnácti dní, ve které je kupující povinen zaslat nebo předat prodávajícímu předmět koupě, tuto lhůtu může spotřebitel využít v plném rozsahu. Postačí, když poslední den lhůty zboží předá přepravní společnosti. Následuje 3. lhůta čtrnácti dní, ve které podnikatel spotřebiteli vrátí zaplacené finanční prostředky včetně nákladů na dodání. Podnikatel nemusí peněžní prostředky spotřebiteli vrátit do doby prokazatelného vrácení zboží. Není-li spotřebitel o výše uvedených lhůtách informován, prodlužuje se lhůta pro odstoupení na rok (§ 1829 odst. 2 OZ). Spotřebitel nemůže od smlouvy odstoupit v případech uvedených v § 1837 OZ. Nejčastějším případem je zboží, které bylo upraveno podle přání spotřebitele, zboží podléhající rychlé zkáze, noviny, zvukové nebo obrazové nahrávky (CD, DVD). Podnikatel nesmí spojit právo odstoupení od smlouvy s jakoukoliv sankcí.

3.2.5 Poctivost prodeje

K obecné povinnosti právních styků platí, že je každý povinen jednat poctivě (§ 6 OZ). Při nabídce a prodeji výrobků má prodávající povinnost dle ustanovení § 3 odst. 1 ZOS prodávat výrobky:

- ve správné hmotnosti, míře nebo množství
- v předepsané nebo schválené jakosti
- za předem sjednané ceny a ceny správně účtovat
- používat úředně ověřená měřidla

Prodávat výrobky za ceny, které jsou v souladu s cenovým předpisem, tím je zákon č. 525/1990 Sb., o cenách, ve znění pozdějších předpisů. Cena sjednána mezi podnikatelem a spotřebitelem je konečná, zahrnující všechny daně, poplatky a cla.

3.2.6 Nekalá obchodní praktika

Úplnou harmonizaci nekalých obchodních praktik upravuje Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu. Účelem směrnice je přispět k řádnému fungování vnitřního trhu a dosáhnout vysoké úrovně ochrany spotřebitele sblížením právních předpisů členských států týkajících se nekalých obchodních praktik, které poškozují ekonomické zájmy spotřebitelů.³⁷

Nekalou obchodní praktiku upravuje a zakazuje § 4 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění *pozdějších předpisů*. „*Obchodní praktikou je určitý způsob chování podnikatele ve vztahu ke spotřebiteli spočívající v konání, opomenutí, prohlášení, obchodním sdělení včetně reklamy a uvedení na trh související s propagací, prodejem nebo dodáním výrobku nebo služby spotřebiteli, a to v jakékoli fázi obchodní transakce (ve fázi nabídky, v předkontrakční fázi, při vyjednávání o smluvních podmínkách, při uzavření smlouvy a dokonce i po jejím uzavření v průběhu plnění).*“³⁸ V konečném výsledku není brán zřetel na to, zda spotřebitel výrobek/službu zakoupí či nikoliv.

Obchodní praktiky dle výše uvedených právních norem jsou řešeny ve vztahu B2C. Obchodník disponuje zpravidla informacemi v potřebném rozsahu, přičemž spotřebitel je ve stavu informační nouze.

V § 4 odst. 1 a 2 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění *pozdějších předpisů* je uvedeno: „*(1) Obchodní praktika je nekalá, je-li v rozporu s požadavky odborné péče a podstatně narušuje nebo je způsobilá podstatně narušit ekonomické chování spotřebitele, kterému je určena, nebo který je jejím působení vystaven, ve vztahu k výrobku nebo službě. Je-li obchodní praktika zaměřena na určitou skupinu spotřebitelů, posuzuje se podle průměrného člena této skupiny.*“³⁹

Odborná péče je úroveň zvláštních dovedností a péče, kterou lze ve vztahu B2C rozumně očekávat a která souvztačně odpovídá obecným zásadám dobré víry v oblasti daného prodeje.

³⁷ HOWELLS, G., MICKLITZ, H. -W., WILHELMSSON, T. European fair trading law. The unfair commercial practices directive. Hampshire (England): Ashgate Publishing Limited, 2006, ISBN 978-11-3826-691-9, s. 58

³⁸ VÍTOVÁ, Blanka. Zákon o ochraně spotřebitele: komentář. Praha: Wolters Kluwer, 2016, ISBN 978-80-7478-984-7, s. 43

³⁹ Viz § 4 odst. 1 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění *pozdějších předpisů*

„(2) Obchodní praktika, která může podstatně narušit ekonomické chování určité jednoznačně vymezené skupiny spotřebitelů, kteří jsou z důvodu duševní nebo fyzické slabosti, věku nebo důvěřivosti zvláště zranitelní takovou praktikou nebo výrobkem nebo službou, a to způsobem, který prodávající může rozumně očekávat, se hodnotí z hlediska průměrného člena této skupiny; tím nejsou dotčeny běžné a oprávněné reklamní praktiky zveličených prohlášení nebo prohlášení, která nejsou míněna doslovně.“⁴⁰

Generální klauzule nekalých obchodních praktik tvoří dvě základní podmínky, které musí být naplněny kumulativně:

1. obchodní praktika musí být v rozporu s požadavky odborné péče,
2. obchodní praktika musí podstatně narušovat ekonomické chování spotřebitele.⁴¹

Ekonomické chování, které by mohlo podstatně ovlivnit rozhodování ohledně koupě, je taková obchodní praktika, která narušuje spotřebitelskou schopnost učinit informované a efektivní rozhodnutí. Rozhodnutí ohledně koupě zahrnuje veškeré možné úkony, které souvisí s obchodní transakcí. Jedná se např. o rozhodnutí o cestě do provozovny podnikatele, na základě reklamy rozhodnutí vstoupit do obchodu, rozhodnutí uskutečnit objednávku výrobku či služby na internetu, rozhodnutí o předvedení výrobku či služby za účelem uzavření smlouvy.⁴² Nekalé obchodní praktiky lze dělit na praktiky klamavé a agresivní a pro tyto typy nekalých praktik platí, že jsou způsobitelné přimět spotřebitele k rozhodnutí, které by bez jejich vlivu neučinil a uvádí jej v omyl.⁴³ Klamavé praktiky se dále dělí na klamavá konání, které upravuje § 5 ZOS, a klamavá opomenutí dle ustanovení § 5a ZOS. Agresivní obchodní praktiky jsou vymezeny v § 5b ZOS. Obchodní praktiky, které jsou nekalé za všech okolností, jsou uvedeny v příloze č. 1 a 2 ZOS tzv. černá listina nekalých obchodních praktik.

Klamavé konání je taková praktika, která obsahuje věcně nesprávnou informaci a je tedy nepravdivá, což vede nebo může vést spotřebitele k rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučil.⁴⁴ Za klamavou obchodní praktiku se považuje i ta, co obsahuje pravdivou informaci, pokud jakýmkoli způsobem uvádí nebo je schopna uvést spotřebitele v omyl,

⁴⁰ Viz § 4 odst. 2 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

⁴¹ ONDREJOVÁ, D., Sehnálek, D.: Nekalosoutěžní reklama a nekalé obchodní praktiky v české i evropské právní úpravě a judikatuře. Praha: Leges, 2018, ISBN 978-80-7502-239-4, s. 135

⁴² VÍTOVÁ, Blanka. Zákon o ochraně spotřebitele: komentář. Praha: Wolters Kluwer, 2016, ISBN 978-80-7478-984-7, s. 43

⁴³ ETLÍKOVÁ, Markéta. Generální klauzule nekalých obchodních praktik. RaP – Rekodifikace & Praxe. 2016, č. 7. In: ASPI [Právní informační systém] [cit. 2022-01-11]

⁴⁴ Viz § 5 odst. 1 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

týkající se např. existence a podstaty výrobku nebo služby, hlavních znaků výrobku nebo služby (dostupnost, možnosti použití, specifikace a další), ceny nebo způsobu výpočtu ceny anebo existence konkrétní cenové výhody a další.⁴⁵

O klamavé opomenutí se jedná v případech, kdy podnikatel opomene uvést podstatné informace, které v dané souvislosti spotřebitel potřebuje pro rozhodnutí ohledně koupě, opomenutím podstatné informace může spotřebitele vést k rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil. Za klamavé opomenutí se také považuje, pokud prodávající podstatné informace pro smluvní vztah zatají nebo poskytne nejasným, nesrozumitelným nebo nejednoznačným způsobem nebo v nevhodný čas, což spotřebitele vede k rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil.⁴⁶

Agresivní obchodní praktika výrazně zhoršuje nebo může zhoršit svobodu volby nebo chování spotřebitele ve vztahu k výrobku nebo službě, a to obtěžováním, donucováním včetně použití fyzické síly nebo nepatřičným ovlivňováním, čímž může způsobit, že spotřebitel učiní rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil.⁴⁷

„Při posuzování nekalosti obchodních praktik je nejprve nutné zkoumat, zda je určitá obchodní praktika zahrnuta v tzv. černé listině, tedy v příloze I směrnice 2005/29 (přílohách č. 1 a č. 2 ZOS), pokud nikoliv, poté je nutno zkoumat, zda naplňuje znaky klamavé obchodní praktiky podle článku 6 a 7 (§ 5 a 5a ZOS) nebo agresivní obchodní praktiky podle článku 8 a 9 (§ 5b ZOS), a pokud praktika nenaplňuje ani tyto znaky, je možné označit tuto praktiku za nekalou, naplňuje-li znaky obecné (generální) klauzule upravené v článku 5 odst. 2 směrnice 2005/29 (§ 4 odst. 1 ZOS).“⁴⁸

⁴⁵ Viz § 5 odst. 2 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

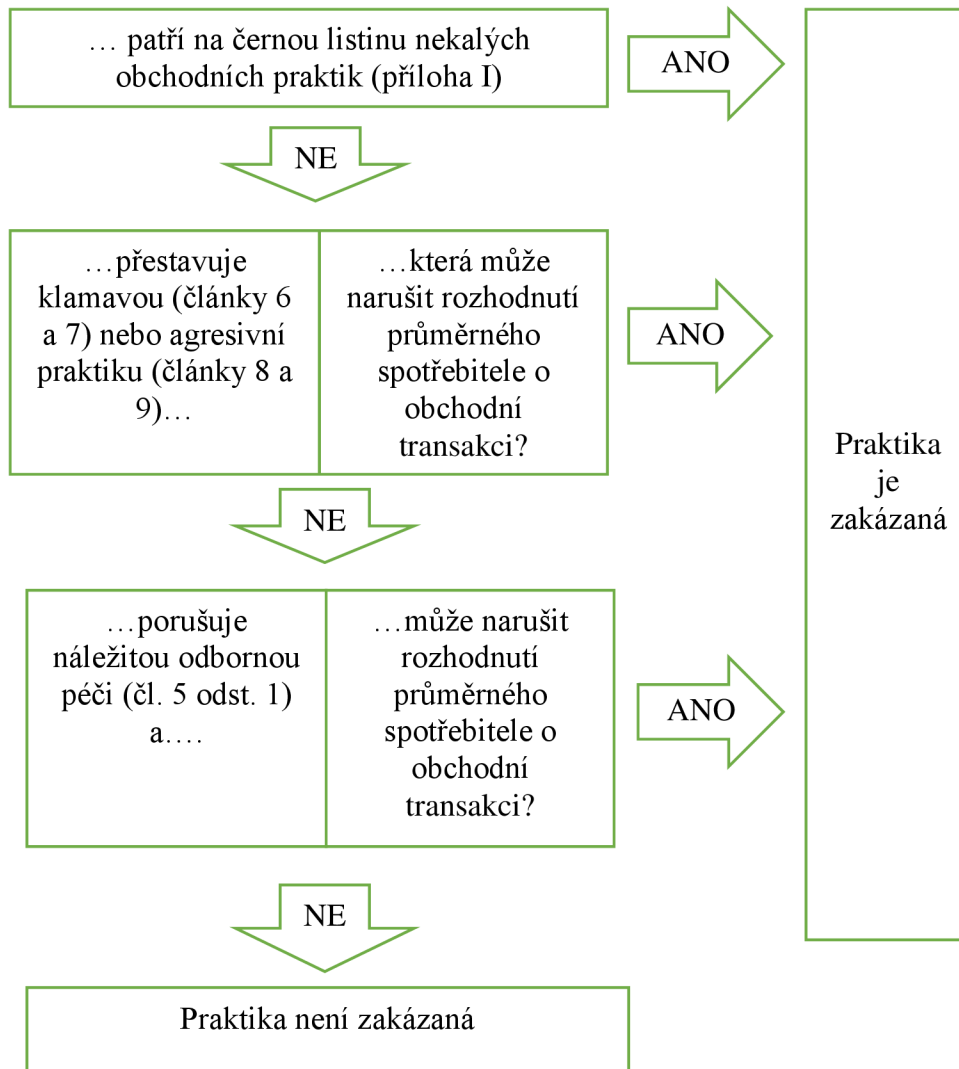
⁴⁶ Viz § 5a odst. 1 a 2 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

⁴⁷ Viz § 5b odst. 1 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

⁴⁸ ONDREJOVÁ, D., Sehnálek, D.: Nekalosoutěžní reklama a nekalé obchodní praktiky v české i evropské právní úpravě a judikatuře. Praha: Leges, 2018, ISBN 978-80-7502-239-4, s. 129

Schematické zobrazení postupu při kvalifikaci obchodní praktiky jako nekalé podle směrnice 2005/29:

Obrázek 1: Kvalifikace nekalých obchodních praktik



Zdroj: ONDREJOVÁ, D., Sehnálek, D.: Nekalosoutěžní reklama a nekalé obchodní praktiky v české i evropské právní úpravě a judikatuře. Praha: Leges, 2018, s. 130, ISBN 978-80-7502-239-4), vlastní zpracování

3.2.7 Informační povinnosti při prodeji výrobků a poskytování služeb

Informační povinnosti při prodeji výrobků a služeb ve vztazích B2C jsou upraveny v zákoně o ochraně spotřebitele v druhé části (§ 9 až 12 ZOS). Podnikatel má podle tohoto zákona vůči spotřebiteli informační povinnosti:

- označit výrobky (§ 9 odst. 1 ZOS)
o vlastnostech prodáváných výrobků nebo poskytnutí služby, způsobu použití a údržby výrobku, nebezpečí, které vyplývá z jeho nesprávného použití nebo údržby, riziku souvisejícím s poskytovanou službou
- označení (§ 10 odst. 1 ZOS)
 - a) výrobcem nebo dovozcem, popř. dodavatelem, a pokud to povaha výrobku vyžaduje, další specifické údaje k identifikaci (hmotnost, množství, rozměr, název, velikosti)
 - b) údaji o materiálech použitých u obuvi v jejích hlavních částech,
- upozornění (§ 10 odst. 6 ZOS)
prodávající je povinen spotřebitele předem zřetelně upozornit, že nabízený výrobek má vadu (byl již použitý)
- způsob poskytnutí informací (§ 11 odst. 1 ZOS)
informace poskytnuté na základě informačních povinností (v § 9, 10, 12, 13, § 16 odst. 1 a 3 a § 19) v písemné podobě musí být uvedeny v českém jazyce
- informace o omezení pro dodání a jaké způsoby platby jsou přijímány (§ 11a ZOS)
prodávající při použití elektronických prostředků na dálku má povinnost informovat zřetelným způsobem o tom, zda platí nějaká omezení při dodání výrobku či poskytnutí služby (např. omezené fungování e-shopu v době dovolené)
- informace o ceně (§ 12 ZOS)
prodávající je povinen zajistit zřetelným způsobem označení o ceně prodáváných výrobků/služeb.⁴⁹

⁴⁹ MORAVEC, T., Pastorčák, J. a kol. Spotřebitel a podnikatel na dynamicky se rozvíjejícím trhu. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2019, ISBN: 978-80-7400-745-3, s. 104-106

3.2.8 Uplatnění práva z vadného plnění

Uplatnění práva z vadného plnění je další důležitou informační povinností prodávajícího vůči spotřebiteli jakožto slabší smluvní strany. Rozsah povinností je stanoven v § 13 zákona o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů „*Prodávající je povinen spotřebitele řádně informovat o rozsahu, podmínkách a způsobu uplatnění práva z vadného plnění (dále jen „reklamace“), spolu s údaji o tom, kde lze reklamaci uplatnit.*“⁵⁰ V tomto ustanovení není bližší specifikace, jak má podnikatel povinnost splnit, nejčastější formou plnění je reklamační řád, který je nedílnou součástí obchodních podmínek.

Doba pro uplatnění práva z vadného plnění je upravena v § 2165 OZ v délce 24 měsíců u spotřebního zboží, která začíná běžet dnem převzetí předmětu kupní smlouvy. Jakost při převzetí odpovídá kvalitě kupované věci, toto upravuje § 2161 OZ, ze kterého mj. plyne zákonná domněnka ve smyslu převzetí věci s vadou, která se projeví do šesti měsíců od převzetí, má se za to, že vadu měla věc již při převzetí.⁵¹

3.3 Veřejná správa

3.3.1 Veřejná správa obecně

Veřejná správa vždy jedná ve veřejném zájmu. Primárním úkolem veřejné správy, jakožto formální instituce, je výkon dozoru v oblasti ochrany spotřebitele. Správní dozor je činnost, jejímž základním principem je pozorování jednání, které se dále vyhodnocuje a může vést k nápravě nebo sankci, jestliže je z jednání patrné porušení právní normy. Správní dozor je vykonáván orgánem veřejné správy v pozici dozorčího orgánu, jemuž zákon svěřuje dozorčí působnost.⁵²

⁵⁰ Viz § 13 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

⁵¹ PETROV, Jan, 1981-Občasný zákoník: komentář/Petrov, Výtisk, Beran a kol., 2. vydání v Praze: C. H. Beck, 2019, ISBN 978-80-7400-747-7, s. 2338

⁵² MORAVEC, T., Pastorčák, J. a kol. Spotřebitel a podnikatel na dynamicky se rozvíjícím trhu. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2019, ISBN: 978-80-7400-745-3, s. 217

3.3.2 Výkon dozoru

Výkon dozoru orgánů veřejné moci je upraven v zákoně č. 255/2012 Sb., o kontrole, v zákoně č. 500/2004 Sb., správní řád a v zákoně č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich, ve znění pozdějších předpisů. Dále se postupy řídí zvláštními právními předpisy.

Orgány dozoru na úseku ochrany spotřebitele zajišťují v jednotlivých oblastech:

- Česká obchodní inspekce
- Státní zemědělská a potravinářská inspekce
- krajské hygienické stanice
- Státní veterinární správa
- živnostenské úřady
- Český úřad pro zkoušení zbraní a střeliva
- Česká národní banka
- Státní ústav pro kontrolu léčiv
- Energetický regulační úřad
- Český telekomunikační úřad
- Úřad pro ochranu osobních údajů

3.3.3 Kontrolní řád

Kontrolní řád stanovuje postupy kontrolních orgánů vykonávajících působnost v oblasti veřejné správy. Kontrolní řád je obecně procesně právní předpis, stanovující postupy kontrolního procesu. Při kontrole dozorového orgánu je zjišťováno, jak kontrolovaná osoba plní povinnosti, které jí vyplývají z jiných právních předpisů, v případě této bakalářské práce se jedná o zákon o ochraně spotřebitele.⁵³

⁵³ VÍTOVÁ, Blanka. Zákon o ochraně spotřebitele: komentář. Praha: Wolters Kluwer, 2016, ISBN 978-80-7478-984-7, s. 267

3.3.4 Místní a věcná příslušnost

Místní příslušnost kontrolních orgánů upravuje ustanovení § 11 zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů, tato je určena místem činnosti, místem nemovitosti, místem podnikání podnikající fyzické osoby, místem trvalého pobytu, místem sídla u právnické osoby. Věcná příslušnost je upravena v ustanovení § 10 zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů „*Správní orgány jsou věcně příslušné jednat a rozhodovat ve věcech, které jim byly svěřeny zákonem nebo na základě zákona.*“⁵⁴

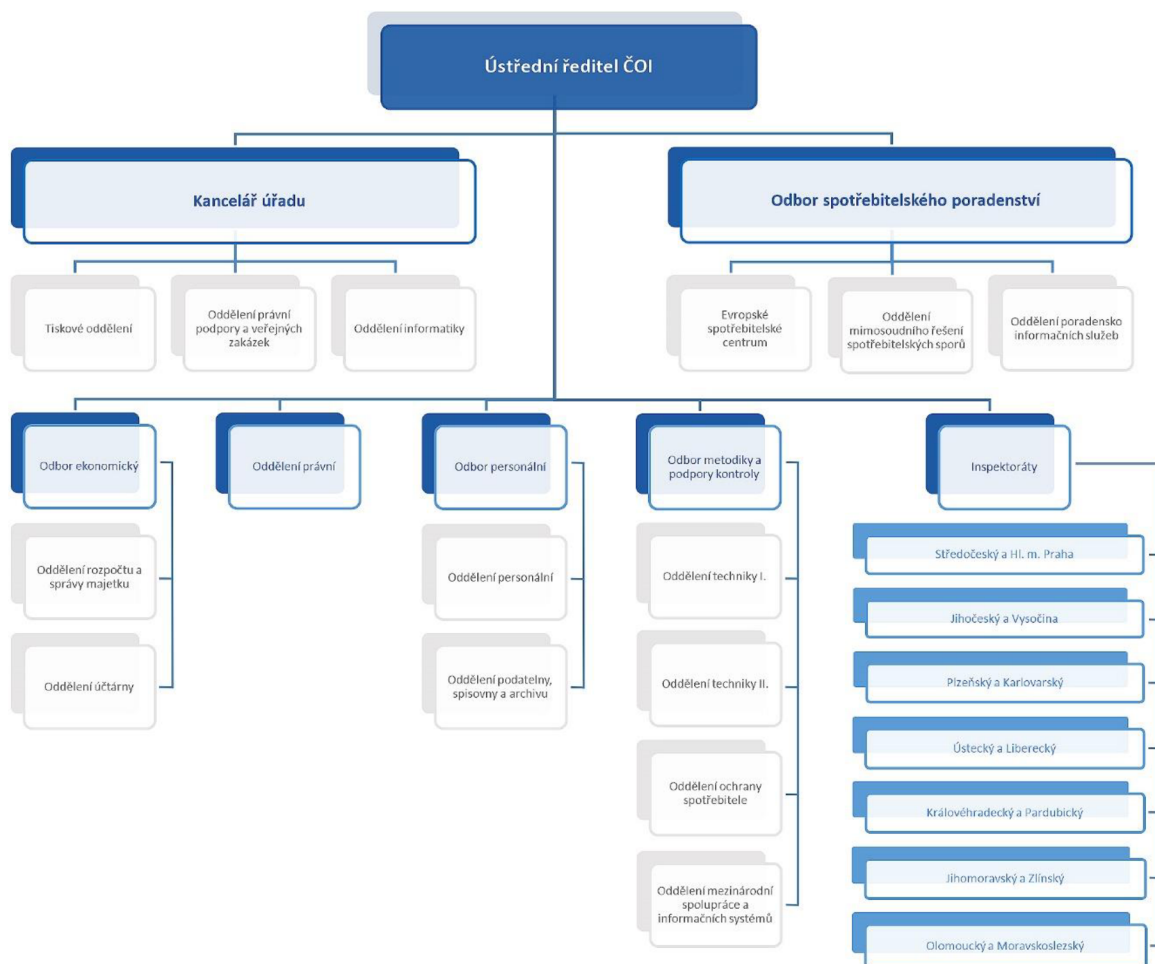
3.4 Česká obchodní inspekce

3.4.1 Organizace a výkon dozoru České obchodní inspekce

Česká obchodní inspekce je státním orgánem – rozpočtovou organizací, který je podřízen ministerstvu průmyslu a obchodu. Centrální dozor nad dodržováním povinností stanovených zákonem o ochraně spotřebitele provádí ČOI. Vymezení pravomocí ČOI upravuje zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů. Člení se na ústřední inspektorát a jemu podřízené inspektoráty s územní působností.

⁵⁴ Viz § 10 zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů

Obrázek 2: Organizační struktura ČOI



Zdroj: <https://www.coi.cz/o-coi/organizacni-struktura/>

ČOI kontroluje právnické a fyzické osoby, které nabízejí, prodávají, dodávají nebo uvádějí na trh výrobky nebo poskytují služby, u nichž provádí systematickou kontrolu. Výkon dozoru ve vymezeném rozsahu provádí v souladu se zákony, mezi nejvýznamnější právní předpisy patří:

- zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 90/2016 Sb., o posuzování shody stanovených výrobků při jejich dodávání na trh, ve znění pozdějších předpisů

- zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 477/2001 Sb., o obalech, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 311/2006 Sb., o pohonných hmotách, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 65/2017 Sb., o ochraně zdraví před škodlivými účinky návykových látek, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních, č. 370/2017 Sb., o platebním styku, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 253/2008 Sb., o některých opatřeních proti legalizaci výnosů z trestné činnosti a financování terorismu, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 185/2001 Sb., o odpadech, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 223/2016 Sb., o prodejní době v maloobchodě a velkoobchodě, ve znění pozdějších předpisů

3.4.2 Alternative Dispute Resolution – ADR

ČOI je jedním ze subjektů mimosoudního řešení spotřebitelských sporů, který zastává roli smírčího orgánu při řešení soukromoprávních sporů. Jedná se o strukturovaný vyjednávací proces, do kterého subjekt ADR vstupuje jako neutrální třetí osoba.⁵⁵ Řízení je zaměřeno na odstranění rozdílných názorů mezi stranami a ukončení sporu.⁵⁶ Návrh na zahájení mimosoudního řešení sporu lze podat pouze, pokud ve věci nerozhodl soud. *„Mimosoudní řešení sporů je institut založený na hledání oboustranně přijatelné dohody stran sporu. Česká obchodní inspekce na rozdíl od soudů nemá pravomoc sama o předmětu sporu závazně rozhodnout nebo strany sporu k dohodě donucovat. Vzhledem k tomu, že institut ADR je založen na dohodě stran, může být efektivní zejména při řešení sporů se seriózními podnikateli, kterým záleží na korektních vztazích se svými zákazníky.“*⁵⁷

⁵⁵ VLACHOVÁ, Barbora, Rozhodování správních orgánů ve spotřebitelských sporech. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2021, ISBN 978-80-7400-811-5, s. 24

⁵⁶ GOLDSMITH, J. -C., Ingen-Housz, A., Pointon, G. H. ADR in business: practice and issues across countries and cultures. Frederick, MD: Sold and distributed in North, Central and Soud America by Aspen Publishers, 2011, ISBN 978-94-4112-584-2 s. 6

⁵⁷ [online] [cit. 2022-01-10] Dostupné z <https://www.coi.cz/informace-o-adr/>

3.5 Analýza právní úpravy zákona č. zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

3.5.1 Novelty zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

Od roku 1992 se zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů novelizoval několikrát, konkrétně se jedná o 48 novel, přičemž první byla v roce 1993. S každou další novelizací přichází prohloubení a je značně posílená ochrana spotřebitele a jeho práva na trhu, a to na základě předchozích získaných zkušeností prokázaných praxí. Výčet novel, týkající se ZOS je uveden v příloze č. 1 této bakalářské práce. Autorka této bakalářské práce vykonává službu u České obchodní inspekce od 1. 6. 2010, po celou dobu působnosti v této organizaci došlo k řadě novel zákona o ochraně spotřebitele. ZOS je jedním z nejdůležitějších zákonů, které ČOI dozoruje. Vývoj ZOS s některými důležitými změnami je následně podrobně rozebrán v níže uvedené tabulce.

Tabulka 1: Změny zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele v platném znění

Novely	Důležité souvislosti předpisu
28/2011 Sb.	- Uzavírání smluv o užívání budovy nebo její části na časový úsek tzv. timesharing - Rozšíření dozorových pravomocí ČOI - 15 nových správních deliktů a pokuty za ně
139/2011 Sb.	- Dozor nad ochranou spotřebitele v postavení a působnost České národní banky při výkonu činnosti
211/2011 Sb.	- Dozor nad dodržováním povinností stanovených v § 4 až 6 a § 12 na úseku podnikání v energetických odvětvích provádí Energetický regulační úřad
219/2011 Sb.	- V § 7b se slova „a jsou označeny nápisem „humanita““ zrušují
468/2011 Sb.	- Dozor nad dodržováním povinností stanovených v § 3 až 5a, § 6, § 9 až 10, § 11 až 13, § 15 až 16 a v § 19 na úseku služeb elektronických komunikací provádí Český telekomunikační

	úřad
238/2012 Sb.	- ČOI provádí dozor nad dodržování povinností předpisu Evropské unie, který upravuje názvy textilních vláken a označování materiálového složení textilních výrobků
221/2012 Sb.	- v ust. § 23 odst. 15 za slovo „komunikací“ se vkládají slova „a poštovních služeb“
303/2013 Sb.	- vklady nových paragrafů § 3a – použití telefonního čísla s vyšší než běžnou cenou § 11a – informovat spotřebitele, zda platí omezení při dodání zboží za použití elektronických prostředků § 13 - uplatnění práva z vadného plnění (dále jen „reklamací“)
476/2013 Sb.	- Povinnosti související s konáním organizovaných akcí
356/2014 Sb.	- § 23 odst. 6 nahrazení slov <i>celní úřad</i> vykonává působnost podle přímo použitelného předpisu EU
378/2015 Sb.	- nová formulace paragrafů § 4 – nekalá obchodní praktika § 5 – klamavá konání § 5a – klamavá opomenutí § 5b – agresivní obchodní praktika § 5c – prokazování tvrzení § 14 – informační povinnost o mimosoudním řešení sporů - vložení nové 3. části § 20d až § 20m (specifikace ADR)
188/2016 Sb.	- dozor § 23 odst. 1
183/2017 Sb.	- změna nadpisu § 24 – Přestupky
264/2017 Sb.	- doplnění § 3 odst. 1 písm. d) – při prodeji výrobků používat úředně ověřená měřidla
371/2017 Sb.	- změna slova v § 3 odst. 2 „přímé náklady“
179/2019 Sb.	- implementace Evropského předpisu – zeměpisné blokování (geoblocking)
164/2020 Sb.	- doplnění dozorových kompetencí § 23 odst. 21
205/2020 Sb.	- změna § 23 odst. 3 (náhrada textu)
238/2020 Sb.	- vložení nové 7. části § 24c - § 24l

374/2022 Sb.	<ul style="list-style-type: none"> - implementace „on-line tržiště“ - klamavé opomenutí doplněno o informace původu „spotřebitelské recenze“ - § 9 odst. 2 návod na trvalém nosiči dat - vklad nového § 11b – pořadí nabídek - vklad nového § 12a – informace o slevě z ceny výrobku - nové znění § 19 - ČOI provádí dozor nad vybranými ustanoveními OZ - doplnění § 23b až § 23f - úprava přestupků
--------------	--

Zdroj: vlastní zpracování

3.5.2 Zákon č. 378/2015 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony

Zásadní změny upravuje zákon č. 378/2015 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony, tento nabyl účinnosti dne 28. 12. 2015. Podstatou novely je správná a úplná transpozice směrnice 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu, tato je nově implementována v ustanovení § 4, § 5, § 5a, § 5b, § 5c ZOS, nově jsou zde implementovány pojmy: „obchodní praktika vůči spotřebiteli“, „rozhodnutí o obchodní transakci“, „podstatné narušení ekonomického chování“, „výzva ke koupi“. Současně byl doplněn § 2 odst. 1 písm. f) ZOS, ve kterém byl vymezen pojem „výrobek“.

Další podstatou novely je realizace směrnice 2013/11/EU ze dne 21. května 2013 o alternativním řešení spotřebitelských sporů a o změně nařízení (ES) č. 2006/2004 a směrnice 2009/22/ES (směrnice o alternativním řešení spotřebitelských sporů). Jedná se o vytvoření jednotného systému řešení spotřebitelských sporů v rámci celé Evropské unie, jehož cílem je usnadnit spotřebitelům cestu k vymáhání jejich práv.

Výše uvedená novela je pozitivní zásah do českého právního řádu, kterým se jednoznačně zvýšila ochrana spotřebitele na vnitřním trhu, a zároveň se vytvořil

transparentní systém řešení sporů. Uvedené změny a doplňující právní úpravy jsou v současné době stále v ZOS zakotveny.

3.5.3 Zákon č. 264/2017 Sb., kterým se mění zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

Část druhá zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů byla rozšířena v ustanovení § 3 odst. 1 písm. d), který upravuje poctivost prodeje výrobků, takových, jejichž cena je vztažná k ověřené hmotnosti, při prodeji těchto výrobků musí prodávající používat úředně ověřená měřidla s platným úředním ověřením, které upravuje oblast metrologie. Do účinnosti tohoto právního předpisu, tj. do 31. 10. 2017 se výskyt neověřených nebo předpisům neodpovídajících měřidel prověřoval dle zákona o České obchodní inspekci. Přesunutím této povinnosti pro prodávající vznikla přehlednější právní úprava, která souvztažně působí v oblasti poctivosti prodeje, je tím více jednoznačná.

3.5.4 Zákon č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

Tato novela nově implementuje směrnici Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/770 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o poskytování digitálního obsahu a digitálních služeb, směrnici Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/771 ze dne 20. května 2019 o některých aspektech smluv o prodeji zboží, a dále směrnici Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/2161 ze dne 27. listopadu 2019.

Důležité změny pro e-shopy účinné od 6. 1. 2023:

- **Prezentování slev**

Referenční cenou (předchozí) při zobrazování slev je nejnižší cena zboží nabízená obchodníkem za posledních 30 dnů před poskytnutím slevy. Ověření, zda informace o slevě z ceny výrobku obsahuje informaci o nejnižší ceně výrobku, za kterou jej prodávající nabízel a prodával a v době 30 dnů před poskytnutím slevy, nebo od okamžiku, kdy začal výrobek nabízet a prodávat,

do okamžiku poskytnutí slevy, nebo v době 30 dnů před prvním poskytnutím slevy.

- Spotřebitelské recenze

Jestliže podnikatel zveřejňuje na svém webu uživatelské recenze, musí informovat, zda zajišťuje jejich ověření, např. je-li recenze pravá a to přímo od spotřebitele, který si výrobek již zakoupil.

Uvedení informace nejlépe v obchodních podmínkách, že recenze jsou ověřené a dále uvést, jakým způsobem jsou ověřovány, v praxi se nejčastěji setkáme s ověřením přes portál heureka.cz či zboží.cz.

- Objednávka zavazující k platbě

Podnikatel zajistí, aby spotřebitel vzal při objednávce výslovně na vědomí, že se zavazuje k zaplacení např. tlačítkem „OBJEDNAT s povinností platby“.

- Přednastavené souhlasy spotřebitele s dalšími úplatnými plněními

Není možné přidávat ve virtuálním nákupním košíku objednávky jakákoli plnění bez výslovného souhlasu spotřebitele (příloha žádné další položky např. pojištění).

- Odpovědnost za vady (dále jen „reklamace“)

Důkazní břemeno prodlouženo z 6 na 12 měsíců, má se za to, že vada projevená v uvedené lhůtě, byla již při převzetí kupujícím. V digitálním prostředí se jedná o zajištění aktualizací. Písemné potvrzení nově musí mj. obsahovat i kontaktní údaje spotřebitele pro jeho informování o vyřízení reklamace.

Výše uvedenými body dochází k posílení práv spotřebitele při obchodování na internetu, což je hodnoceno velmi pozitivně. S přibývajícími moderními možnostmi internetového obchodování je posílení tohoto druhu obchodování namístě.

Diskutovanou oblastí bylo do této doby poskytování slev, jejichž prezentování nebylo od obchodníka relevantní. Přijetím časového omezení o informování referenční (původní) ceny je nyní spotřebitel o výši slevy informován pravdivějším způsobem. Před přijetím výše uvedené novely tomu tak nebylo, jestliže podnikatel měl zboží ve své nabídce zahrnuto po dobu 2 let, mohl a v praxi se to takto aplikovalo, spotřebiteli sdělit nejvyšší možnou cenu, za kterou byl výrobek nabízen, a poté z této ceny byla vypočtena výše slev, což na spotřebitele mohlo působit, že obdržel vyšší slevu, než tomu tak ve skutečnosti bylo.

Samotná povinnost podnikatele informovat, zda a jak jsou zveřejněné recenze přímo od spotřebitelů, kteří si výrobek zakoupili, je nedostačující. Jedná se pouze o uvedení podstatné informace, zákon nestanovuje průběh ověření, což je velký manévrovací prostor pro provozovatele e-shopů pro případné nekalé jednání.

Jasně a srozumitelné tlačítko dokončení objednávky, kde je spotřebitel upozorněn na skutečnost, že odesílá objednávku a zároveň mu plyne povinnost, tuto zaplatit. Pro dokončení plnění z kupní smlouvy zaplatit je již všeobecně známým faktem, novelou se jedná jen o další způsob potvrzení.

Objemné e-shopy na Českém trhu obchodující převážně s elektronikou často v nákupním košíku měly již automaticky vloženou položku pojištění. Nepozorný zákazník tuto skutečnost mohl přehlédnout a dokončit objednávku i s pojištěním, přestože o něj neměl zájem. Nově se nyní zakazuje prodávajícím, aby do nákupního košíku vkládali jakákoliv jiná plnění. Tato právní úprava jde ruku v ruce s ochranou spotřebitele, protože není přípustné, cokoli zákazníkovi vkládat do košíku, i když je virtuální, v pevné provozovně se toto spotřebitelům také neděje.

3.6 Závěr teoretické části

V teoretické části je použita právní úprava oblasti obchodování v internetovém prostředí. V kapitole 3.1 jsou charakterizovány subjekty vyvíjející obchodní aktivity při uzavírání smluv v internetovém prostředí.

Kapitola 3.2 se zabývá právní úpravou při uzavírání smluv v internetovém prostředí, kterou upravuje občanský zákoník a zákon o ochraně spotřebitele, s využitím metody rešerše odborné literatury. V subkapitole 3.2.2 jsou uvedeny doporučené náležitosti obchodních podmínek. Nejčastějším přestupkem je porušení zákazu nekalé obchodní praktiky. Nekalé obchodní praktiky nebo opomenutí (podkapitola 3.2.5) jsou do českého právního řádu implementovány z práva Evropské unie. Výčet klamavých obchodních praktik je uveden v příloze č. 1 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů. Jedná se o tzv. černou listinu nekalých obchodních praktik, kterou je potřeba neustále doplňovat, v důsledku vzniku nových klamavých praktik.

Funkce a pravomoci České obchodní inspekce a její nástroje, kterými lze kontrolovat vztah prodávajících a kupujících, jsou podrobně uvedeny v kapitole 3.4. V současnosti ČOI není oprávněná zasahovat v případě, že prodávající nedodrží lhůtu (14 dní) pro vrácení peněžních prostředků při odstoupení od smlouvy. Návrhem doporučení je rozšířit dozorové kompetence ČOI nad ustanovením § 1832 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

Podpůrným orgánem při řešení sporů mezi stranami je mimosoudní řešení sporů – Alternative Dispute Resolution (podkapitola 3.4.2), který se do povědomí spotřebitelů dostává pozvolna.

Analýzou právní úpravy zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů (kapitola 3.5) bylo zjištěno, že poslední novelou č. 374/2022 Sb., byly implementovány směrnice Evropské unie (podkapitola 3.5.4). Tím došlo k výraznému prohloubení ochrany spotřebitele při nákupech v internetovém prostředí. Prezentování slev nyní dostalo novou podobu, spotřebitel je pravdivěji informován o výši slevy, která se nyní počítá z referenční ceny výrobku, nikoliv z nejvyšší prodejní ceny, jak tomu bylo doposud.

Výklad práva a metoda rešerše odborné literatury vztahující se k ochraně spotřebitele (použité v teoretické části), jsou zpracovány ke konci roku 2022. Z důvodu návaznosti na praktickou část, ve které jsou uvedeny kontrolní šetření z tohoto roku, tudíž se na ně vztahovala tato právní úprava.

4 Vlastní práce

4.1 Analýza provedených kontrol ČOI

4.1.1 Analýza provedených kontrol ČOI Plzeňského a Karlovarského kraje

Jak je již uvedeno v teoretické části, ochranu spotřebitele v internetovém prostředí provádí zejména ČOI. Tato práce je zaměřena na vyhodnocení kontrol ČOI v Plzeňském a Karlovarském kraji v průběhu jednoho kalendářního roku. V roce 2022 bylo ČOI pro Plzeňský a Karlovarský kraj provedeno celkem 208 kontrol internetových obchodů. Kontroly e-shopů v tomto kraji zajišťuje především 8 inspektorů, z nichž jeden je garantem příkazu ke kontrole akce prodeje výrobků zajišťovaných moderními prostředky elektronické komunikace.

Jedná se o kontroly e-shopů, které jsou prováděny především na základě předchozí monitorovací činnosti inspektorů, kdy jsou začleňovány také subjekty vyvíjející obchodní činnost, která souvisí s vydanými příkazy ke kontrole pro rok 2022. Dále jsou ve velké míře prováděny kontroly na základě podnětů ze strany spotřebitelů.

Tabulka 2: Počet kontrol

Kontroly			
Inspektorát	Počet provedených kontrol	Kontroly se zjištěním	Procentuální vyjádření
Plzeňský a Karlovarský	208	139	66,83

Zdroj: vlastní zpracování

Z tabulky č. 2 je patrné, že počet kontrol, které byly uzavřeny se zjištěnými nedostatky, je vysoký, proto je ochrana spotřebitele v internetovém prostředí velmi důležitá. Celorepublikově je provedeno okolo 2000 kontrol subjektů, které provozují internetové stránky, tyto zajišťuje 7 inspektorátů – Středočeský a hl. město Praha, Jihočeský a Vysočina, Plzeňský a Karlovarský, Ústecký a Liberecký, Královehradecký

a Pardubický, Jihomoravský a Zlínský (vzhledem k velikosti kraje, tento má největší podíl provedených kontrol), Olomoucký a Moravskoslezský.

4.1.2 Porušení ustanovení ZOS v roce 2022

Tabulka 3: Porušení ustanovení ZOS

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů										
Zákonné ustanovení	§ 3	§ 4	§ 8	§ 9	§ 10	§ 11	§ 11a	§ 13	§ 14	§ 19
Počet porušení	3	112	2	6	2	6	4	53	46	5

Zdroj: vlastní zpracování

V tabulce č. 3 jsou uvedeny ustanovení zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, u kterých došlo k porušení:

- ust. § 3 odst. 1 písm. a) ZOS – prodávající je povinen prodávat výrobky ve správné hmotnosti – u 1 kontroly u výrobku zakoupeného do kontrolního nákupu nebyla dodržena deklarovaná hmotnost
- ust. § 3 odst. 1 písm. c) ZOS – prodávající je povinen prodávat výrobky za ceny sjednané v souladu s cenovými předpisy, ve 2 případech prodávající nesprávně účtoval zakoupené výrobky do kontrolního nákupu v neprospěch spotřebitele
- ust. § 4 odst. 4 ZOS – užití nekalých obchodních praktik ve smyslu uvedení nepravdivého údaje nebo opomenutí podstatného údaje, které může spotřebitele ovlivnit natolik, že by jinak rozhodnutí ohledně koupě neučinil – 112 porušení, jde o výrazně nejčastější porušení
- ust. § 8 ZOS – ve 2 případech prodávající nabízel a prodal výrobky porušující některá práva duševního vlastnictví
- ust. § 9, 10, 11 ZOS – ve 14 případech prodávající nesplnil informační povinnost, která musí být uvedena v českém jazyce

- ust. § 11a ZOS – jedná se o informaci, zda platí nějaká omezení při dodání výrobku, toto nebylo splněno u 4 kontrol
- ust. § 13 ZOS – druhé nejčastější porušení souvisí s neposkytnutím informace ohledně uplatnění práva z vadného plnění (dále jen „reklamační“)
- ust. § 14 odst. 1 ZOS – třetím v pořadí nejčastější porušení je opomenutí informovat spotřebitele o subjektu mimosoudního řešení spotřebitelských sporů
- ust. § 19 odst. 1 ZOS – 5 kontrol provedených na základně podnětů od spotřebitelů, kterým nebylo umožněno ze strany prodávajících reklamovat výrobek, u kterého se projevila vada

4.1.3 Porušení zákona o ochraně zdraví před škodlivými účinky v roce 2022

Tabulka 4: Porušení zákona o ochraně zdraví před škodlivými účinky

Zákon č. 65/2017 Sb., o ochraně zdraví před škodlivými účinky, ve znění pozdějších předpisů				
Zákonné ustanovení	§ 6	§ 11	§ 13	§ 15
Počet porušení	1	1	1	3

Zdroj: vlastní zpracování

Uvedená ustanovení zákona č. 65/2017 Sb., o ochraně zdraví před škodlivými účinky návykových látek, ve znění pozdějších předpisů byla porušena celkem v 6 případech.

4.1.4 Porušení ustanovení zákona o kontrole v roce 2022

Tabulka 5: Porušení zákona o kontrole

Zákona č. 255/2012 Sb., o kontrole, ve znění pozdějších předpisů		
Zákonné ustanovení	§ 10 odst. 2	§ 10 odst. 3
Počet porušení	5	6

Zdroj: vlastní zpracování

Kontrolovaná osoba neposkytla u 6 zahájených kontrol součinnost při výkonu kontroly dle ust. § 10 odst. 3 zákona č. 255/2012 Sb., o kontrole, ve znění pozdějších předpisů, nebo nesplnila uložení povinností dle ust. § 10 odst. 2 téhož zákona u 5 kontrol.

4.1.5 Porušení ustanovení zákona o technických požadavcích na výrobky v roce 2022

Distributor, který nezabránil distribuci stanovených výrobků, které zjevně nesplňují požadavky zákona, porušil zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky a o změně a doplnění některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů v 8 případech dozoru.

4.1.6 Porušení právního předpisu Evropské unie o názvech textilních vláken v roce 2022

Kontrolní činností bylo také zjištěno 6x porušení právního předpisu Evropské unie: nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1007/2011 o názvech textilních vláken a souvisejícím označování materiálového složení textilních výrobků. Provozovatelé e-shopů dle výše uvedeného nařízení opomíjejí uvádět materiálové složení před samotným nákupem, a to i pokud se jedná o nákup elektronickými prostředky. Při nabídce v e-shopu textilních výrobků musí být spotřebitel seznámen s materiálovým složením v českém jazyce.

4.1.7 Vyhodnocení zjištěných nedostatků

V roce 2022 inspektorát pro Plzeňský a Karlovarský kraj provedl celkem 208 kontrol se zaměřením na nabídku a prodej v internetovém prostředí. Vyhodnocením bylo zjištěno, že kontrolované osoby nejčastěji porušují ust. § 4 odst. 4 zákona ZOS, který zakazuje užití nekalých obchodních praktik. Zákaz užití nekalých obchodních praktik, ve smyslu uvedení nepravdivých informací či opomenutí důležitých informací bylo zjištěno u 112 kontrol, což je více jak polovina z celkového počtu provedených kontrol.

Druhým nejčastějším porušením (53 kontrol) je porušení ust. § 13 ZOS. Toto ustanovení upravuje, povinnost podnikatele spotřebitele řádně seznámit s podmínkami, lhůtami a rozsahem uplatnění práva z vadného plnění. Vysoký počet porušení ust. § 13 ZOS je dán tím, že podnikatelé uvádějí lhůtu odpovědnosti za vady v délce 6 měsíců (starý občanský zákoník), přestože zákonná lhůta v délce dvou let pro uplatnění reklamace platí od roku 2014.

Kontrolní akce zaměřená na prověření e-shopů prodávající tabákové výrobky a alkoholické nápoje, byla vyhodnocena se 100% zjištěním. Prodávajícího tohoto sortimentu nezajišťují dostatečně ověření věku nakupujících osob.

4.2 Opatření

4.2.1 Uložená opatření a jejich struktura v roce 2022

Struktura a výše pravomocně uložených pokut v roce 2022 inspektorátu pro Plzeňský a Karlovarský kraj, podle způsobu jejich uložení, je uvedena v následující tabulce.

V tabulce č. 5 jsou uvedeny pokuty, které nabyly právní moci ve sledovaném období, přičemž se vztahují i na porušení obecně závazných právních předpisů, která byla zjištěna v rámci kontrol provedených ve spojitosti s tímto příkazem ke kontrole v předešlém období. Hodnoty jsou uvedeny v korunách českých.

Pokuta za přestupek uložená inspektorem je vydaná formou příkazu na místě. Výše sankce je možné uložit od Kč 500,- do max. Kč 10 000,-, průměrně se pokuta pohybuje okolo Kč 1 800,-. Příkaz je forma rozhodnutí vydaného ve správním řízení. Jejich celková hodnota je Kč 962 000,-. Průměrně se jedná o pokutu ve výši Kč 14 100,-. Rozhodnutí je vydáno po podání odporu proti příkazu uloženém ve správním řízení, jejich počet

za rok 2022 byl 9 v celkové výši Kč 1 213 000,-. Průměrně se jedná o sankci ve výši Kč 135 000,-.

Tabulka 6: Opatření a jejich struktura

Příkaz na místě		Příkaz		Rozhodnutí		Celkem	
počet	hodnota	počet	hodnota	počet	hodnota	počet	hodnota
77	135 000	68	962 000	9	1 213 000	154	2 310 000

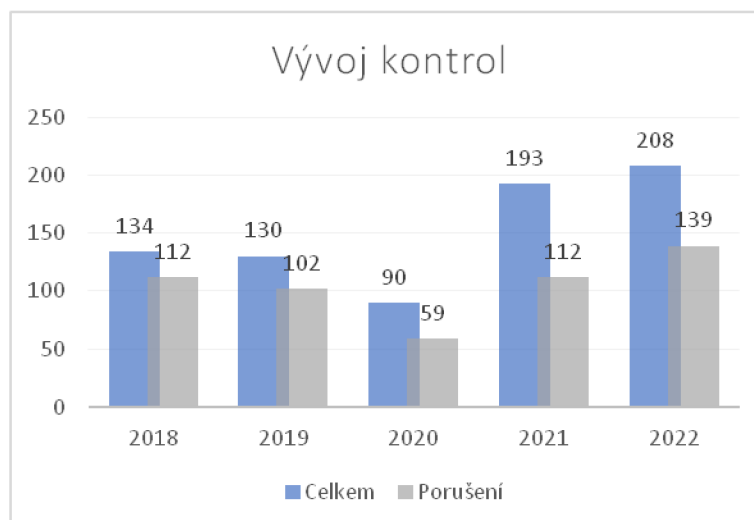
Zdroj: vlastní zpracování

4.3 Vývoj kontrol e-shopů v Plzeňském a Karlovarském kraji

4.3.1 Vývoj a rozbor

V grafu níže jsou uvedené celkové počty kontrol internetových obchodů, které ČOI provedla v letech 2018, 2019, 2020, 2021 a 2022. V roce 2018 a 2019 je počet případů přibližně stejný, v těchto letech se podnikatelé teprve s obchodováním v online prostředí seznamovali, zřízení e-shopů ve virtuálním prostředí bylo pro provozovatele e-shopů dostupné, ale za vyšší ceny, než je tomu dnes, jelikož si jejich vytvoření objednávali u firem, které se tímto zabývaly. V roce 2020 se celá Česká republika potýkala s pandemií COVID-19, docházelo k různým restrikcím pro výkon zaměstnání, důsledkem tohoto je nižší počet provedených kontrol. S tímto rokem se rapidně zvýšil počet podnikajících osob na internetu. V důsledku tohoto jevu v roce 2021 byl posílen tým specialistů pro on-line tržiště, a tím se zvýšil i počet kontrol, který přetrvával i roce 2022.

Graf 3: Vývoj kontrol



Zdroj: vlastní zpracování

4.3.2 Predikce

V tabulce jsou uvedena data počtu kontrol v Plzeňském a Karlovarském kraji, za období deseti let, které byly zahájeny pro ověření dodržování povinností v on-line tržišti. Na základě této tabulky jsou výsledky statisticky zpracovány metodou lineárního trendu.

Tabulka 7: Vývoj kontrol

Rok	Počet kontrol	Počet kontrol s nedostatky	Procentuální vyjádření nedostatků
2013	127	88	69,29
2014	80	59	73,75
2015	132	107	81,06
2016	166	131	78,92
2017	176	155	88,07
2018	134	112	83,58
2019	130	102	70,46
2020	90	59	65,56
2021	193	112	58,03
2022	208	139	66,83

Zdroj: vlastní zpracování

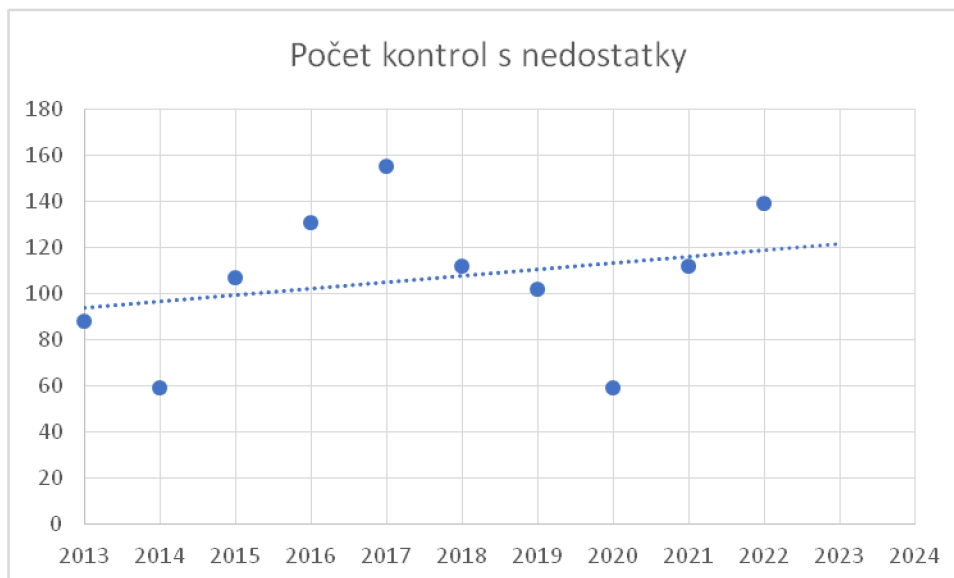
V příloze č. 3 této bakalářské práce je uveden výpočet metodou lineárního trendu pro odhad počtu kontrol s nedostatky. Metoda lineárního trendu je zvolena jako nejvhodnější vzhledem k počtu povaze dostupných dat (sledované období deseti let), která jsou vhodná pro vyhodnocení prognózy počtu kontrol s nedostatky.

Lineární trendový model má tvar $y' = 91,06666 + 2,78787 * t$. Hodnota $b = 2,78787$ informuje o průměrném ročním přírůstku kontrol s nedostatky. Odhad počtu kontrol s nedostatky v roce 2023 se určí dle lineárního trendu $y'_{(2023)} = y'_{11} = 91,06666 + 2,78787 * 11 = 121,7332$. Pokud se nezmění charakter analyzované časové řady, v roce 2023 je předpokládán odhad 122 kontrol s nedostatky.

Verifikace modelu byla ověřena prostřednictvím indexu determinace a střední absolutní procentuální chyby MAPE. Index determinace je 0,07168 ($I^2 = 7,168 \%$), přičemž hodnota blíží se jedné lépe popisuje zkoumaná data. V případě uvedeného výsledku se jedná o model s 7,168 % celkového kolísání dané řady. Model úplně není shodný s empirickými údaji. Kvalita trendu je dále vypočtena pomocí hodnoty MAPE, která činila 25,4208 %. Hodnota překračuje 10 %, lze tedy konstatovat, že model není úplně dostatečně kvalitní pro modelování analyzované časové řady.

V roce 2020 počet kontrol s nedostatky ovlivnila pandemie COVID-19, ve které došlo k výraznému poklesu. Celkový počet kontrol zaměřených na internetový prodej se oproti roku 2019 snížil o 1/3. V roce 2021 a 2022 došlo k navýšení počtu kontrol e-shopů, z důvodu nárůstu vzniku nových internetových obchodů, které svoji činnost zahájily už v období pandemie.

Graf 4: Lineární trend



Zdroj: vlastní zpracování

4.4 Případové studie kontrol provedených ve sledovaném období roku 2022

4.4.1 Kontrola internetového obchodu vedená pod č. j. ČOI 38840/22/O100

Kontrola e-shopu byla zahájena dne 22. 2. 2022 na základě spotřebitelského podnětu, týkajícího se uplatnění práva z vadného plnění (dále jen „reklama“).

Prodávající na internetových stránkách ke dni 22. 2. 2022 nesprávně informoval spotřebitele o jeho právech při odstoupení od kupní smlouvy, a tím byly naplněny znaky klamavé obchodní praktiky uvedené v ust. § 5 odst. 1 zákona číslo 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů. Uvedeným jednáním došlo k porušení ust. § 4 odst. 4 zákona č. 634/1992 Sb. citovaného zákona o ochraně spotřebitele. Dále došlo k porušení ust. § 13 ZOS, kdy v obchodních podmínkách e-shopu není spotřebitel řádně informován o rozsahu, podmínkách a způsobu uplatnění reklama. Na základě podnětu, bylo prověřeno reklamační řízení spotřebitele, který reklamoval kryt se žárovkami na akváriu. Prodávající spotřebiteli nevydal písemné potvrzení o tom, kdy spotřebitel právo uplatnil, co je obsahem reklama a jaký způsob vyřízení spotřebitel požaduje, tím došlo k porušení ust. § 19 odst. 1 ZOS.

Kontrolní šetření bylo ukončeno dne 21. 3. 2022 návrhem na správní řízení. V tomto byla kontrolované osobě uložena sankce ve výši Kč 7 000,-.

4.4.2 Kontrola internetového obchodu vedená pod č. j. ČOI 83621/22/O100

Kontrola e-shopu byla zahájena dne 7. 4. 2022 na základě spotřebitelského podnětu, týkajícího se nedodání objednaných výrobků. Kontrolní šetření trvalo přes 3 měsíce, protokol o kontrole byl vyhotoven dne 24. 6. 2022.

Provozovatel internetových stránek v době uskutečnění kontrolní objednávky distančním způsobem nesprávně informoval spotřebitele o termínu dodání výrobku. Na e-shopu přímo u výrobku deklarovaná informace o dodání: „*Skladem 1-4 pracovní dny*“, výrobky zařazené do kontrolního nákupu, ani po výzvě inspektorky v roli spotřebitelky, nebyly doručeny. Tímto jednáním došlo k porušení ust. § 4 odst. 4 zákona č. 634/1992 Sb., ZOS.

Kontrolovaná osoba provozující e-hop porušila zákaz užívání nekalých obchodních praktik podle ustanovení § 4 odst. 4 zákona o ochraně spotřebitele. Byly totiž v rozporu s požadavky odborné péče a byly způsobilé podstatně ovlivnit rozhodování spotřebitele tak, že mohl učinit obchodní rozhodnutí, které by jinak neučinil. Když při prodeji výrobků použila klamavou obchodní praktiku ve smyslu ustanovení § 5 odst. 1 ZOS a ustanovení § 5a odst. 2 ZOS, neboť na internetových stránkách ve stavu ke dni 7. 4. 2022 uvedla nepravdivé informace ohledně práva spotřebitele na odstoupení od kupní smlouvy uzavřené distančním způsobem a také uvedla nepravdivé informace o způsobu platby, které si spotřebitel při objednávce může zvolit, a dále uvedla nejednoznačným způsobem podstatné informace, týkající se ceny dopravy.

Na provozovaných internetových stránkách spotřebitel nebyl řádně seznámen s podmínkami uplatnění práva z vadného plnění, tímto jednáním došlo k porušení ust. § 13 ZOS. Prodávající dále nesplnil povinnost informovat spotřebitele jasným, srozumitelným a snadno dostupným způsobem o subjektu mimosoudního řešení spotřebitelských sporů, jedná se o porušení ust. § 14 odst. 1 ZOS.

Zaplacenou částku za kontrolní nákup ve výši Kč 399,- kontrolovaná osoba nevrátila ve stanovené lhůtě 14 dnů od seznámení s úředním záznamem, tj. do 8. 6. 2022, tím porušila ust. § 5 odst. 5 zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů a naplnila skutkovou podstatu přestupku podle ust. § 9 odst. 1 písm. a) téhož zákona.

Kontrolovaná osoba se dopustila přestupku dle ust. § 15 odst. 1 písm. zákona číslo 255/2012 Sb., o kontrole, ve znění pozdějších předpisů, a to tím, že nesplnila opatření, které jí bylo uloženo, jednalo se o doložení vyjádření a potřebných dokumentů k prošetření spotřebitelského podnětu.

Ve správním řízení byla kontrolované osobě uložena pokuta ve výši Kč 50 000,-. Vzhledem k průběhu kontroly, je podán návrh, aby předmětný e-shop byl zařazen do seznamu rizikových e-shopů.

4.4.3 Kontrola internetového obchodu vedená pod č. j. ČOI 131980/21/O100, ČOI 63880/22/O100

Jedná se o prodávajícího, který prostřednictvím aukčního portálu www.aukro.cz nabízel a soustavně prodával mobilní telefony značky iPhone. I v tomto případě byly kontroly zahájeny v důsledku spotřebitelských podání. Spotřebitelům po vydražení a zaplacení aukce nebyly mobilní telefony vůbec dodány.

1. kontrola zahájena na konci roku 2021, vyhodnocení kontroly v protokolu o kontrole sepsáno v dubnu roku 2022, toto bylo postoupeno do správního řízení, ve kterém ČOI dne 25. 5. 2022 kontrolovanou osobu shledala vinnou za níže uvedená porušení právních povinností a byla jí uložena sankce ve výši Kč 50 000,-.

- Porušení zákazu užívání nekalých obchodních praktik dle ust. § 4 odst. 4 ZOS, neboť při prodeji výrobku použil klamavou obchodní praktiku ve smyslu ust. § 5 odst. 1 ZOS, když skrz online bazar na aukčním portálu aukro.cz prodávající deklaroval při aukci výrobku Apple iPhone XS 64GB dodací lhůtu 60 dní. Mobilní telefon byl inspektorkou ČOI v roli spotřebitelky vydražen v ceně Kč 8 200,- + Kč 200,- náklady na dodání, avšak do data kontroly nebyl předmětný výrobek doručen.
- Dále porušil ust. § 13 ZOS, když nesplnil povinnost řádně informovat spotřebitele o rozsahu, lhůtě a podmínkách uplatnění práva z vadného plnění v obchodních podmínkách, které tvořily součást aukce č. 6997796858.
- Kontrolovaná osoba mj. porušila ust. § 16 odst. 1 ZOS, když na žádost inspektorky v roli spotřebitelky nevydala doklad o zakoupení k výrobku iPhone XS.

2. kontrola zahájena v květnu roku 2022. Opětovně došlo k porušení ust. § 4 odst 4 ZOS, při použití klamavé obchodní praktiky ve smyslu uvedení nepravdivého údaje, týkajícího se lhůty dodání výrobku. Za zjištěné nedostatky byla kontrolované osobě uložena pokuta příkazem ve správním řízení ve výši Kč 10 000,-.

Tento prodávající byl vyloučen z aukčního portálu aukro.cz. Polehčující okolností při ukládání sankcí byla skutečnost, že prodávající zmíněným spotřebitelům navrátil uhrazené částky, celkem se jednalo o Kč 12 400,-.

4.4.4 Shrnutí případových studií

Ve všech třech uvedených případových studiích došlo ze strany podnikatelů k užití nekalých obchodních praktik. Spotřebitelé jsou i přes upozornění, ať jsou při nákupech na internetu obezřetní a ověřují si důvěryhodnost provozovatele e-shopu, stále nepozorní. Výhodou nakupování on-line je ušetřený čas. Zhlédnutí kontaktních údajů nebo znění obchodních podmínek či recenze, kupujícímu potrvá už jen pár minut navíc.

4.5 Spotřebitelské podněty

4.5.1 Přijaté podněty v roce 2022

Česká obchodní inspekce pro Plzeňský a Karlovarský kraj v roce 2022 obdržela 591 podnětů ke kontrole, z toho 154 podání se vztahuje k nákupům v online tržišti. Polovina podnětů je zařazena do kontrolní činnosti, u některých spotřebitel dále nereaguje na výzvy pro doplnění bližších informací či dokumentů z důvodu řešení jeho konkrétního případu, tyto jsou poté odloženy pro nemožnost zahájení kontroly. Podání, která se netýkají dozorových kompetencí ČOI, jsou postupovány příslušným úřadům. Ostatní jsou řešeny vyrozuměním ze strany ČOI, u těchto není legitimní důvod pro zahájení kontrolního šetření.

Graf 5: Spotřebitelské podněty



Zdroj: vlastní zpracování

4.6 Rizikové e-shopy

4.6.1 Podrobnosti rizikových e-shopů

Na webových stránkách ČOI <https://www.coi.cz/pro-spotrebitel/rizikove-e-shopy/> je uveden pravidelně se aktualizující seznam rizikových e-shopů. Ve většině případů se jedná o internetové obchody, u nichž není zřejmý provozovatel, stránky jsou zcela anonymní, spotřebitel tedy neví, s kým uzavírá kupní smlouvu. Další varianta rizikového e-shopu jsou tzv. „nákupní galerie“, ve kterých prodávající se sídlem v asijských státech vystupuje jako zprostředkovatel nákupu ze třetích zemí, nejčastěji z Číny. Nejedná se tedy o „klasický e-shop“, výkon kontroly je pro ČOI velmi obtížný.

Rizikové e-shopy jsou vyznačovány nabídkou zboží za velmi nízké ceny, které se jeví jako velmi výhodná koupě. U zákazníků stále přetrvává u rozhodování o koupi nejnižší cena, aniž by si ověřili, zda je e-shop spolehlivý. V příloze č. 2 této bakalářské práce je uveden seznam rizikových internetových obchodů, které ČOI zveřejnila v prosinci 2022.

4.7 Závěr praktické části

Analýza provedených kontrol České obchodní inspekce inspektorátu pro Plzeňský a Karlovarský kraj uvedená v kapitole 4.1 je shodná s uvedenými případovými studii (kapitola 4.4). Celkem byly uvedeny 3 případové studie, ve kterých se kontrolovaná osoba dopustila užití nekalých obchodních praktik dle ust. § 4 odst. 4 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů. V analýze provedených kontrol (podkapitola 4.1.2) je tento nedostatek vyhodnocen jako nejčastější. Případové studie jsou v souladu s analýzou provedených kontrol pro rok 2022.

Odkazem na seznam rizikových e-shopů (podkapitola 4.6.1) se lze seznámit s e-shopy, které často při nabídce a prodeji aplikují nekalé obchodní praktiky. V praxi to znamená, že si spotřebitelé koupí výrobek za výrazně nižší cenu, zaplatit nákup musí on-line platbou (dobírka není možná) a výrobek nikdy neobdrží. Pro nakupující v e-shopech je doporučeno seznámení se s výčtem rizikových e-shopů. Bližším zhlédnutím těchto e-shopů bylo zjištěno, že disponují typickými znaky, které si spotřebitelé mohou osvojit. Tím lze očekávat nižší počet podání (podkapitola 4.5.1), týkající obchodování na internetu nepoctivým způsobem. Spotřebitelova důslednost při ověřování provozovatele e-shopu je velmi důležitým prvním krokem při uskutečnění objednávky.

Česká obchodní inspekce za nedodržení povinností ukládá pokuty. Sankce jsou zpracovány v kapitole 4.2, zde jsou uvedené počty vydaných pokut s celkovými částkami. Vyhodnocením bylo zjištěno, že ČOI v roce 2022 vydala celkem 154 pokut v celkové výši Kč 2 310 000,-. Průměrná výše pokuty činí Kč 15 000,-.

V podkapitole 4.3.2 je zpracovaná metodou lineárního trendu prognóza počtu kontrol s nedostatky pro rok 2023. V tomto roce je odhad kontrol s nedostatky v počtu 122. Česká obchodní inspekce statistické metody pro predikce nevyužívá.

5 Výsledky a doporučení

5.1 Výsledky a doporučení z teoretické části

Z teoretické části vyplývá, že právní úprava ochrany spotřebitele je v mnoha ohledech neúplná. Při analýze zákona o ochraně spotřebitele bylo vyhodnoceno, že právní úprava dozoru České obchodní inspekce nad povinnostmi prodávajícího při uzavírání smluv v internetovém prostředí je nedostatečná. Spotřebitel jakožto slabší smluvní strana má být chráněna v co nejširším rozsahu. Na základě tohoto zjištění je dáno doporučení rozšíření dozoru České obchodní inspekce nad ustanovením § 1832 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. Výše uvedené ustanovení upravuje povinnost podnikatele při odstoupení od smlouvy, aby bez zbytečného odkladu, nejpozději do čtrnácti dnů vrátil spotřebiteli všechny peněžní prostředky, které od něj přijal. Nedodržení tohoto ustanovení ze strany podnikatele (nevrácení peněžních prostředků v uvedené lhůtě) lze v současnosti řešit jako občanskoprávní spor mezi spotřebitelem a prodávajícím. Česká obchodní inspekce není v rámci své kontrolní činnosti oprávněna dále zasahovat. Spotřebitelé možnosti občanskoprávního sporu v mnoha případech nevyužijí, a tak dochází k neoprávněnému obohacování podnikatelů. V případě rozšíření dozoru České obchodní inspekce nad tímto ustanovením, vznikne možnost sankcionovat podnikatele, což může ovlivnit jeho jednání v on-line tržišti a do značné míry zamezit poškození spotřebitele.

Dále při zpracování analýzy právní úpravy byl vyhodnocen výsledek neúplné povinnosti podnikatele při zveřejnění hodnocení výrobků nebo služeb (dále jen „spotřebitelská recenze“). Recenze je podstatná informace, která ovlivňuje spotřebitelské chování při rozhodování ohledně koupě. Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, upravuje povinnost podnikatele (jestliže zveřejňuje spotřebitelské recenze) zajistit, zda hodnocení pochází od spotřebitele, který si výrobek či službu zakoupil nebo ji použil. Míra ověřitelnosti spotřebitelské recenze, kterou provádí podnikatel na základě nákupu v e-shopu prostřednictvím čísla objednávky nebo e-mailu spotřebitele je nedostatečná. Řešením je doplnění právní úpravy. Návrhem doporučeného opatření vedoucí k nápravě pro vyšší zajištění původu recenze je doplnění o čestné prohlášení spotřebitele, který v tomto svém prohlášení stvrdí nákup v e-shopu. Tím dojde k posílení ochrany spotřebitele a dále k zamezení vytváření falešných spotřebitelských recenzí.

5.2 Výsledky a doporučení praktické části

V praktické části byly využity případové studie z kontrolní činnosti České obchodní inspekce. Na základě analýzy provedených kontrol s nedostatky je doporučen návrh de lege ferenda.

Podnikatel má povinnost vyplývající z § 1811 OZ informovat spotřebitele o svých identifikačních údajích. Jedná se o údaje, které obsahují adresu sídla, telefonní číslo, existuje-li potom i doručovací elektronickou adresu (e-mail), aby bylo zřejmé, s kým spotřebitel uzavírá kupní smlouvu. Pro přehlednější identifikování prodávajícího provozujícího internetový obchod, je navržena změna zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů, konkrétně v ustanovení § 17 zakomponovat i formulaci provozovny jako e-shopu. Provozovna pro účely tohoto zákona je vymezena pouze jako prostor, v němž je živnost provozována, dále automat a mobilní provozovna. Přičemž tato formulace nekoresponduje s prodejem výrobků zajišťovaným moderními prostředky elektronické komunikace, který v posledních letech vysoce stoupá. Pro účely tohoto zákona je navrženo rozšířit terminologii provozovny ve smyslu e-shopu, z čehož vyplyne povinnost pro podnikatele při provozování živnostenského oprávnění, ohlášení provozovny, tedy webových stránek, na kterých provozuje e-shop. Tento posun povede k transparentnější identifikaci podnikajících subjektů v on-line prostředí. Vzhledem ke shora uvedenému, stejně jako u provozoven (prostor, automat, mobilní provozovna) povinnost podnikatele trvale a viditelně označit svou provozovnu svými identifikačními údaji, tj. obchodní firmu nebo jménem a příjmením, identifikačním číslem, by toto doporučení mělo platnost i pro internetový obchod. Identifikační údaje, při načtení webových stránek, umístit do záhlaví či zápatí hlavní strany.

6 Závěr

Cílem bakalářské práce bylo na základě analýzy právní úpravy ochrany spotřebitele při nákupu přes internet vyhodnocení této problematiky. Vyhodnocením problematiky obchodování v on-line prostředí byla shledaná nedostatečná právní úprava dozoru České obchodní inspekce nad povinnostmi prodávajícího při uzavírání smluv v internetovém prostředí. Vyhodnocení analýzy provedených kontrol v návaznosti na případové studie je uveden návrh *de lege ferenda*. Návrh změny zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů, ve smyslu rozšíření formulace provozovny jako e-shopu (webové adresy). Změna povede k usnadnění práce České obchodní inspekce při identifikaci provozovatele internetových obchodů.

Teoretická část je zaměřena na výklad práva ochrany spotřebitele v internetovém prostředí. Subjekty vyvíjející obchodní aktivity při uzavírání smluv v on-line tržišti jsou zpracovány v kapitole 3.1. Právní základ ochrany spotřebitele je uveden v občanském zákoníku a v zákoně o ochraně spotřebitele (kapitola 3.2). S využitím metody rešerše odborné literatury byla provedena analýza zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů (kapitola 3.5). Analýzou bylo vyhodnoceno, že v současnosti ČOI není oprávněná zasahovat v případech, ve kterých prodávající nedodrží lhůtu (14 dní) pro vrácení peněžních prostředků při odstoupení od smlouvy. Návrhem doporučení je rozšířit dozоровé kompetence ČOI nad ustanovením § 1832 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů (kapitola 3.6). Uzavření kupní smlouvy v e-shopu se řídí obchodními podmínkami, které slouží k zjednodušení a zrychlení kontraktačního procesu (kapitola 3.2). Doporučené náležitosti obchodních podmínek jsou obsahem teoretické části (podkapitola 3.2.2).

Praktická část této bakalářské práce je zpracována na základě empirického šetření. V kapitole 4.4 jsou uvedeny případové studie kontrolního šetření internetových obchodů České obchodní inspekce. Na základě případových studií z kontrolní činnosti jsou uvedeny názorné příklady, které mohou nastat v on-line prostředí v důsledku nepozorného jednání spotřebitelů (podkapitoly 4.4.1, 4.4.2 a 4.4.3). Seznam rizikových e-shopů je uveden v příloze č. 2 této bakalářské práce. Metodou lineárního trendu byl zpracován odhad počtu kontrol s nedostatky (podkapitola 4.3.2). V praktické části bylo čerpáno z pracovního prostředí samotné kontrolní činnosti a dále ze statistických údajů České obchodní inspekce (kapitola 4.1 a 4.2).

7 Seznam použitých zdrojů

Literární zdroje:

ETLÍKOVÁ, Markéta. Generální klauzule nekalých obchodních praktik. RaP – Rekodifikace & Praxe. 2016, č. 7. In: ASPI [Právní informační systém] [cit. 2022-01-11]

GOLDSMITH, J.-C., INGEN-HOUSZ, A., POINTON, G. H. ADR in business: practice and issues across countries and cultures. Frederick, MD: Sold and distributed in North, Central and Soud America by Aspen Publishers, 2011, ISBN 978-94-4112-584-2

HOWELLS, G., MICKLITZ, H.-W., WILHELMSSON, T. European fair trading law. The unfair commercial practices directive. Hampshire (Englandú: Ashgate Publishing Limited, 2006, ISBN 978-11-3826-691-9

HULMÁK, M. a kol. Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§172–2054). Komentář. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2014, ISBN 978-80-7400-535-0

MORAVEC, T., PASTORČÁK, J. a kol. Spotřebitel a podnikatel na dynamicky se rozvíjejícím trhu. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2019, ISBN: 978-80-7400-745-3

ONDREJOVÁ, D., SEHNÁLEK, D.: Nekalosoutěžní reklama a nekalé obchodní praktiky v české i evropské právní úpravě a judikatuře. Praha: Leges, 2018, ISBN 978-80-7502-239-4

OŽANA, Jan. K uzavírání kupní smlouvy v prostředí internetových obchodů (e-shopů) – LIT239175CZ. In: ASPI [Právní informační systém] [cit. 2022-01-11]

PETROV, Jan, 1981 – Občasnký zákoník: komentář/Petrov, Výtisk, Beran a kol., 2. vydání v Praze: C. H. Beck, 2019, ISBN 978-80-7400-747-7

SELUCKÁ, M., VEVERKOVÁ, S. a kol.: Obchodní podmínky ve vztazích B2C. Praha: Leges, 2018, ISBN 978-80-7502-293-6

TICHÝ, Luboš. Pojem spotřebitele jako smluvní strany v evropském a českém právu. In: MINK, Georges, ed., GRONDIN, Solange, ed. a LIBÁNSKÝ, Václav, ed. Spotřebitelská legislativa EU a její implementace do práva členského a kandidátského státu (na příkladu Francie a České republiky), Praha: CEFRES, 2001, ISBN 80-86311-11-2

Úplné znění, Ochrana spotřebitele, zákon o ochraně spotřebitele, potraviny a tabákové výrobky, ČOI, obecná bezpečnost výrobků, technické požadavky na výrobky, posuzování shody, některé služby informační společnosti, Edici ÚZ vydává Nakladatelství Sagit, a.s., ISBN 978-80-7488-490-0

VÍTOVÁ, Blanka. Zákon o ochraně spotřebitele: komentář. Praha: Wolters Kluwer, 2016, ISBN 978-80-7478-984-7

VLACHOVÁ, Barbora, Rozhodování správních orgánů ve spotřebitelských sporech. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2021, ISBN 978-80-7400-811-5

Právní předpisy:

Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1007/2011 o názvech textilních vláken a souvisejícím označování materiálového složení textilních výrobků

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

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

Zákon č. 65/2017 Sb., o ochraně zdraví před škodlivými účinky, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 255/2012 Sb., o kontrole, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 139/2011 Sb., kterým se mění zákon č. 284/2009 Sb., o platebním styku, ve znění zákona č. 156/2010 Sb., a některé další zákony

Zákon č. 211/2011 Sb., kterým se mění zákon č. 458/2000 Sb., o podmínkách podnikání a o výkonu státní správy v energetických odvětvích a o změně některých zákonů (energetický zákon), ve znění pozdějších předpisů, a další související zákony

Zákon č. 219/2011 Sb., kterým se mění zákon č. 191/1999 Sb., o opatřeních týkajících se dovozu, vývozu a zpětného vývozu zboží porušujícího některá práva duševního vlastnictví a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 468/2011 Sb., kterým se mění zákon č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o elektronických komunikacích), ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony

Zákon č. 238/2012 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 221/2012 Sb., kterým se mění zákon č. 29/2000 Sb., o poštovních službách a o změně některých zákonů (zákon o poštovních službách), ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony

Zákon č. 303/2013 Sb., kterým se mění některé zákony v souvislosti s přijetím rekodifikace soukromého práva

Zákon č. 476/2013 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 356/2014 Sb., kterým se mění některé zákony v souvislosti s přijetím zákona o působnosti orgánů Celní správy České republiky v souvislosti s vymáháním práv duševního vlastnictví

Zákon č. 378/2015 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony

Zákon č. 188/2016 Sb., kterým se mění některé zákony v souvislosti s přijetím zákona o hazardních hrách a zákona o dani z hazardních her

Zákon č. 183/2017 Sb., kterým se mění některé zákony v souvislosti s přijetím zákona o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich a zákona o některých přestupcích

Zákon č. 264/2017 Sb., kterým se mění zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 371/2017 Sb., kterým se mění některé zákony v souvislosti s přijetím zákona o platebním styku

Zákon č. 179/2019 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 164/2020 Sb., kterým se mění zákon č. 29/2000 Sb., o poštovních službách a o změně některých zákonů (zákon o poštovních službách), ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 205/2020 Sb., kterým se mění zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů, a další související zákony

Zákon č. 238/2020 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, a další související zákony

Zákon č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

Rozsudek Nejvyššího soudu ČR sp. Zn. 3951/2009 ze dne 27. dubna 2011

Bod 33 nálezu Ústavního soudu ze dne 11. listopadu 2013, sp. Zn. I. ÚS 3512/11

Internetové zdroje:

HADAŠ, Jiří. *Definice spotřebitele dle NOZ* [online]. [cit. 2022-01-10]. Dostupné z: <https://www.epravo.cz/top/clanky/definice-spotrebitel-dle-noz-nektere-aspekty-prumerneho-spotrebitel-dle-soucasne-judikatury-94146.html>

DOLEČEK, Mgr. Marek. *Elektronický obchod* [online]. [cit. 2022-01-10]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/elektronicky-obchod-ppbi#!&chapter=1>

Velikost e-commerce trhu [online]. [cit. 2022-01-10]. Dostupné z: <https://www.ceska-ecommerce.cz/#velikost>

Informace o mimosoudním řešení spotřebitelských sporů (ADR) [online]. [cit. 2022-01-10]. Dostupné z: <https://www.coi.cz/informace-o-adr/>

Velikost e-commerce trhu [online]. [cit. 2022-01-10]. Dostupné z: <https://www.ceska-ecommerce.cz/>

8 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk

8.1 Seznam obrázků

Obrázek 1: Kvalifikace nekalých obchodních praktik.....	26
Obrázek 2: Organizační struktura ČOI.....	31

8.2 Seznam tabulek

Tabulka 1: Změny zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele v platném znění.....	33
Tabulka 2: Počet kontrol.....	40
Tabulka 3: Porušení ustanovení ZOS.....	41
Tabulka 4: Porušení zákona o ochraně zdraví před škodlivými účinky.....	42
Tabulka 5: Porušení zákona o kontrole.....	43
Tabulka 6: Opatření a jejich struktura.....	45
Tabulka 7: Vývoj kontrol.....	46

8.3 Seznam grafů

Graf 1: Nejčastější sortiment e-shopů.....	15
Graf 2: Obrat české e-commerce.....	15
Graf 3: Vývoj kontrol.....	46
Graf 4: Lineární trend.....	48
Graf 5: Spotřebitelské podněty.....	52

8.4 Seznam zkratk

OZ	občanský zákoník
OZS	zákon o ochraně spotřebitele
B2C	Business to Consumer (podnikatel vs. spotřebitel)
B2B	Business to Business (podnikatel vs. podnikatel)
ADR	Alternative Dispute Resolution

Přílohy

Příloha č. 1: Historie ZOS znění od – do

Změna: 217/1993 Sb.
Změna: 40/1995 Sb.
Změna: 104/1995 Sb.
Změna: 110/1997 Sb.
Změna: 356/1999 Sb.
Změna: 64/2000 Sb.
Změna: 145/2000 Sb.
Změna: 64/2000 Sb. (část), 258/2000 Sb.
Změna: 102/2001 Sb.
Změna: 477/2001 Sb.
Změna: 452/2001 Sb.
Změna: 151/2002 Sb., 320/2002 Sb.
Změna: 227/2003 Sb.
Změna: 277/2003 Sb. (část)
Změna: 439/2003 Sb.
Změna: 119/2004 Sb.
Změna: 217/2004 Sb.
Změna: 277/2003 Sb., 186/2004 Sb.
Změna: 444/2005 Sb.
Změna: 229/2006 Sb.
Změna: 36/2008 Sb.
Změna: 293/2009 Sb., 298/2009 Sb.
Změna: 285/2009 Sb.
Změna: 301/2009 Sb.
Změna: 227/2009 Sb.
Změna: 155/2010 Sb.
Změna: 281/2009 Sb.
Změna: 28/2011 Sb.
Změna: 139/2011 Sb.
Změna: 211/2011 Sb.
Změna: 219/2011 Sb.
Změna: 468/2011 Sb.
Změna: 238/2012 Sb.
Změna: 221/2012 Sb.
Změna: 303/2013 Sb.
Změna: 476/2013 Sb.
Změna: 356/2014 Sb.
Změna: 378/2015 Sb.
Změna: 378/2015 Sb. (část)
Změna: 188/2016 Sb.
Změna: 183/2017 Sb.
Změna: 264/2017 Sb.
Změna: 371/2017 Sb.
Změna: 179/2019 Sb.
Změna: 164/2020 Sb.
Změna: 205/2020 Sb.
Změna: 238/2020 Sb.
Změna: 374/2022 Sb.

Příloha č. 2: Seznam rizikových e-shopů

zpasbl.com (31. 12. 2022)
ugglevne.cz (30. 12. 2022)
geoxoutletonline.cz (29. 12. 2022)
gymsharkoutlet.cz (28. 12. 2022)
legerobotyeshop.cz (27. 12. 2022)
botyolang.cz (26. 12. 2022)
dopebunda.cz (25. 12. 2022)
vessiboty.cz (24. 12. 2022)
urbantrend.cz (23. 12. 2022)
beliamo.cz (22. 12. 2022)
gymsharkleginy-cz.cz (21. 12. 2022)
hush-puppies.cz (20. 12. 2022)
lowabotyslevy.cz (19. 12. 2022)
onrunningvyprodej.cz (18. 12. 2022)
onrunningbotypraha.cz (17. 12. 2022)
nikebotysleva.cz (16. 12. 2022)
arcteryxbunda.cz (15. 12. 2022)
ceskomikulovskakuchyne.com (14. 12. 2022)
<http://milead.click/page/4b32c3759414cb0dbe871a542fdd68ad1819b5b3/> (13. 12. 2022)
timberland-boty.cz (12. 12. 2022)
vivobarefootboty.cz (11. 12. 2022)
josefseibelvyprodej.cz (09. 12. 2022)
botypikolinos.cz (08. 12. 2022)
topvision-cz.com (07. 12. 2022)
guessczonline.com (06. 12. 2022)
czhairperfecta.markmax.site (05. 12. 2022)
evasiveinfo.com (04. 12. 2022)
dreampads.cz (03. 12. 2022)
suprabotyshoppraha.cz (02. 12. 2022)
boilingsmart.com (01. 12. 2022)

Příloha č. 3: Výpočty lineárního trendu

Počet kontrol s nedostatky								
rok	t	y	y'	y-y'	(y-y') ²	y-y'/y	y-y'/y	(y- \bar{y}) ²
2013	1	88	93,85453	-5,85453	34,27552	-0,06653	0,06653	338,56000
2014	2	59	96,64240	-37,64240	1416,95028	-0,63801	0,63801	2246,76000
2015	3	107	99,43027	7,56973	57,30081	0,07075	0,07075	0,36000
2016	4	131	102,21814	28,78186	828,39547	0,21971	0,21971	605,16000
2017	5	155	105,00601	49,99399	2499,39904	0,32254	0,32254	2361,96000
2018	6	112	107,79388	4,20612	17,69145	0,03755	0,03755	31,36000
2019	7	102	110,58175	-8,58175	73,64643	-0,08413	0,08413	19,36000
2020	8	59	113,36962	-54,36962	2956,05558	-0,92152	0,92152	2246,76000
2021	9	112	116,15749	-4,15749	17,28472	-0,03712	0,03712	31,36000
2022	10	139	118,94536	20,05464	402,18859	0,14428	0,14428	1062,76000
Σ		1064	1063,99945	0,00055	8303,18788	-0,95248	2,54214	8944,40000

$$a = 91,06666$$

$$b = 2,78787$$

$$r = 0,26774$$

$$\bar{y} = 106,4$$

$$\text{rok } 2023 = 11$$

$$y' = a + b \cdot t = 91,06666 + 2,78787 \cdot 11 = 121,7332 \rightarrow \mathbf{122}$$

$$r^2 = 1 - \frac{\Sigma(y-y')^2}{\Sigma(y-\bar{y})^2} = 0,07168 \rightarrow \mathbf{7,168\%}$$

$$\text{MAPE} = \frac{100}{n} \Sigma \left| \frac{y-y'}{y} \right| = 10 \cdot 2,54208 = \mathbf{25,4208}$$