

MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLMOUC

Ústav společenských věd a práva

Martin Valenta

**Obchodní podmínky jako část smlouvy uzavírané se
spotřebitelem při prodeji zboží přes internet**

Contractual terms as a part of a contract concluded with a
consumer on internet

Bakalářská práce

Vedoucí práce: Doc. JUDr. Blanka Vítová, Ph.D., LL.M.

Olomouc 2017

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně a použil jen uvedené informační zdroje. Prohlašuji, že tištěná verze bakalářské práce se shoduje s elektronickou verzí vloženou do IS/STAG.

V Olomouci dne 13. 7. 2017

.....

Poděkování

Děkuji Doc. JUDr. Blance Vítové, Ph.D., LL.M. za odborné vedení, rady a připomínky, které mi v průběhu zpracování bakalářské práce poskytovala.

Obsah	
Úvod.....	5
1 Vymezení základních pojmů	6
1.1 Pojem spotřebitel.....	6
1.2 Pojem ochrana spotřebitele	7
1.3 Pojem spotřebitelská smlouva.....	9
1.4 Pojem podnikatel.....	10
1.5 Pojem distanční smlouvy	12
2 Obchodní podmínky	14
2.1 Obchodní podmínky obecně	14
2.2 Pravidla při formulování obchodních podmínek, které se stávají součástí smlouvy, kterou podnikatel uzavírá se spotřebitelem při prodeji zboží přes internet	16
2.2.1 Překvapivá ujednání.....	16
2.2.2 Inkorporace obchodních podmínek	18
2.2.3 Změna obchodních podmínek.....	20
2.3 Informační povinnost podnikatele podle NOZ	20
2.3.1 Následky nesplnění informační povinnosti podle NOZ	26
2.4 Informační povinnost podnikatele dle ZOS	27
2.4.1 Následky neplnění dle informační povinnosti podle ZOS.....	32
2.5 Zakázaná ujednání.....	33
3 Vzorové obchodní podmínky	37
Závěr.....	43
Seznam zkratk.....	44
Literatura a prameny.....	45
Přílohy.....	48
Anotace.....	52

Úvod

Tématem mé bakalářské práce jsou obchodní podmínky jako část smlouvy uzavírané se spotřebitelem při prodeji zboží přes internet. Téma jsem si zvolil z toho důvodu, že jde o téma, které je velmi aktuální, vzhledem k tomu, že obchodní podmínky tvoří nedílnou součást našeho života, i když si to mnozí z nás ani neuvědomují, neboť představují součást smluv, které běžně uzavíráme, ať již při nákupu zboží či sjednávání pojistné smlouvy či při zřízení tarifu u mobilního operátora. Navíc se jedná se o institut, kterému spotřebitelé při kontraktaci nevěnují dostatečnou pozornost ani přesto, že jsou prostřednictvím médií neustále upozorňováni na různá úskalí obchodních podmínek.

Další z důvodů, který mě přiměl k výběru daného tématu, je skutečnost, že žijeme ve velmi uspěchané době, kdy velká část populace využívá internet k realizaci různých transakcí, komunikací a stejně tak i k realizaci nákupů, neboť tento způsob nakupování přináší výhody, ať už v podobě ušetření času anebo financí. Samozřejmě z dnešní uspěchané doby těží i podnikatelé, kteří nabízejí zboží prostřednictvím internetu, neboť tito mohou své zboží nabízet širšímu okruhu spotřebitelů, neboť nejsou vázání ani otevírací dobou a ani omezení vzdáleností od spotřebitele. S nákupem přes internet jsou však spojena rizika, nejen ve vztahu ke spotřebiteli, který nemá možnost si dané zboží fyzicky prohlédnout, ale ve většině případů nezná ani svá práva, natož aby četl obchodní podmínky, které většinou bezmyšlenkovitě „odklikne“, a tím si může způsobit nemalé problémy. Určitá rizika však podstupuje i podnikatel, který nemá jistotu, že si spotřebitel chce zboží opravdu zakoupit a ponechat si jej, neboť zákon nabízí spotřebiteli lhůtu 14 dnů k navrácení zboží bez udání důvodu, nebo zda si chce dané zboží pouze „zapůjčit“ na dobu oněch zmíněných 14 dnů.

Práce vychází z aktuální právní úpravy občanského zákoníku, tedy ze zákona č. 89/2012 Sb. (dále jen „NOZ“).

Cílem práce je vyvodit určitá pravidla při formulování obchodních podmínek, které se stávají součástí smlouvy, kterou podnikatel uzavírá se spotřebitelem při prodeji zboží přes internet.

V práci budou nejprve vymezeny základní pojmy vztahující se k dané problematice a následně budou obecně rozebrána jednotlivá pravidla při formulování obchodních podmínek, které se stávají součástí smlouvy, kterou podnikatel uzavírá se spotřebitelem při prodeji zboží přes internet, tak jak je upravuje zákon. Dále práce upozorní na úskalí dané právní úpravy a posléze dojde k návrhu kompletního znění vlastních obchodních podmínek tak, aby byly v souladu s právem.

V bakalářské práci používám následující metody zkoumání: analýzu a syntézu.

Analýza tj. proces rozkladu celku na jednotlivé části, dochází k rozkládání extenze či intenze pojmů na jednotlivé prvky. Opačným procesem je syntéza, která představuje proces sloučení dosud izolovaných jednotlivých prvků v celek. Syntéza analýzu doplňuje a vede k poznání předmětu v jeho celistvosti.

1 Vymezení základních pojmů

Bez vymezení základních pojmů by tato bakalářská práce nebyla kompletní, neboť právě seznámení se se základními pojmy je důležité pro hlubší pochopení zpracovávané problematiky této práce.

1.1 Pojem spotřebitel

Koncept spotřebitele vychází primárně z evropského spotřebitelského práva. Ústavní soud České republiky v oblasti této problematiky navázal na judikaturu Soudního dvora EU a vyvodil, že: *„status spotřebitele je nutně vázaný na spotřebitelský vztah mezi spotřebitelem a podnikatelem, pro který je typická nerovnost smluvních stran.“*¹

Definici spotřebitele nalezneme v NOZ a to konkrétně v ustanovení § 419, které uvádí, že *„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.“* Z této definice je na první pohled patrné, že spotřebitelem je vždy pouze člověk – to znamená, že ochrana na základě tohoto ustanovení není poskytována právnickým osobám.

Pro lepší pochopení dané problematiky je tato definice blíže rozebrána. Nový občanský zákoník neobsahuje definice podnikatelské činnosti, ale je možné obsah tohoto pojmu dovodit z pojmu podnikatel, který je upravený v § 420 odst. 1 daného zákona. Podnikatelskou činnost je tedy možné definovat jako činnost vykonávanou na vlastní účet a zodpovědnost, živnostenských nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku. Abychom na danou osobu mohli nahlížet jako na spotřebitele, musí jednat vždy mimo rámec této činnosti.

Spotřebitel činí právní jednání za účelem své osobní potřeby ve smyslu spotřeby. Může konat právní jednání i za účelem spotřeby jiných osob, např. svých dětí nebo manžela. V postavení spotřebitele, i když nepřímého, budeme i v situaci, kdy např. nakoupíme potraviny pro sousedku, která je nemocná a nákup sama nemůže vykonat. *„Pouhá skutečnost, že předmět plnění je luxusní, hodnotný, že subjekt má i určité zkušenosti a znalosti, neznámá, že nejedná jako spotřebitel.“*²

Dle výše uvedené definice je zřejmé, že spotřebitel je chápán jako slabší smluvní strana právního poměru *„a to s ohledem na okolnosti, za nichž dochází ke kontraktaci, s ohledem na větší profesionální zkušenost prodávajícího, lepší znalost práva a lepší dostupnost právních služeb a konečně možnost stanovovat smluvní podmínky jednostranně cestou formulářových smluv.“*³ Pojem spotřebitele je zde vymezen pozitivně s tím, že za spotřebitele je považován člověk, který koná aktivně.

Taktéž i zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele (dále jen „ZOS“) definuje pojem spotřebitele ve svém ustanovení § 2 odst. 1 písm. a) a to tak, že dle jeho znění je

¹ ÚS I. ÚS 161/166

² LAVICKÝ, P. *Občanský zákoník I. Obecná část (§1-654)*, s. 1598

³ Nález Ústavního soudu ČR II. ÚS 3/06 ze dne 6. 11. 2007

spotřebitelem „fyzická osoba, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání“. Jde o definici veřejnoprávní. Oproti definici v NOZ je zde sice pojem spotřebitele vymezen negativně, avšak ve výsledku se definice shodují.

Abychom mohli správně aplikovat pojem spotřebitel v praxi, je nutné vycházet z tzv. modelu spotřebitele. Tento pojem vychází z rozhodovací praxe soudů. Pod pojmem průměrný spotřebitel rozumíme takového spotřebitele, který „*má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný, a to s ohledem na sociální, kulturní a jazykové faktory*“. ⁴ Směrnice č. 2005/29/ES v bodě 18 stanovuje, že: „*pojem průměrného spotřebitele není statistický pojem. Pro stanovení typické reakce průměrného spotřebitele v daném případě budou muset vycházet vnitrostátní soudy a orgány z vlastního úsudku s přihlédnutím k judikatuře SD*“.

V praxi se také střetáváme se skupinou tzv. zranitelnějších spotřebitelů před nekalými obchodními praktikami. Přelomovým rozhodnutím v této oblasti je rozsudek Nejvyššího správního soudu sp. zn. 4 As 98/2013, který rozvádí definici průměrného spotřebitele o prvky zranitelnosti a snížené kritičnosti s ohledem na stav průměrného spotřebitele.⁵ Avšak s ohledem, na téma bakalářské práce nebude tento pojem hlouběji rozpracován.

Vzhledem k tomu, že spotřebitel je ve vztahu k podnikateli v nevýhodě, je nutné mu poskytnout větší míru ochrany. Za spotřebitele je tedy potřeba především považovat osobu, jež si opatřuje statky nebo služby pro účely osobní či rodinné.⁶ Je však třeba zdůraznit, že za spotřebitele je považována výlučně fyzická osoba nikoliv právnická, což je zřejmé i z rozsudku Soudního dvora⁷, i když té také náleží za určitých okolností ochrana, ale pouze podle obecných ustanovení NOZ.⁸

1.2 Pojem ochrana spotřebitele

Ochranu spotřebitele řadíme mezi zásady ochrany slabší strany. Hraje důležitou roli ve vyspělé společnosti, neboť na trhu existuje velké množství služeb a zboží, jež láká spotřebitele k nákupům a mnohdy neuváženým, neboť spotřebitel nemá dostatek informací o kvalitě a bezpečnosti výrobků či služeb. Z toho důvodu je nezbytná právní regulace ochrany spotřebitele, bez níž by spotřební trh nemohl dobře odrážet potřeby spotřebitelů, neboť právě prostřednictvím ochrany spotřebitele dochází k vyrovnání faktické nerovnosti mezi spotřebitelem a prodávajícím.⁹ Neboť jsou to právě prodávající, kteří mají mnohem lepší pozici ve vztahu ke spotřebiteli, ať již jde o znalost práva či větší zkušenosti v oblasti prodeje.

K cílům ochrany spotřebitele patří zejména dosažení rovnováhy a také transparentnosti mezi výrobcí, prodávajícími a spotřebiteli a ochrana spotřebitelů před nekalými praktikami a

⁴ Rozsudek NS sp. zn. 23 Cdo 963/2015.

⁵ HADAŠ, J. Definice spotřebitele dle NOZ – některé aspekty průměrného spotřebitele dle současné judikatury. [online], [cit. 2017-5-10]. Dostupné z < <https://www.epravo.cz/top/clanky/definice-spotrebitele-dle-noz-nektere-aspekty-prumerneho-spotrebitele-dle-soucasne-judikatury-94146.html> >

⁶ Srov. DVOŘÁK, J., ŠVESTKA, J., ZUKLÍNOVÁ, M. a kol. *Občanské právo hmotné. Svazek 1. Díl první: Obecná část.* s. 291.

⁷ Srov. Rozsudek Soudního dvora ze dne 22. listopadu 2001 ve spojených věcech C-541/99 a C-542/99 Cape Snc proti Idealservice Srl a Idealservice MN RE Sas proti OMAI Srl.

⁸ Srov. Spotřebitelské smlouvy v NOZ, [online], [cit. 2016-10-13]. Dostupné z WWW: < <http://www.epravo.cz/top/clanky/spotrebiteleske-smlouvy-v-noz-92749.htm> l>.

⁹ Srov. TOMANČÁKOVÁ, B. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady.* s. 11.

podvodnými marketingovými a reklamními triky obchodních společností, jakož i přiblížení se k ideálnímu tržnímu systému, jež zajistí spotřebitelům přístup k informacím, na jejichž základě se kvalifikovaně mohou rozhodovat.¹⁰

Spotřebitele chrání nejen soukromé právo, jež je zaměřeno na ochranu osobních zájmů, ale i právo veřejné, a to zejména z hlediska zdraví občanů či bezpečnosti výrobků, které částečně zasahuje také do soukromoprávních vztahů. Je tedy zřejmé, že se soukromoprávní a veřejnoprávní ochrana spotřebitele prolíná a tvoří, respektive by měla tvořit, systematický celek ochrany spotřebitele, jehož smyslem je zajištění účinné ochrany slabší strany právního vztahu.¹¹

Oblast veřejného práva se zaměřením na ochranu spotřebitele upravuje ZOS, který však obsahuje nejen normy veřejnoprávní, ale reguluje částečně i vztahy soukromoprávní. Zákon upravuje nejen podmínky podnikání, jež jsou významné z hlediska ochrany spotřebitele a uvádí výčet zakázaných nekalých obchodních praktik vůči spotřebiteli, ale současně ukládá prodávajícímu povinnost poctivého prodeje, tzn. aby byl předmět koupě prodáván ve správné hmotnosti, míře či množství jakož i v předepsané jakosti.¹² Současně ukládá informační povinnost podnikateli ve vztahu ke spotřebiteli. Dále uvádí, jaké jsou úkoly veřejné správy ve vztahu ke spotřebiteli, a současně se zmiňuje o mimosoudních řešeních spotřebitelských sporů, jakož i o sdružení spotřebitelů a jiných právnických osobách, jež jsou založeny k ochraně spotřebitele.

Vedle ZOS jsou upraveny veřejnoprávní normy se zaměřením na ochranu spotřebitele také v následujících právních předpisech:

- zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci
- zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích
- zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků, zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky
- zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže
- zákon č. 40/2009 Sb. trestní zákoník.¹³

Soukromoprávní oblast ochrany spotřebitele spočívá v úpravě spotřebitelských smluv, u kterých je typická zvýšená informační povinnost ve vztahu ke spotřebiteli, ale také regulace smluvní volnosti, jež je ve vztahu spotřebitel – podnikatel nezbytná, neboť spotřebitel jakožto slabší smluvní strana je ve vztahu k podnikateli v nerovném postavení.¹⁴ Její právní úpravu nalezneme především v NOZ, a to v ustanovení § 1810 a následujících, jež upravuje závazky ze smluv uzavíraných se spotřebitelem.

Je třeba zmínit, že soukromoprávní ochrana spotřebitele bývá označována jako následná a vyžaduje aktivitu spotřebitele, který je oprávněn nakládat řízením. Typickým orgánem vystupujícím na ochranu spotřebitele v soukromoprávní oblasti je soud. Naproti tomu veřejnoprávní ochrana spotřebitele bývá označována jako preventivní a tento druh ochrany

¹⁰ Srov. TOMANČÁKOVÁ, B. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*. s. 12

¹¹ Srov. ONDŘEJ, J. a kol. *Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele. Ekonomické, právní a sociální aspekty*. s. 3

¹² Srov. Tamtéž. s. 5

¹³ Srov. Tamtéž s. 6

¹⁴ Srov. VÍTOVÁ, B. *Zákon o ochraně spotřebitele. Komentář*. s. 15-16.

nevyžaduje aktivní chování spotřebitele, nicméně spotřebitel nad případným řízením, které probíhá, nemá žádnou moc. Charakteristickým rysem ochrany spotřebitele prostřednictvím veřejného práva je sankcionování porušení jeho práv. Sankce může nastat ve formě udělení pokuty nebo v pozastavení výkonu živnostenského podnikání.

V neposlední řadě musíme mít na paměti, že na ochranu spotřebitele nemůžeme nahlížet jako na obranu jeho neschopnosti či lehkomyšlnosti.¹⁵ Jak bylo výše naznačeno, ochrana je spotřebiteli poskytovaná na různé úrovni. V následující podkapitole se budeme věnovat ochraně spotřebitele prostřednictvím úpravy spotřebitelské smlouvy, která představuje obecnou úpravu ochrany v oblasti soukromého práva.

1.3 Pojem spotřebitelská smlouva

V NOZ nalezneme úpravu tzv. spotřebitelských smluv v části čtvrté, jež nese název relativní majetková práva a právě v této části v dílu 4 se nachází ustanovení o závazcích ze smluv uzavíraných se spotřebitelem.

Úprava spotřebitelských smluv je rozdělena do tří oddílů s tím, že oddíl 2 se člení na další dva pododdíly. Oddíl první upravuje obecná ustanovení (§ 1813 a násl.), jež se budou aplikovat na všechny smlouvy, ve kterých na jedné straně bude vystupovat podnikatel a na straně druhé bude spotřebitel, stejně tak jako na závazky z nich vzniklé.¹⁶

V oddílu 2 dílu 4 nalezneme zvláštní úpravu smluv, jež se uzavírají distančním způsobem a dále závazky ze smluv uzavíraných mimo obchodní prostory (§1820 a násl.), jde o úpravu specifických otázek ochrany spotřebitele, a taktéž v oddílu 3, jež upravuje dočasné užívání ubytovacího zařízení a jiné rekreační služby (§ 1852 a násl.), jde o smlouvy typu *timeshare*.¹⁷

Pojem spotřebitelská smlouva je z hlediska terminologie nepřesný. Nejedná se o žádný speciální smluvní typ. Spotřebitelská smlouva je charakteristická v tom, kdo ji uzavírá, reps. Stranou smlouvy. NOZ nahradil oproti předcházejícím právní úpravě (obsaženou v z. č. 40/1964 Sb., občanský zákoník) daný pojem spotřebitelská smlouva spojením smlouvy uzavírané se spotřebitelem. Avšak NOZ i nadále jako legislativní zkratku používá zažitý pojem spotřebitelská smlouva, kterou definuje jako „*smlouvu, kterou se spotřebitelem uzavírá podnikatel*.“¹⁸ Toto ustanovení je obecné.

Zda jde o smlouvu uzavřenou se spotřebitelem, je třeba zkoumat již v okamžiku jejího uzavření. Je třeba podotknout, že na charakteru smlouvy nic nemění následná ztráta postavení podnikatele nebo spotřebitele ani změna subjektu, kdy například dojde k postoupení pohledávky či převzetí dluhu.¹⁹

¹⁵ Rozsudek NS ČR sp. zn. 23 Cdo 1201/2009.

¹⁶ Srov. BAJURA, J. a kol. *Aktuální otázky ochrany spotřebitele: monografie (výstup z dílčího výzkumného úkolu 4/5)*. s. 50.

¹⁷ Jde o smlouvy, jejichž prostřednictvím spotřebitel nabývá za úplatu právo užívat ubytovací zařízení s noclehem na víc než jeden časový úsek nebo právo na výhodu spojenou s ubytováním, popřípadě včetně dopravy nebo jiných služeb, pokud je taková smlouva uzavřena na období delší než jeden rok.

¹⁸ § 1810 z. č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

¹⁹ Srov. HULMÁK In HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721-2054)*. s. 400.

Co se týče formy spotřebitelské smlouvy, není vyžadována – odvíjí se od typové smlouvy, avšak nedodržení její zákonné formy je stiženo relativní neplatností, tzn. že se jí subjekt musí dovolat v obecné tříleté promlčecí době neplatnosti právního jednání, avšak pouze v případě, že nedošlo ani k částečnému plnění závazku.²⁰

Smyslem právní úpravy spotřebitelských smluv je skutečnost, že spotřebitel jakožto laik nemá dostatečné odborné znalosti oproti podnikateli, který vystupuje jakožto odborník a smlouvy uzavírá jako profesionál, který se v podnikatelském prostředí umí pohybovat, a z toho důvodu je nutné spotřebitele chránit.

Charakter spotřebitelské smlouvy má spíše kupní smlouva, smlouva o dílo, smlouva o ubytování, smlouva o pojištění. Do tohoto výčtu řadíme i smlouvy nepojmenované, a to za výše uvedených podmínek.

1.4 Pojem podnikatel

Zákonodárce do 31. prosince 2013 upravoval pojem podnikání, a to v § 2 zákona č. 513/1992 Sb., obchodní zákoník. Charakteristické znaky podnikatele se pak odvozovaly od tohoto ustanovení. Od 1. ledna 2014 můžeme definici pojmu podnikatel nalézt v občanském zákoníku. Toto ustanovení je zde zařazené zejména z toho důvodu, že zásada jednotnosti úpravy soukromoprávních obligací, včetně úpravy tzv. jednostranných obchodů a základní úpravy ochrany spotřebitele jako slabší smluvní strany v občanském zákoníku, vyžadují pojmové vymezení podnikatele už zde.“ Upustilo se od koncepce, že podnikatel je osoba nadaná podnikatelským oprávněním. Současná právní úprava vychází z kritéria, že „*podnikatelem je ten, kdo provádí podnikatelskou činnost, přičemž jsou vymezeny charakteristické znaky této činnosti.*“²¹

NOZ ve svém ustanovení § 420 odst. 1 vymezuje podnikatele jako toho, „*kdo 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.*“ Jedná se o vymezení podnikatele z věcného hlediska, resp. podle činnosti. Níže si jednotlivé znaky podnikatele blíže rozebereme.

Prvním znakem podnikatele je výkon jeho činnosti samostatně. Samostatností výkonu činnosti je myšleno to, že podnikatel samostatně rozhoduje o tom, co bude vyrábět, kolik toho bude vyrábět, jaké služby bude poskytovat, komu tyto služby bude poskytovat a za jakou cenu tyto služby bude poskytovat. Taktéž rozhoduje o tom, zda bude vykonávat činnost samostatně nebo s pomocí zaměstnanců. Avšak podnikatel při své samostatné činnosti musí dodržovat právní předpisy, které se na něj vztahují.²²

Podnikatel při provádění podnikatelské činnosti podstupuje určité podnikatelské riziko, které vzniká díky tomu, že podnikatel jedná na vlastní účet a na vlastní zodpovědnost. Podnikatel, ať už fyzická nebo právnická osoba, je zodpovědný za veškeré své závazky, které mu v rámci podnikání vznikají.

²⁰ Srov. ONDŘEJ, J. a kol. *Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele. Ekonomické, právní a sociální aspekty.* s.13.

²¹ Eliáš, K. a kol. *Nový občanský zákoník s aktualizovanou důvodovou zprávou a rejstříkem.* s. 201.

²² LAVICKÝ, P. *Občanský zákoník I. Obecná část (§1-654),* s. 1607.

V praxi však nastávají situace, kdy osobu považujeme za podnikatele, i když nejedná na vlastní účet. Jedná se o případ komisionářského prodeje. Komisionář, který prodává, jedná na účet komitenta, a ne na svůj vlastní. Pro komisionáře je zisk představovaný zpravidla určitou provizí, případně poplatkem za umístění své věci na prodejně apod.²³

Co se týče pojmu ziskovosti, není nutné, aby podnikatel reálně dosahoval zisku. Podmínkou však je, aby samotným cílem podnikatele bylo dosažení zisku. Za podnikatele budeme tedy považovat i osobu, fyzickou či právnickou, jejíž hospodářský výsledek vykazuje ztrátu.

Další pojmový znak, který musí být naplněný, aby se jednalo o podnikání, je pojem soustavnosti. Pojem soustavnosti nesmíme zaměňovat s pojmem nepřetržitosti či trvalosti. Posouzení soustavnosti je vždy věcí konkrétního případu, kdy přihlížíme k povaze činnosti.²⁴ Za soustavnou činnost budeme tedy považovat činnost, která je opakující se. Např. provozování lyžařského vleku považujeme za podnikatelskou činnost, i když je uskutečňována pouze v zimě. Nejedná se o příležitostnou resp. jednorázovou činnost, čímž je naplněn znak soustavnosti.

Pojem podnikání považuje za širší pojem než je pojem živnost podle živnostenského zákona. Prováděním podnikatelské činnosti způsobem obdobným živnostenskému podnikání rozumíme výkon činností upravených např. v § 3 odst. 1 živnostenského zákona.

Ustanovení § 420 odst. 2 NOZ rozšiřuje definiční znaky vymezení podnikatele, a to pro účely ochrany spotřebitele. Za podnikatele se považuje *“každá osobu, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností či při samostatném výkonu svého povolání, popřípadě osobu, která jedná jménem nebo na účet podnikatele.”* NOZ opouští hledisko veřejnoprávního oprávnění k provozování podnikatelské činnosti a stanovuje hledisko fakticity, tzn. že pokud se někdo chová takovým způsobem, že má záměr soustavně získávat zisk, musí být považován za podnikatele, ať už má veřejnoprávní licenci k provozování takové činnosti či nikoliv.²⁵ Díky definici podnikatele, jež zvolil zákonodárce, již nebude namístě, *aby probíhaly dohady o tom, zda má být spotřebitel chráněn i v případě uzavírání smlouvy s osobou, která ve vztahu ke své činnosti nemá status podnikatele (např. při provozu nemocnic).*²⁶

Ustanovení § 421 NOZ obsahuje formální hledisko vymezení podnikatele. Za podnikatele tak považuje osobu, která je zapsaná v obchodním rejstříku. Rozhodujícím je tedy okamžik zápisu v tomto rejstříku a ne skutečný výkon podnikatelské činnosti. Do obchodního rejstříku se povinně zapisují:

- Všechny obchodní společnosti a družstva,
- Některé podnikající zahraniční osoby,
- Fyzické osoby, které jsou podnikateli a o zápis požádají,²⁷

²³ LAVICKÝ, P. *Občanský zákoník I. Obecná část (§1-654)*, s. 1607.

²⁴ Rozsudek Nejvyššího soudu, sp. zn. 22 Cdo 679/2007.

²⁵ Srov. ONDŘEJ, J. a kol. *Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele. Ekonomické, právní a sociální aspekty*. s. 20.

²⁶ VÍTOVÁ, B. *Nepřiměřená ujednání ve spotřebitelských smlouvách po rekonstrukci soukromého práva*. s.23

²⁷ Povinnost zápisu je stanovena v případě provádění živnosti průmyslovým způsobem či výši příjmů za poslední dvě zúčtovací období 120 miliónů korun.

- Další osoby, u kterých zákon stanoví povinnost zápisu.²⁸

Výše uvedené ustanovení stanovuje, že „*vlastnost podnikatele se přičítá tomu, kdo je zapsaný v obchodním rejstříku*“. Toto přičítání vlastností je důležité ve vazbě na konkrétní oprávnění a povinnosti.²⁹

Ustanovení § 412 odst. 2 NOZ obsahuje vyvrátitelnou právní domněnku, podle které se má za to, že: „*podnikatelem je osoba, která má k podnikání živnostenské nebo jiné oprávnění podle jiného zákona*.“ Osoba, která má oprávnění k podnikání, může tuto domněnku vyvrátit tak, že prokáže, že nepodniká.³⁰

1.5 Pojem distanční smlouvy

Distanční smlouvy představují smlouvy sjednané prostřednictvím dálkové komunikace, jejichž základním znakem je skutečnost, že právní vztah vznikl bez současné fyzické přítomnosti subjektů.³¹ NOZ neobsahuje výčet prostředků komunikace na dálku, pouze se zmiňuje ve svém ustanovení § 1820 odst. 1, že jde o komunikační prostředek, který umožňuje uzavřít smlouvu bez současné fyzické přítomnosti stran. Nahlédneme-li do Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU o ochraně spotřebitele, konkrétně do bodu 20 zjistíme, že za prostředky komunikace na dálku můžeme považovat poštu, internet, telefon nebo fax. Mezi prostředky komunikace na dálku řadíme i doručovatele, který identifikuje spotřebitele. Nejprve mu dá podepsat smlouvu a následně mu předá zboží, které si předtím telefonicky objednal.³² Typickým příkladem smlouvy uzavírané na dálku tak bude představovat zejména nákup zboží přes internet nebo prostřednictvím objednávkového katalogu či prostřednictvím telefonu.

Aby se opravdu jednalo o uzavření smlouvy distančním způsobem, je vyžadována fyzická vzdálenost smluvních stran, nestačí pouhé použití prostředků komunikace na dálku.³³ O uzavření smlouvy distančním způsobem nepůjde v případě, kdy se spotřebitel při podpisu smlouvy nechá zastoupit třetí osobou za přítomnosti podnikatele. Jakkoli se na první pohled zdá, že se jedná o uzavření smlouvy distančním způsobem z důvodu absence přítomnosti spotřebitele, není tomu tak. Právní jednání zástupců spotřebitele se přičítá přímo spotřebiteli. Taktéž se nebude jednat o uzavření smlouvy distančním způsobem v případě, kdy spotřebitel doma vyplní objednávku a donese ji do prodejny podnikatele. Je třeba poznamenat, že není nutné, aby byly prostředky komunikace na dálku používány v průběhu celého kontrakčního procesu, stačí, když jsou užívány do okamžiku, kdy je spotřebitel zavázán.³⁴

V současné době se uzavírání smluv distančním způsobem jeví jako pohodlné a rychlé, avšak jsou tady i určité nevýhody. Např. spotřebitel nemá možnost si objednaný výrobek prohlédnout nebo jej vyzkoušet, a to i přesto, že se webové stránky podnikatelů se neustále

²⁸ Srov. Obchodní rejstřík, [online], [cit. 2017-4-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.obchodni-rejstrik.info/>>

²⁹ Eliáš, K. a kol. *Nový občanský zákoník s aktualizovanou důvodovou zprávou a rejstříkem*. s. 202.

³⁰ Srov. ŠTENGLOVÁ, I. a kol. *Základy obchodního práva*. s. 40.

³¹ Srov. ONDŘEJ, J. a kol. *Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele. Ekonomické, právní a sociální aspekty*. s. 30.

³² HULMÁK In HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721-2054). Komentář*. s. 525.

³³ Srov. HULMÁK In HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721-2054). Komentář*. s. 524

³⁴ Srov. HULMÁK In HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721-2054). Komentář*. s. 525

zlepšují a nabízejí např. virtuální prohlídky. Toto všechno pomáhá spotřebiteli se rozhodnout, zda opravdu uzavře distanční smlouvu s podnikatelem.

V případě, že je smlouva uzavírána distančním způsobem, náleží spotřebiteli zvláštní ochrana v podobě zvýšené informační povinnosti ze strany podnikatele, který musí spotřebiteli před uzavřením smlouvy poskytnout vymezené informace uvedené v NOZ v ustanovení § 1811 odst. 2 a informace uvedené v § 1820 odst. 1) písm. a) až j), aby měl spotřebitel informace nezbytné, které mu umožní nabídku řádně posoudit a následně se rozhodnout.

Nesplnění informační povinnosti ze strany podnikatele nese s sebou různé následky například v podobě prodloužení lhůty k odstoupení od smlouvy, v případě neposkytnutí informací podle § 1820 odst. 1 písm. f).³⁵

³⁵ Srov. HULMÁK In HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721-2054). Komentář.* s. 525.

2 Obchodní podmínky

Definici obchodních podmínek v NOZ nenajdeme. Všeobecné obchodní podmínky můžeme vymezit jako „*nepřímé smluvní ujednání nahrazující část obsahu smlouvy*“.³⁶ Obchodní podmínky mají obecný charakter. Používají se při uzavírání většího počtu smluv určitého druhu. Slouží jako efektivní a racionální prostředek při uzavírání smluv. Souhlasíme s Bejčkem, který říká, že „*obchodní podmínky zvyšují právní jistotu, snižují transakční náklady kontraktace a vyplňují mezery v úpravě typových smluv*.“³⁷

2.1 Obchodní podmínky obecně

Při tvorbě obchodních podmínek se uplatňuje smluvní svoboda, avšak i tak existují určité limity. První omezení vyplývá ze smyslu a účelu obchodních podmínek. Obchodní podmínky představují vedlejší náležitosti „hlavní“ kupní smlouvy a jsou její doplňkovou funkcí, avšak v případě, že u „hlavní“ smlouvy nebudou uvedeny obchodní podmínky, tak to nemá vliv na její platnost. To neplatí v případě, kdy smlouva samotná nebude obsahovat podstatné náležitosti, pak to zakládá její neplatnost. Druhým limitem jsou překvapivá ujednání. Jedná se o ujednání, která druhá strana nemohla rozumně očekávat.³⁸ Překvapivým ujednáním je věnována jedna z následujících podkapitol.

NOZ upravuje problematiku obchodních podmínek v § 1751 a násl. I když NOZ s obchodními podmínkami počítá, jak bylo uvedeno výše, nijak je nevymezuje, pouze stanoví, že je lze použít k určení části obsahu smlouvy. Nestanoví, že vše, na co smlouva odkazuje, jsou obchodní podmínky, tudíž ne každá příloha smlouvy může být za obchodní podmínky považována.

V souvislosti s obchodními podmínkami se NOZ věnuje několika následujícím oblastem:

- střetu obchodních podmínek, jež je upraven v § 1751 odst. 2 NOZ
- stanovení pravidel pro sjednání změny obchodních podmínek určitého typu smluv, jež upravuje v § 1752 NOZ
- zároveň chrání před tzv. překvapivými klauzulemi v obchodních podmínkách § 1753.³⁹

Teorie nahlíží na obchodní podmínky jako na soubor ujednání, která jsou zpravidla předem připravena a předložena jako celek jednou ze stran, která je používá při uzavírání typologicky obdobných smluvních vztahů o předem neurčitém množství s tím, že je v nich obvykle obsažena podrobná úprava práv a povinností stran, jejich rozsah není však rozhodující.⁴⁰ Je třeba poznamenat, že obchodní podmínky se automaticky nestanou součástí smlouvy.

³⁶ ŠPAČKOVÁ, M. *Všeobecné obchodní podmínky a řešení jejich kolize po rekodifikaci. Obchodněprávní revue.* 4/2015. s. 106.

³⁷ BEJČEK, J. *Některá úskalí racionality obchodních podmínek. Právní rozhledy.* 2015. č. 18.

³⁸ ŠPAČKOVÁ, M. *Všeobecné obchodní podmínky a řešení jejich kolize po rektifikaci. Obchodněprávní revue.* 4/2015. s. 106.

³⁹ Srov. BEZOUŠKA, P., PIECHOWICZOVÁ, L.. *Nový občanský zákoník 2014 – nejdůležitější změny.* s. 226.

⁴⁰ Srov. Tamtéž. s. 226.

Je nezbytné, aby byly přijaty, a to platí i v případě jejich následných změn. Výjimku však představuje ustanovení § 1752 NOZ, které upravuje situaci, kdy podnikatelé mají možnost měnit obchodní podmínky jednostranně avšak pouze v případě, že poskytují opakovaně plnění velkému počtu osob.

Aplikace obchodních podmínek při uzavírání smlouvy se slabší stranou zakládá vyvratitelnou právní domněnku, že se jedná v tomto případě o adhézní smlouvu.⁴¹ Úpravu adhézní smlouvy najdeme v § 1798 odst. 2 NOZ. Vzhledem k zásadě autonomie smluvních stran může v praxi nastat situace, kdy si strany dohodnou obchodní podmínky pro konkrétní individuální případ. V tomto případě bychom na obchodní podmínky nahlíželi jako na nepřiměřené ujednání.

Motivem použití obchodních podmínek může být zejména snaha o sjednocení právního režimu smluv uzavíraných jedním subjektem či snaha o vnučení pravidel jedné strany straně druhé, ale také zjednodušení procesu sjednávání smluv.⁴² Zejména u nákupu přes internet, kde nakupuje velké množství spotřebitelů zboží je využívání obchodních podmínek praktické, neboť pro podnikatele by představovalo velkou administrativní zátěž, kdyby byl nucen vypracovat náležitosti pro každou jednotlivou uzavíranou smlouvu zvlášť.

Co se týče obsahu obchodních podmínek, tak mohou mít obecný charakter nebo mohou obsahovat konkrétní výčet práv a povinností smluvních stran. Součástí obchodních podmínek může být také popis procesu uzavření smlouvy.

V praxi může nastat i situace, kdy obchodní podmínky obsahují odkaz na další obchodní podmínky. Tyto obchodní podmínky pak musí být také připojené ke smlouvě. Jako příklad můžeme uvést odkaz na pravidla pro přímé bankovníctví, sazebník poplatků či pojistné podmínky, které odkazují na zvláštní pojistné podmínky.⁴³

Aby se obchodní podmínky mohly stát součástí smlouvy, vyžaduje se, aby druhá strana mohla nabýt vědomost o jejich obsahu před uzavřením smlouvy. U obchodních podmínek se vyžaduje, aby byly buď připojeny ke smlouvě (tzn. druhé straně fyzicky předány, s tím, že u smlouvy uzavřené elektronicky postačí, aby byl v návrhu hypertextový odkaz na umístění textu obchodních podmínek na internetu) nebo, aby je druhá strana znala (např. z předchozích závazků).⁴⁴

V případě, že jsou obchodní podmínky pouze zveřejněny či vystaveny v provozovně nebo uvedeny na druhé straně formuláře nelze to považovat za odkaz ve smlouvě. Pouhé seznámení s obchodními podmínkami nestačí k tomu, aby se staly součástí smlouvy. Pro platnost obchodních podmínek je nevyhnutelné, aby s nimi byly obeznámeny obě smluvní strany a aby s nimi souhlasily. Obchodní podmínky musí být oběma stranami smlouvy přijaté.

Je zde namístě se také zmínit o obchodních podmínkách podle ustanovení § 1751 odst. 3 NOZ, které uvádí, že v případě, že smlouvu uzavírají podnikatelé mezi sebou, připouští se, že se obchodní podmínky vypracované odbornými nebo zájmovými organizacemi stanou

⁴¹ Jestliže se použije k uzavření smlouvy se slabší stranou smluvní formulář užívaný v obchodním styku nebo jiný podobný prostředek, má se za to, že smlouva byla uzavřena adhézním způsobem.

⁴² Srov. HULMÁK In HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721-2054). Komentář.* s. 151.

⁴³ HULMÁK, M. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721 – 2054), s. 154.*

⁴⁴ Srov. BEZOUŠKA, P., PIECHOWICZOVÁ, L.. *Nový občanský zákoník 2014 – nejdůležitější změny.* s. 226.

součástí smlouvy i pouhým odkazem s tím, že jejich znalost se předpokládá a nezkontroluje se, tzn. že není nutné, aby byly přiloženy či, aby došlo k seznámení se s nimi.

2.2 Pravidla při formulování obchodních podmínek, které se stávají součástí smlouvy, kterou podnikatel uzavírá se spotřebitelem při prodeji zboží přes internet

Vzhledem k současnému vývoji společnosti můžeme říci, že narůstá počet nákupů přes internet, což znamená, že narůstá také počet smluv, které jsou takto uzavírané. Avšak i při uzavírání smluv při nákupu na internetu musí platit určitá pravidla.

2.2.1 Překvapivá ujednání

Nákup zboží přes internet představuje pro spotřebitele nejen možnost vybrat si z velkého množství zboží, a mnohdy i za „rozumnou“ cenu, které ne vždy je dostupné v kamenných prodejnách, ale zároveň představuje úsporu času, protože nákup probíhá z pohodlí domova, což většinou představuje rozhodující faktor, který motivuje spotřebitele k nákupu zboží přes internet. Nicméně s tímto způsobem nakupování jsou spojena určitá rizika, neboť podnikatelé „hřeší“ na to, že nejen, že většina spotřebitelů nezná svá práva, ale také na to, že se nákup uskutečňuje na dálku, což umožňuje podnikateli neseriózní jednání, které se může projevit nejen v oblasti poskytování kvality zboží, ale zejména ve formulaci obchodních podmínek, které mnohdy podnikatel upraví tak, aby byly výhodné jen pro něj s tím, že mnohdy zakotví do obchodních podmínek taková ustanovení, která jsou nejen nezákonná, ale také pro spotřebitele nepřiměřená. Je nutné zmínit, že většina spotřebitelů si ani dané obchodní podmínky nečte, na což většina podnikatelů při tvorbě obchodních podmínek mnohdy spoléhá, a proto je na místě, aby v takových případech byla ochrana poskytnuta spotřebiteli, a nikoli podnikateli, který obchodní podmínky zneužívá na újmu druhé strany.

A právě na tuto situaci pamatoval zákonodárce, který se snažil takovému nepoctivému jednání zabránit, a proto v § 1753 NOZ zakotvil ochranu před překvapivými ujednáními obchodních podmínek, která zní následovně: *„Ustanovení obchodních podmínek, které druhá strana nemohla rozumně očekávat, je neúčinné, nepřijala-li je tato strana výslovně; k opačnému ujednání se nepřihlíží. Zda se jedná o takové ustanovení, se posoudí nejen vzhledem k jeho obsahu, ale i ke způsobu jeho vyjádření.“*

*„Tato ochrana se však uplatní pouze v případě, že se obchodní podmínky staly vůbec součástí smlouvy.“*⁴⁵ Je nezbytné si však položit otázku, která ujednání obchodních podmínek jsou vlastně překvapivá? Dle Hulmáka odpověď na tuto otázku vychází z odpovědi na otázku: *„jaká ujednání druhá strana očekávala či musela očekávat?“*⁴⁶

⁴⁵ HULMÁK In HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721-2054). Komentář.* s. 169.

⁴⁶ Tamtéž

Při posuzování musíme zkoumat: „*zda existuje jasný rozdíl mezi očekáváním druhé smluvní strany s obsahem obchodních podmínek, a zda obsah obchodních podmínek je neobvyklý a v daném případě překvapivý*“.⁴⁷

Při posuzování překvapivých ujednání postupujeme objektivně. Při posuzování konkrétního případu musíme mít na zřeteli ustanovení § 4 odst. 1 NOZ, který stanoví, že: „*každá svéprávná osoba má rozum průměrného člověka a schopnost užívat jej s běžnou starostlivostí a opatrností, a že to každý od něj může v právním styku důvodně očekávat*.“⁴⁸ V daném případě předpokládáme rozumovou vyspělost průměrného člověka. Na základě výše uvedených skutečností, při posuzování překvapivých ujednání, budeme vycházet z toho, s jakými vědomostmi osoba v konkrétním případě disponovala.

Těžko bychom hledali v zákoně nějaký výčet překvapivých ujednání, neboť takovýto výčet neexistuje a je ponechán aplikační praxi. Někteří autoři odborných publikací však uvádí aspoň příklady překvapivých ujednání. Například D. Ondřejová⁴⁹ uvádí výčet překvapivých ustanovení z hlediska obsahu, kdy řadí mezi překvapivá ustanovení obchodních podmínek například ustanovení, kterým se nabyvatel vzdává práv z vad zboží, dále ustanovení o smluvní pokutě, zejména pokud jde o nepřiměřené sazby, ustanovení, jež omezuje právo druhé strany odstoupit od smlouvy, či ustanovení, jimiž dochází ke vzdání se práva na náhradu škody apod. Mezi překvapivá ustanovení z hlediska formy řadí nejen ustanovení, která jsou psaná odborným právnickým jazykem či za použití latinských právnických výrazů, ale také nepřiměřenou délku textu obchodních podmínek či volba malého písma, či nevhodné barvy písma (například žlutá na bílém podkladu) apod. Z důvodové zprávy k NOZ je možné vyčíst, že dané ustanovení je převzato ze Zásad mezinárodních smluv UNIDROIT z čl. 2.20, ze kterého vyplývá, že „*takové ustanovení obchodních podmínek, které druhá strana nemohla rozumně očekávat, nemá právní účinky, nebylo-li přijato výslovně*.“⁵⁰ Důvodová zpráva k překvapivým ujednáním dále uvádí, že „*takovým ustanovením je např. ustanovení vylučující odpovědnost strany za splnění určitých povinností ze smlouvy, ač smlouva sama navozuje rozumné očekávání, že odpovědnost za splnění smlouvy nebude dotčena. Nejde však jen o ustanovení s neočekávaným obsahem, ale i ustanovení vyjádřená pro druhou stranu nejasně, nebo drobným, špatně čitelným písmem, pokud mění nebo doplňují obsah smlouvy způsobem, který druhá strana nemohla rozumně očekávat*.“⁵¹

Překvapivá ujednání v obchodních podmínkách nemají žádné účinky, ledaže by je druhá strana výslovně přijala, a tudíž se k nim přistupuje, jako by ani nebyla sjednána. K neúčinnosti překvapivých ujednání se přihlíží z úřední povinnosti. Je však nutné podotknout, že překvapivost ustanovení bude vždy třeba zkoumat individuálně v konkrétním případě s přihlédnutím na řadu dalších okolností a v případě sporu, to bude právě soud, který bude muset posoudit překvapivost ujednání. Zákonodárce však neuvádí jakým způsobem je možné výslovně přijetí učinit. Dle názoru Kotrnochové se jeví jako nejbezpečnější zahrnutí potencionálně překvapivých ujednání jednotlivě do smlouvy, popřípadě je má podnikatel vyčlenit na zvláštní listinu, kterou musí druhá strana podepsat. Jako nedostačující považuje

⁴⁷ HULMÁK In HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721-2054). Komentář* s. 170

⁴⁸ § 4 ods. 1 z. č. 89/2012 Sb., NOZ.

⁴⁹ Srov. ONDŘEJOVÁ, D. *Průvodce uzavírání smluv po rekodifikaci*. str. 56-57.

⁵⁰ Důvodová zpráva k NOZ [online], [cit. 2016-03-20]. Dostupné z WWW: <<http://obcanskyzakonik.justice.cz/images/pdf/Duvodova-zprava-NOZ-konsolidovana-verze.pdf> l >.

⁵¹ Tamtéž

situaci, kdy dojde k pouhému podpisu celých obchodních podmínek.⁵² Obdobně se vyjádřil také Ústavní soud, jenž se ve svém nálezu formuloval závěr ve vztahu k obchodním podmínkám tak, že „ *v rámci spotřebitelských smluv ujednání zakládající smluvní pokutu (podobně jako rozhodčí doložka) zásadně nemohou být součástí tzv. všeobecných obchodních podmínek, nýbrž toliko spotřebitelské smlouvy samotné (listiny, na níž spotřebitel připojuje svůj podpis)*.“⁵³

S tímto tvrzením se také ztotožňuji, a proto si dovoluji k výše uvedenému učinit takový závěr, že o výslovné přijetí půjde pouze tehdy, pokud dojde k vyčlenění překvapivých ujednání buď na samostatnou listinu, nebo budou součástí smlouvy samotné a to za podmínky, že spotřebitel daný dokument podepíše.

Překvapivá ujednání představují důležitý institut, zejména z hlediska obsahu obchodních podmínek, který vymezuje, co lze uvést do obchodních podmínek a co nikoliv. Tento způsob ochrany je na místě, zejména v případě, kdy podnikatel jedná v rozporu se zásadami poctivého obchodního styku.

U formulace obsahu obchodních podmínek nestačí pouze, aby se podnikatel vyvaroval začlenění překvapivých ujednání do obchodních podmínek, ale je třeba, aby pamatoval na to, že při jejich formulaci je nezbytné dodržovat pravidla vedoucí k zachování jejich transparentnosti, protože jen v takovém případě budeme moci mluvit o závaznosti ve vztahu ke spotřebiteli. A která pravidla to jsou? Na tuto otázku najdeme odpověď v této kapitole, která si klade za cíl obecně rozebrat jednotlivá pravidla při formulaci obchodních podmínek a následně si klade za cíl upozornit na úskalí těchto pravidel. S ohledem na téma bakalářské práce, budou v této kapitole rozebrána zejména taková pravidla, na něž je kladen důraz při formulaci obchodních podmínek, která se vztahují k prodeji zboží přes internet.

2.2.2 Inkorporace obchodních podmínek

Inkorporaci můžeme definovat jako proces, na jehož základě se obchodní podmínky stávají součástí smlouvy. Aby obchodní podmínky zavazovaly spotřebitele, je nevyhnutelné, aby se staly součástí smlouvy. Nejvyšší soud dovodil, že: „*jestliže mají být všeobecné obchodní podmínky součástí smlouvy, vyžaduje se souhlas obou smluvních stran s těmito podmínkami*.“⁵⁴ V případě, kdy by mělo dojít ke změně těchto podmínek, tak musím být i tato změna přijata oběma smluvními stranami.

Zákon vyžaduje k tomu, aby se obchodní podmínky staly součástí smlouvy:

- minimálně odkaz ve vlastní smlouvě
- připojení obchodních podmínek nebo
- seznámení druhé strany s nimi.⁵⁵

⁵²Srov. Pozor na překvapivá ujednání v obchodních podmínkách, [cit. 2016-03-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.schaffer-partner.cz/cs/aktualita/2361-pozor-na-prekvapiva-ustanoveni-v-obchodnich-podminkach> |>.

⁵³ Nález Ústavního soudu ze dne 11. 11. 2013, sp. zn. I. ÚS 3512/11.

⁵⁴ NS 23 Cdo 330/2012.

⁵⁵ HULMÁK In HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721-2054). Komentář.* s. 153.

Prvním případem, kdy se obchodní podmínky stávají součástí smlouvy, je případ formou odkazu. Neměli bychom zapomínat na skutečnost, že z odkazu musí být jasné, že součástí smlouvy jsou i další pravidla, která sice nejsou přímo obsažená v samotné smlouvě, ale odkazuje se na ně. Toto se děje zejména v případě, že je smlouva uzavírána ve fyzické podobě, avšak odkazuje na obchodní podmínky, jež jsou dostupné na internetu. Pokud podnikatel pouze odkáže spotřebitele na své webové stránky v záležitosti obchodních podmínek, není možné toto považovat za přiložení obchodních podmínek, a proto v daném případě není ani naplněn požadavek seznámení se s nimi.

Druhým případem, kdy se obchodní podmínky stávají součástí smlouvy, je jejich připojení ke smlouvě. Obchodní podmínky bývají ke smlouvě nejčastěji přiložené v listinné podobě. V případě, kdy by smlouva odkazovala např. na sazebník, tak i tento sazebník musí být ke smlouvě připojený. Platí pravidlo, že všechna nepřímá ujednání musí být ke smlouvě připojená.

Jiná situace nastává v případě uzavření smlouvy za pomoci elektronických prostředků, kdy postačí zřejmý hypertextový odkaz na obchodní podmínky, tím dojde ke splnění požadavku na přiložení obchodních podmínek.⁵⁶

Posledním případem je seznámení se s obchodními podmínkami. Vzhledem k tomu, že k platnosti smlouvy je potřeba souhlasu obou stran, nestačí, když je jedné straně poskytnut formulář, kde svým podpisem stvrdí seznámení se s obchodními podmínkami. Osoba musí být fakticky obeznámena s podmínkami. Je nutno poznamenat, že důkazní břemeno, že došlo k seznámení se s obchodními podmínkami, leží na straně toho, kdo obchodní podmínky používá. Spotřebitel musí být s obchodními podmínkami obeznámen dříve, než dojde k podpisu smlouvy. Je tedy vyloučena možnost, že se spotřebitel seznámí s obchodními podmínkami např. ve faktuře, která mu přijde společně s objednaným zbožím.

Inkorporace obchodních podmínek je upravena přímo v ustanovení § 1751 odst. 1 a odst. 3 NOZ, které uvádí:

„(1) 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.“⁵⁷

„(3) Při uzavření smlouvy mezi podnikateli lze část obsahu smlouvy určit i pouhým odkazem na obchodní podmínky vypracované odbornými nebo zájmovými organizacemi.“⁵⁸

Pro tuto práci je stěžejní zejména odstavec 1 daného ustanovení, neboť odstavec 3 se zabývá všeobecnými obchodními podmínkami, jež se vztahují k podnikatelům, jakožto k profesionálním osobám, kteří mezi sebou uzavírají smlouvy. V tomto případě postačí, aby se všeobecné obchodní podmínky staly součástí smlouvy, pouhý odkaz na tyto všeobecné obchodní podmínky. Vyplývá to zejména z toho, že dané subjekty, jsou odborníci a jsou často s nimi seznámeni. *Jejich znalost se předpokládá, nezkoumá se.*⁵⁹

⁵⁶ HULMÁK In HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721-2054). Komentář.* s. 155.

⁵⁷ § 1751 ods.1 z. č. 89/2012 Sb., NOZ.

⁵⁸ § 1751 ods.3 z. č. 89/2012 Sb., NOZ.

⁵⁹ HULMÁK In HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721-2054). Komentář.* s. 155.

Ve vztahu podnikatel x spotřebitel se může jevit inkorporace obchodních podmínek do smlouvy jako složitější, neboť je potřeba, aby spotřebitel byl s nimi seznámen či, aby byly tyto ke smlouvě připojeny. A i když obchodní podmínky nemusí být ze strany spotřebitele podepisovány, nelze podnikateli v tomto ohledu nic než doporučit, aby vždy přiložil obchodní podmínky k návrhu a současně nechal stvrdit podpisem spotřebitele to, že jsou mu známy, neboť jak vyplývá z rozsudku NS tak v případě pochybností musí ten, kdo se obchodních podmínek dovolává, prokázat, že byly ke smlouvě připojeny anebo že byly druhé straně známy.⁶⁰ Je to tedy podnikatel, který bude muset unést důkazní břemeno, že se tak stalo.

Je třeba také zmínit, že může nastat situace, kdy obchodní podmínky a smlouva řeší odchylně úpravu dílčích otázek. V takovém případě je třeba postupovat dle ustanovení § 1751 odst. 1 věty druhé, která uvádí, že smlouva obsahující odchylná ujednání oproti obchodním podmínkám má před nimi přednost a tím pádem se k ustanovení obchodních podmínek nebude přihlížet. Ke stejnému závěru dospěl také Nejvyšší soud ve svém rozhodnutí.⁶¹

2.2.3 Změna obchodních podmínek

V souvislosti s obchodními podmínkami se NOZ také v § 1752 zmiňuje o změně obchodních podmínek. Změna obchodních podmínek probíhá pouze v případech, kdy dochází k uzavírání dlouhodobých závazků s opětovným plněním. Proto je pravděpodobné, že v praxi nastane potřeba změnit obchodní podmínky. NOZ stanovuje, že: „*změnu je oprávněná strana jednostranně provést, pokud bylo předem ujednáno, že je k tomuto v přiměřeném rozsahu oprávněná.*“⁶² Aby tato změna byla platná, je třeba se také předem domluvit, jakým způsobem se změna druhé straně oznámí.

Z NOZ vyplývá, že dochází k uzavření kupní smlouvy, u níž dochází k jednorázovému plnění a v okamžiku, kdy spotřebitel, jakožto kupující, zaplatí kupní cenu za zboží a podnikatel, jakožto prodávající, mu dané zboží odevzdá, dojde k vyrovnání vzájemných dluhů a pohledávek, a tím dojde k zániku závazku a to znamená, že v daném případě není třeba řešit změnu obchodních podmínek, tak jak se o ní zmiňuje právě ustanovení § 1752 NOZ.

2.3 Informační povinnost podnikatele podle NOZ

V případě, že je smlouva uzavírána za pomoci komunikačních prostředků na dálku, je nezbytné poskytnout spotřebiteli vyšší míru ochrany, z důvodu, že tento způsob uzavírání smluv je snadněji zneužitelný, a proto jsou na podnikatele kladeny vyšší nároky, zejména s ohledem na informační povinnost. Povinnost podnikatele sdělit spotřebiteli potřebné informace můžeme dovodit z ustanovení § 6 NOZ, kde je uvedeno, že: „*každý má povinnost jednat v právním styku poctivě*“. Toto ustanovení zakotvuje zásadu poctivosti.⁶³

⁶⁰ Rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 24. 2. 1998 sp. zn. 5 Cmo 318/97.

⁶¹ Rozhodnutí Nejvyššího soudu ze dne 31.5.2012, sp.zn. 29 Cdo 589/2010.

⁶² GÜRLICH, R. *Změna smlouvy, obchodní podmínky a tzv. neúměrné zkrácení*. Novinky z rekodifikace - advokátní kancelář GÜRLICH & Co.. 2013, č. 3, s. 1-2. [online], [cit. 2017-05-01]. Dostupné z WWW: <https://www.beck-online.cz/bo/document-view.seam?documentId=nrptembrgnpw44s7gm&groupIndex=1&rowIndex=0#>

⁶³ Tintěra, T. a kol. *Základy závazkového práva*. s. 222.

Informační povinnost podnikatele představuje jednu z výhod spotřebitele, neboť přispívá k vyrovnaní sil v rámci smluvního vztahu mezi smluvními stranami, jež jsou v nerovném postavení.⁶⁴ Je možné ji členit na obecnou a zvláštní, podle toho, zda se aplikuje při každém uzavření smlouvy se spotřebitelem či zda se aplikuje pouze v případech uzavření určitého typu smlouvy.

Jak již bylo zmíněno výše, je nezbytné, aby podnikatel při formulaci obchodních podmínek pamatoval na transparentnost, na níž je kladen důraz v rámci spotřebitelských smluv. A právě s tímto požadavkem souvisí ustanovení § 1811 NOZ týkající se informační povinnosti, které v odst. 1 uvádí, že „*veškerá sdělení vůči spotřebiteli musí podnikatel učinit jasně a srozumitelně v jazyce, ve kterém se uzavírá smlouva.*“⁶⁵ Tyto požadavky vyplývají z čl. 5 směrnice 93/13/EHS a čl. 4 směrnice 97/7/ES.

Požadavky na jasnost a srozumitelnost sdělení je možné vnímat ve 2 podobách, a to buď formální, nebo obsahové. Z formálního hlediska jde o požadavek čitelnosti sdělení a zjistitelnosti obsahu, tedy zejména, aby sdělení nebyla psána příliš malým písmem. Ústavní soud s ohledem na tuto problematiku stanovil, že „*obsah smlouvy má být pro průměrného spotřebitele dostatečně čitelný, přehledný a logicky uspořádaný. Např. smluvní ujednání musí mít dostatečnou velikost písma, nesmí být ve výrazně menší velikosti než okolní text, nesmí být umístěný v oddílech, které vzbuzují dojem nepodstatného charakteru.*“⁶⁶ Hulmák uvádí, že po obsahové stránce musí být sdělení srozumitelné pro člověka průměrného rozumu, tedy průměrnému spotřebiteli, tzn. že sdělení musí podnikatel formulovat tak, aby byl jeho obsah pochopitelný, bez zvláštních odborných znalostí a rovněž musí být sdělení poskytnuto tak, aby spotřebitel měl možnost pochopit, jaká jsou jeho práva a povinnosti.⁶⁷

„*Transparentnost však neznamená pouze jasnost a srozumitelnost, zahrnuje v sobě také určitou povinnost podnikatele upozornit spotřebitele na různá ujednání smlouvy (viz § 1811 odst. 2)*“.⁶⁸ Ustanovení 1811 odst. 2 NOZ upravuje obecnou informační povinnost, jež musí podnikatel splnit u jakékoliv spotřebitelské smlouvy. Toto ustanovení v sobě zahrnuje informace o obsahu informační povinnosti a o době, kdy mají být informace poskytnuty. Podnikatel sdělí spotřebiteli relevantní informace v dostatečném předstihu před uzavřením smlouvy, nebo předtím, než spotřebitel učiní závaznou nabídku.

Takto stanovená doba umožňuje spotřebiteli, aby všechny poskytnuté informace vzal v úvahu, mohl si vše zvážit a rozhodnout se.

Informace, které musí podnikatel spotřebiteli poskytnout, v případě, že jednání stran směřuje k uzavření smlouvy, jsou následující:

- *svoji totožnost, popřípadě telefonní číslo nebo adresu pro doručování elektronické pošty nebo jiný kontaktní údaj,*
- *označení zboží nebo služby a popis jejich hlavních vlastností,*

⁶⁴ Pár poznámek k ochraně spotřebitele, [online], [cit. 2016-11-13]. Dostupné z WWW: < <https://www.epravo.cz/top/clanky/par-poznamek-k-ochrane-spotrebitel-v-ramci-noz-91639.html> >.

⁶⁵ § 1811 ods.1 z. č. 89/2012 Sb., NOZ.

⁶⁶ ÚS I. ÚS 3512/11.

⁶⁷ HULMÁK In HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721-2054). Komentář.* s. 410.

⁶⁸ VÍTOVÁ, B. *Nepřiměřená ujednání ve spotřebitelských smlouvách po rekodifikaci soukromého práva.* s. 45.

- *cenu zboží nebo služby, případně způsob jejího výpočtu včetně všech daní a poplatků,*
- *způsob platby a způsob dodání nebo plnění,*
- *náklady na dodání, a pokud tyto náklady nelze stanovit předem, údaj, že mohou být dodatečně účtovány,*
- *údaje o právech vznikajících z vadného plnění, jakož i o právech ze záruky a další podmínky pro uplatňování těchto práv,*
- *údaj o době trvání závazku a podmínky ukončení závazku, má-li být smlouva uzavřena na dobu neurčitou,*
- *údaje o funkčnosti digitálního obsahu, včetně technických ochranných opatření, a*
- *údaje o součinnosti digitálního obsahu s hardwarem a softwarem, které jsou podnikateli známy nebo u nichž lze rozumně očekávat, že by mu mohly být známy.⁶⁹*

Tyto povinnosti se nevztahují na situace, kdy spotřebitel uzavírá smlouvu za účelem obstarání záležitostí každodenního života, jestliže má dojít k vzájemnému plnění bezprostředně po uzavření dané smlouvy. Bylo by nepraktické, kdyby podnikatel před tím, než si u něj spotřebitel zakoupí např. pečivo, byl povinný poskytnout spotřebiteli všechny informace výše uvedené a navíc pokud by mu je musel poskytnout v tištěné podobě.

Dalším případem, kdy se na podnikatele nevztahuje výše uvedený výčet, je případ uzavírání smlouvy o dodání digitálního obsahu, v případě, že byl dodán na hmotném nosiči.⁷⁰

Výše uvedený výčet rozšiřuje ustanovení § 1820 NOZ, který upravuje uzavírání smluv distančním způsobem. V případě, že směřuje jednání smluvních stran k uzavření smlouvy a podnikatel používá alespoň jeden komunikační prostředek, na základě kterého je možné uzavřít smlouvu bez fyzické přítomnosti druhé smluvní strany, sdělí spotřebiteli následující informace v dostatečném předstihu před uzavřením smlouvy, nejpozději však před tím než spotřebitel učiní závaznou nabídku:

- *náklady na prostředky komunikace na dálku, pokud se liší od základní sazby,*
- *údaj o případné povinnosti zaplatit zálohu nebo obdobnou platbu, je-li vyžadována,*
- *v případě, že se jedná o smlouvu, jejímž předmětem je opakované plnění, nejkratší dobu, po kterou bude smlouva strany zavazovat,*
- *v případě smlouvy uzavírané na dobu neurčitou nebo jejímž předmětem je opakované plnění, údaj o ceně nebo způsobu jejího určení za jedno účtovací období, kterým je vždy jeden měsíc, pokud je tato cena neměnná,*
- *v případě smluv uzavíraných na dobu neurčitou nebo jejímž předmětem je opakované plnění, údaje o veškerých daních, poplatcích a nákladech na dodání zboží nebo služby určených způsobem podle písmena b),*
- *pokud lze využít práva na odstoupení od smlouvy, podmínky, lhůtu a postupy pro uplatnění tohoto práva, jakož i formulář pro odstoupení od smlouvy, jehož náležitosti stanoví prováděcí právní předpis,*
- *údaj, že v případě odstoupení od smlouvy ponese spotřebitel náklady spojené s navrácením zboží, a jde-li o smlouvu uzavřenou prostřednictvím prostředku*

⁶⁹ § 1811 odst. 2 z.č. 89/2012 Sb., NOZ.

⁷⁰ § 1811 odst. 3 z.č. 89/2012 Sb., NOZ.

komunikace na dálku, náklady za navrácení zboží, jestliže toto zboží nemůže být vráceno pro svou povahu obvyklou poštovní cestou,

- *údaj o povinnosti uhradit poměrnou část ceny v případě odstoupení od smlouvy, jejímž předmětem je poskytování služeb a jejichž plnění již začalo,*
- *jde-li o smlouvu podle § 1837 písm. l), údaj, že spotřebitel nemůže odstoupit od smlouvy, popřípadě za jakých podmínek mu právo na odstoupení od smlouvy zanikne, a*
- *údaj o existenci, způsobu a podmínkách mimosoudního vyřizování stížností spotřebitelů včetně údaje, zda se lze obrátit se stížností na orgán dohledu nebo státního dozoru.⁷¹*

Co se týče údajů, jež jsou uvedeny v odstavci 1 písm. f), g), h) ustanovení § 1820 NOZ, může tyto podnikatel spotřebiteli sdělit také prostřednictvím vzorového poučení o možnosti odstoupení od smlouvy, jehož náležitosti stanoví prováděcí právní předpis.⁷² „Pokud podnikatel poskytl spotřebiteli vyplněné vzorové poučení o možnosti odstoupení od smlouvy, má se za to, že sdělil spotřebiteli údaje uvedené v odstavci 1 písm. f), g) a h)“⁷³ Důkazní břemeno však „leží“ na podnikateli, který musí prokázat, že vzorové poučení skutečně spotřebiteli poskytl a že toto bylo řádně vyplněno.

Avšak jasnost a srozumitelnost sdělení se nevztahuje pouze na obecnou informační povinnost, ale samozřejmě i na zvláštní informační povinnost, o které pojednávám dále.

V případě, že budeme aplikovat ustanovení o informační povinnosti podnikatele na obchodní podmínky, které uzavírá spotřebitel při nákupu zboží přes internet, je třeba nahlédnout zejména do § 1824 NOZ, který představuje výlučnou úpravu a zní následovně:

„(1) Sjednává-li se smlouva prostřednictvím prostředku komunikace na dálku, sdělí podnikatel spotřebiteli údaje uvedené v § 1811 odst. 2 a § 1820 odst. 1.“⁷⁴

„(2) Pokud prostředek komunikace na dálku neumožňuje poskytnout spotřebiteli všechny údaje, obdrží spotřebitel alespoň údaje podle § 1811 odst. 2 písm. a), b), c) a g) a údaje podle § 1820 odst. 1 písm. b), c) a h). Ostatní údaje sdělí podnikatel spotřebiteli v textové podobě nejpozději do doby plnění.“⁷⁵

Je patrné, že odstavec 1 odkazuje, jednak na obecnou informační povinnost (§ 1811 odst.2), ale také na zvláštní informační povinnost (§ 1820 odst.1), která je společná pro smlouvy uzavírané distančním způsobem a rovněž pro smlouvy, které jsou uzavírány mimo obchodní prostory. Je nutné zmínit, že tyto údaje je podnikatel povinen poskytnout spotřebiteli ještě před tím, než dojde k uzavření smlouvy či než spotřebitel učiní závaznou nabídku, a to s dostatečným předstihem.

⁷¹ § 1820 odst. 1 z. č. 89/2012 Sb., NOZ.

⁷² Nařízení vlády č. 363/2013 Sb. Vzorové poučení o právu na odstoupení od smlouvy tvoří přílohu této práce.

⁷³ § 1820 odst. 3. z. č. 89/2012 Sb., NOZ.

⁷⁴ § 1824 odst. 1. z. č. 89/2012 Sb., NOZ.

⁷⁵ § 1824 odst. 2. z. č. 89/2012 Sb., NOZ.

Zákonodárce počítal i se situací, kdy nebude možné, aby se spotřebiteli dostali všechny zmíněné informace za pomoci prostředku komunikace na dálku například z důvodu, že jsou informace poskytovány prostřednictvím SMS zprávy, jež je většinou omezena počtem napsaných znaků. A proto v ustanovení § 1824 ods. 2 NOZ stanovil podnikateli mírnější informační povinnost v podobě poskytnutí menšího množství informací, které se musí ke spotřebiteli dostat před uzavřením smlouvy.

Jde o informace, kdy podnikatel musí sdělit následující:

- *svoji totožnost, popřípadě telefonní číslo nebo adresu pro doručování elektronické pošty nebo jiný kontaktní údaj,*
- *označení zboží nebo služby a popis jejich hlavních vlastností,*
- *cenu zboží nebo služby, případně způsob jejího výpočtu včetně všech daní a poplatků*
- *údaj o době trvání závazku a podmínky ukončení závazku, má-li být smlouva uzavřena na dobu neurčitou⁷⁶,*
- *a dále údaj o případné povinnosti zaplatit zálohu nebo obdobnou platbu, je-li vyžadována,*
- *v případě, že se jedná o smlouvu, jejímž předmětem je opakované plnění, nejkratší dobu, po kterou bude smlouva strany zavazovat*
- *údaj o povinnosti uhradit poměrnou část ceny v případě odstoupení od smlouvy, jejímž předmětem je poskytování služeb a jejichž plnění již začalo“.⁷⁷*

Ostatní informace se však ke spotřebiteli musí dostat nejpozději do doby plnění, a to v textové podobě. V této souvislosti je nezbytné zmínit § 1819 NOZ, který uvádí, že k zachování textové podoby dochází tehdy, pokud jsou údaje poskytnuty takovým způsobem, že je lze uchovat a opakovaně zobrazovat. Můžeme říci, že textová podoba nachází do určité míry písemnou podobu. Avšak v tomto případě dochází k absenci podpisu. Textová podoba zvyšuje právní jistotu stran o obsahu sdělení.

Zákon rovněž ukládá podnikateli zvláštní informační povinnost, v případě, že dochází k uzavření smlouvy za pomoci elektronických prostředků. Avšak NOZ tyto elektronické prostředky nedefinuje. Vychází z logiky věci, kdy můžeme stanovit, že za elektronické prostředky považujeme síť elektronických komunikací, elektronické komunikační zařízení, koncové telekomunikační zařízení či elektronickou poštu.⁷⁸ Typicky půjde o uzavírání smlouvy prostřednictvím internetu. Elektronické prostředky nemusí být využity v celém kontraktačním procesu. Stačí, když bude smlouva uzavřena pomocí elektronických prostředků, ale spotřebitel už svou objednávku takto neučiní a využije např. listinnou podobu. Informační povinnost je v tomto případě upravena v § 1826 NOZ a uvádí výčet informací, které musí být spotřebiteli poskytnuty.

Jde zejména o následující údaje:

⁷⁶ § 1811 odst. 2 písm. a), b), c), g) z. č. 89/2012 Sb., NOZ.

⁷⁷ § 1820 odst. 1 písm. b), c) a h) z. č. 89/2012 Sb., NOZ.

⁷⁸ Srov. HULMÁK, M. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721 – 2054)* s. 531.

- *zda uzavřená smlouva bude u něho uložena a zda k ní umožní spotřebiteli přístup,*
- *o jazycích, ve kterých lze smlouvu uzavřít,*
- *o jednotlivých technických krocích vedoucích k uzavření smlouvy,*
- *o možnostech zjištění a opravování chyb vzniklých při zadávání dat před podáním objednávky a*
- *o kodexech chování, které jsou pro podnikatele závazné nebo které dobrovolně dodržuje a o jejich přístupnosti s využitím elektronických prostředků.⁷⁹*

I v tomto případě je kladen důraz na jasnost a srozumitelnost informací vůči průměrnému spotřebiteli. U těchto informací nestačí, aby byly dostupné pouze prostřednictvím hyperlinkového odkazu na jiné stránky, musí být opravdu poskytnuty.⁸⁰ Zákon rovněž ukládá podnikateli povinnost umožnit spotřebiteli, který uzavírá smlouvu za použití elektronických prostředků, možnost kontrolovat a měnit vstupní údaje, které do objednávky vložil.⁸¹ Rovněž je povinností podnikatele, aby spotřebiteli poskytl kromě znění smlouvy také všeobecné obchodní podmínky, jejich znění, a to v textové podobě.⁸²

Ustanovení § 1822 NOZ poskytuje rovněž spotřebiteli, nejen v souvislosti s obchodními podmínkami, ochranu v podobě nezměnitelnosti předmluvních informací. Podnikatel dle daného ustanovení je povinen ve smlouvě uvést také údaje, které sdělil spotřebiteli před jejím uzavřením, a měnit tyto údaje může pouze v případě, že si to strany ujednájí. Ujednání musí být ve smlouvě výslovně vyznačeno. Toto ustanovení představuje pro spotřebitele určitou právní jistotu, neboť účelem tohoto ustanovení je zabránit podnikateli, aby následně neměnil nejen smlouvu samotnou, ale ani obchodní podmínky, tak jak vyhovují jemu, neboť tato změna je vázána na souhlas spotřebitele, v opačném případě je třeba počítat s tím, že se použijí údaje, které jsou pro spotřebitele příznivější.

Účelem informační povinnosti je, aby měl spotřebitel dostatečné množství informací, které mu mohou pomoci se rozhodnout, zda chce smlouvu uzavřít s konkrétním podnikatelem či nikoliv. Zákon neuvádí, v jaké podobě má být informační povinnost splněna, s výjimkou ustanovení § 1824 odst. 2 NOZ, kde je povinné dodržet textovou podobu.

Ovšem nelze nic než doporučit, aby i ostatní informace podnikatel poskytoval v textové podobě, neboť je to právě on, kdo ponese důkazní břemeno.

Informační povinnost může být v určitém ohledu vnímána nejen pozitivně, ale i negativně, zejména jde-li o rozsah informační povinnosti, neboť právě velké množství informací, které je poskytováno spotřebiteli může vést k tomu, že tento nebude mít snahu se s nimi seznámit a raději tyto informace přeskočí a mechanicky odsouhlasí podmínky, aniž by je četl.

⁷⁹ § 1826 odst. 1 NOZ

⁸⁰ Srov. Rozsudek ESD ze dne 5. 7. 2012, Content Services Ltd. Proti Bundesarbeitskammer, C 49/11. In: CODEXIS [právní informační systém]. Atlas Consulting [cit. 15. 3. 2017]

⁸¹ Srov. § 1826 odst. 3 NOZ

⁸² Srov. § 1827 odst. 2 NOZ

2.3.1 Následky nesplnění informační povinnosti podle NOZ

Nesplnění informační povinnosti se může projevit různě. Vzhledem k tématu práce budou níže uvedeny následky, které se vztahují k nesplnění informační povinnosti podnikatele v souvislosti s uzavíráním smluv prostřednictvím informační komunikace na dálku. Jaké následky tedy mohou nastat v případě nesplnění informační povinnosti?

V případě, že podnikatel nesplní informační povinnost vůči spotřebiteli, je možné uvažovat o sankci v podobě neplatnosti smlouvy. Jedná se o případ, kdy spotřebiteli nebyly sděleny skutečnosti, které jsou pro něj natolik důležité, že v případě, že by o nich věděl, tak by smlouvu neuzavřel, zejména s ohledem na ustanovení § 583 NOZ. Je nerozhodné, zda informační povinnost nebyla splněna úmyslně a nebo nedbalostně. V případě, že nesplněním informační povinnosti dojde k omylu, dotčená strana má právo se dovolat relativní neplatnosti právního jednání na základě ustanovení § 584 NOZ. Nesmíme však zapomínat, že k majetkové újmě v důsledku porušení informační povinnosti nemusí vždy dojít. Jedná se zejména o situace, kdy strana dostane odpovídající protiplnění.⁸³

Podnikatel je povinen informovat spotřebitele ještě před uzavřením smlouvy např. i o tom, že má spotřebitel právo odstoupit od smlouvy, kterou uzavřel za pomoci prostředků na dálku, a to ve lhůtě 14 dnů. Jestliže o této skutečnosti není spotřebitel poučený, musí podnikatel počítat se sankcí v podobě prodloužení této lhůty. V tomto případě se prodlouží lhůta na odstoupení od smlouvy na 1 rok a 14 dní. Podnikatel však může dodatečně poučit spotřebitele v průběhu této lhůty. Jestliže tak podnikatel učiní, běží následně lhůta 14 dní pro odstoupení od smlouvy a to ode dne, kdy byl spotřebitel dodatečně poučený. V této souvislosti by měl být spotřebitel rovněž poučen o tom, že v případě, že odstoupí od smlouvy, „ponese náklady spojené s navrácením zboží, a jde-li o smlouvu uzavřenou prostřednictvím prostředku komunikace na dálku, náklady za navrácení zboží, jestliže toto zboží nemůže být vráceno pro svou povahu obvyklou poštovní cestou“.⁸⁴ V případě, že podnikatel tuto informační povinnost nesplnil, nebude spotřebitel povinen tyto náklady platit.

Stejně tak, pokud nebyl spotřebitel informován o „dalších daních a poplatcích, které spotřebitel ponese podle § 1811 odst. 2 písm. c) nebo o nákladech podle § 1811 odst. 2 písm. e) nebo podle § 1820 odst. 1 písm. g), není spotřebitel povinen tyto daně, poplatky nebo náklady podnikateli hradit.“⁸⁵ Informační povinnost není v tomto případě splněná, jestliže tyto informace nejsou poskytnuty vůbec nebo ve stanovené formě a včas.

Další sankce pro podnikatele spojená s neinformovaností spotřebitele o možnosti odstoupení od smlouvy, může spočívat v tom, že pokud tak neučiní a spotřebitel bude chtít od smlouvy odstoupit a vrátit zboží, nebude odpovídat za snížení hodnoty zboží, tak jak je uvedeno v § 1833 NOZ. To může pro podnikatele znamenat, že i přesto, že zboží bude poškozené, bude nucen navrátit spotřebiteli za něj plnou cenu, v případě vrácení zboží.

⁸³ Srov. HULMÁK, M., VLČEK, K. Obecní informační povinnost při sjednávání smlouvy – 2. část. *Právní rozhledy*. 18/2012. s. 644:

⁸⁴ § 1820 odst. 1 písm. g) z. č. 89/2012 Sb., NOZ.

⁸⁵ § 1821 z. č. 89/2012 Sb., NOZ.

2.4 Informační povinnost podnikatele dle ZOS

Spotřebitel musí disponovat patřičnými informacemi, aby se mohl zodpovědně rozhodnout. Informační povinnost není upravena pouze v NOZ, ale také v ZOS. V případě ZOS jde o normu převážně veřejnoprávní povahy, a to zejména z důvodu, že úprava dle ZOS obsahově navazuje na informační povinnost dle NOZ, a jak již bylo zmíněno v této práci výše, měla by se soukromoprávní a veřejnoprávní ochrana spotřebitele prolínat a tvořit systematický celek ochrany spotřebitele, neboť jedině tak lze zajistit účinnou ochranu slabší strany právního vztahu.

I když se ZOS zmiňuje v souvislosti s informační povinností výslovně o prodeji výrobků přes internetové stránky pouze v ustanovení § 11a, uvádím širší výčet informační povinnosti, tak jak ji upravuje ZOS, z toho důvodu, že je zřejmé, že tato informační povinnost se bude vztahovat nejen na prodej výrobků v obchodě, ale i na prodej výrobků přes internet, neboť právě spotřebitel, který nakupuje přes internet, potřebuje vyšší míru ochrany. Informační povinnost prodávajícího upravuje v § 9 a násl. ZOS. Jde o poměrně rozsáhlou informační povinnost, nicméně pro tuto kapitolu není žádoucí, aby byly jednotlivé informační povinnosti, tak jak se o nich zmiňuje ZOS, rozebírány dopodrobna.

Základní informační povinnost, tak jako ji definuje § 9 odst. 1 ZOS ukládá prodávajícímu povinnost informovat spotřebitele:

- *vlastnostech prodáváných výrobků nebo charakteru poskytovaných služeb,*
- *o způsobu použití a údržby výrobku,*
- *o nebezpečí, které vyplývá z jeho nesprávného použití nebo údržby,*
- *jakož i o riziku souvisejícím s poskytovanou službou.*⁸⁶

Jedná se o základní informace, které jsou v následujících ustanoveních ZOS rozšířené. Tyto informace se týkají veškerých výrobků. Není tedy rozhodující, zda se jedná o nový nebo již použitý výrobek. Jde o informace, které jsou pro spotřebitele opravdu důležité, neboť „díky“ nim má spotřebitel možnost zjistit, nejen zda jde o zboží kvalitní, ale i dostatečně bezpečné, proto by informace měly být poskytnuty před uzavřením smlouvy, protože jen tak bude mít spotřebitel možnost se rozhodnout, zda o dané zboží má zájem či nikoliv a zda se rozhodne ho zakoupit.

Avšak ustanovení § 9 ods. 1 poslední věta stanovuje, že: „*jestliže je to potřebné s ohledem na povahu výrobku, způsob a dobu jeho užívání, je prodávající povinen zajistit, aby tyto informace byly obsaženy v přiloženém písemném návodu a aby byly srozumitelné.*“ Co se týče obsahu informací, které je podnikatel povinný poskytovat, uplatňujeme v praxi princip proporcionality. Princip proporcionality můžeme charakterizovat s ohledem na danou problematiku jako princip, na základě kterého na podnikatele klademe rozumné a přiměřené požadavky. Ne nepřiměřené požadavky. Nejvyšší soud v souvislosti s ustanovením § 9 odst. 1 s odkazem na odst. 2 dovodil, že: „*toto platí i pro posouzení otázky, o jakých nebezpečnostech vyplývajících z nesprávného použití nebo údržby výrobku je prodávající povinný spotřebitele poučit. Jedná se o nebezpečnosti objektivně známé, reálné a předvídatelné. Na druhé straně povinnost se nevztahuje na skutečnosti zřejmé a obecně známé*

⁸⁶ § 9 odst. 1 z. č. 634/1992 Sb., ZOS.

např. že kamna, ve kterých se topí, jsou horké.“⁸⁷ V praxi tedy musíme hledat přiměřenou rovnováhu mezi ochranou spotřebitele na jedné straně a informacemi, které je podnikatel schopen reálně poskytnout.

Podle ustanovení § 9 odst. 2 ZOS se informační povinnosti podle odst. 1 nemůže zprostit podnikatel s odkazem na to, že dané informace mu výrobce, dovozce či dodavatel neposkytl. Avšak výše uvedený výčet povinností se nevztahuje na případy, kdy se jedná o zřejmé, nebo obecně známé skutečnosti. Dle B. Vítové postačí „*ke splnění povinnosti prosté informování, tedy i ústní formou. Pokud však prodávající informuje písemnou formou, je povinen dodržet § 11 odst. 1 a 2 ZOS (tedy česky, případně za pomoci piktogramů)*“⁸⁸ V souvislosti s písemnou formou i zde bude nezbytné, aby stejně jako v NOZ byl i zde splněn požadavek jasnosti a srozumitelnosti, neboť se jedná o sdělení vůči spotřebiteli.

Další povinností prodávajícího je, aby dle § 10 odst. 1 ZOS zajistil, „*aby jím prodávané výrobky byly přímo viditelně a srozumitelně označeny*

a) označením výrobce nebo dovozce, popřípadě dodavatele, a pokud to povaha výrobku nebo forma prodeje vyžaduje, názvem výrobku, údaji o hmotnosti nebo množství nebo velikosti, popřípadě rozměru, dalšími údaji potřebnými dle povahy výrobku k jeho identifikaci, popřípadě užití,

b) též údaji o materiálech použitých v jejích hlavních částech, jde-li o obuv, s výjimkou těch výrobků, které podle prováděcího právního předpisu označování nepodléhají.“⁸⁹

Jedná se o taxativní výčet informací, které musí být spotřebiteli poskytnuty. Informace, které podnikatel poskytuje spotřebiteli, se týkají výrobků, jak je uvedeno za začátku ustanovení. Z toho vyplývá, že na služby, které podnikatel poskytuje, se toto ustanovení neaplikuje. Domníváme se, že z povahy věci by ani nebylo možné toto ustanovení na služby aplikovat.

Podnikatel je povinný výrobky, které prodává, označit. Toto označení musí být viditelné a srozumitelné. Údaje musí být poskytnuté vhodným způsobem např. umístěním cedulky vedle výrobku. Z umístění musí být jednoznačné, ke kterému výrobku se cedulka vztahuje. Kdyby nastala situace, že podnikatel nebude mít možnost výrobek označit, tak v případě, že ho ale spotřebitel požádá o tyto informace, musí mu je pravdivě a bezodkladně poskytnout.

Podnikatel nemůže svévolně měnit či odstraňovat označení výrobku či údaj na něm uvedený. Kdyby takto podnikatel svévolně měnil informace, mohlo by to v konečném důsledku založit skutkovou podstatu nekalé soutěže. Je však vhodné, aby podnikatel cizojazyčné označení na výrobku doplnil o český překlad.⁹⁰

Prodávající rovněž musí informovat spotřebitele o zvláštních pravidlech, která musí být zachována při užívání věci, zejména řídí-li se užívání návodem, ledaže jde o pravidla obecně

⁸⁷ Rozsudek NS ČR sp. zn. 25 Cdo 2516/2009.

⁸⁸ VÍTOVÁ, B. *Zákon o ochraně spotřebitele. Komentář.* s. 117.

⁸⁹ § 10 odst. 1 z. č. 634/1992 Sb., ZOS.

⁹⁰ Srov. Tamtéž, s. 117.

známá.⁹¹ Pokud není možné či účelné z důvodu povahy výrobků tyto označit, je povinností prodávajícího, aby dané informace sdělil na požádání spotřebiteli, a to pravdivě.⁹²

V případě, že prodávající prodává použité či upravované výrobky nebo výrobky s vadou, je jeho povinností, aby předem na tyto skutečnosti spotřebitele upozornil, a to zřetelně.⁹³ Zákon neuvádí jakým způsobem tak má učinit. Vzhledem k tomu, že je zde požadavek zřetelnosti, bude na místě, aby tak učinil písemně. V případě prodeje v kamenném obchodě zřejmě postačí, když zboží bude označeno výraznou cedulí, která bude umístěna na viditelném místě u daného zboží a rovněž bude popsáno jakou vadu výrobek má a zboží bude umístěno odděleně od ostatního. Tohoto se nemůže prodávající zprostit pouze tím, že zboží umístí odděleně od ostatních výrobků a bude předpokládat, že spotřebitel s ohledem na výši ceny výrobku si sám dovodí, že jde o takovéto zboží. Neboť jen tehdy, pokud je zboží takto označené, má možnost se spotřebitel rozhodnout, zda si chce takovéto zboží zakoupit či nikoliv.

Ustanovení § 11a ZOS se vztahuje na informace o omezení při dodání výrobku nebo poskytnutí služby při prodeji výrobku nebo poskytování služeb elektronickými prostředky prostřednictvím internetových stránek. Prodávající je povinný předem zřetelným způsobem informovat spotřebitele „o tom, zda platí nějaká omezení pro dodání výrobků nebo poskytnutí služby a jaké způsoby platby jsou přijímány, v případě, že prodává výrobky či poskytuje služby prostřednictvím internetových stránek, za pomoci elektronických prostředků. Příkladem takového omezení dodání výrobku či poskytnutí služby jsou:

- limity spojené s určením hmotnosti, kterou je schopen podnikatel dodat,
- limity spojené s omezení prodeji v době státních svátků,
- limity spojené s dodáním speciálních výrobků na základě specifických požadavků spotřebitele.⁹⁴

Co se týče plateb, tak podnikateli není zákonem uložená povinnost, že musí nabízet všechny způsoby platby. Typickým příkladem je nákup na dobírku nebo prostřednictvím převodu na účet podnikatele. Je však nevyhnutelné, aby spotřebitel byl o možném způsobu platby předem informovaný.

Z ustanovení § 11a ZOS jasně vyplývá, že zákon ukládá prodávajícímu povinnost, aby informace spotřebiteli poskytl předem, *dokonce ještě předtím, než začne objednávkový formulář vyplňovat.*⁹⁵ dále, aby byly poskytnuty jasně a srozumitelně.

Další informační povinností, kterou upravuje ustanovení § 12 ZOS je povinnost informovat spotřebitele o ceně výrobku či služeb, které nabízí s tím, že tyto informace musí být v soulad s cenovými předpisy a přímo použitelným předpisem EU. Cenotvorba je odrazem zásady

⁹¹ § 10 odst. 2 ZOS

⁹² Srov. § 10 odst. 3 ZOS

⁹³ Srov. § 10 odst. 6 ZOS

⁹⁴ Srov. VÍTOVÁ, B. *Zákon o ochraně spotřebitele. Komentář.* s. (bod III., 6 pro § 11a)

⁹⁵ VÍTOVÁ, B. *Zákon o ochraně spotřebitele. Komentář.* s. 136.

autonomie vůle, kterou řadíme mezi základní zásady, na kterých stojí soukromé právo. To znamená, že určení ceny je výhradně v dispozici podnikatele. Avšak v praxi existují i případy, kdy do této cenotvorby zasahuje stát.

Cena výrobku musí být označena zřetelně, v případě, že to není možné, je povinností prodávajícího, aby tyto informace jinak vhodně zpřístupnil. Může tak učinit zejména prostřednictvím ceníků, které však musí být zpřístupněny, a to na místě, které je viditelné.⁹⁶

Městský soud se ve svém rozsudku vyjádřil k dané informační povinnosti následovně: „Povinnost prodávajícího informovat spotřebitele o ceně výrobků podle § 12 zákona o ochraně spotřebitele je splněna jen tehdy, pokud jsou poskytované informace spotřebiteli přístupně okamžitě bez toho, že by byl nucen činit jakýkoliv úkon směřující ke zjištění ceny konkrétního výrobku.“⁹⁷ Nato B. Vítová uvádí, že „rozhodujícím okamžikem je první kontakt spotřebitele s nabídkou prodávajícího, v tomto okamžiku by tedy měl být spotřebitel již plně informován o ceně nabízeného zboží.“⁹⁸ Povinností prodejce je, aby spotřebiteli poskytl informaci o konečné ceně, tedy včetně všech poplatků.⁹⁹

Podle ustanovení § 13 ZOS je povinností prodávajícího, aby informoval spotřebitele o rozsahu, podmínkách a způsobu uplatnění práva z vadného plnění (dále jen „reklamací“), spolu s údaji o tom, kde lze reklamaci uplatnit.¹⁰⁰ Tento druh informační povinnosti bývá nejčastěji porušován. B. Vítová k dané informační povinnosti uvádí, že za neřádné informování spotřebitele je možné považovat případy, kdy je poskytnutá informace přímo nepravdivá (zejména pro rozpor s platnou právní úpravou) nebo nějak jinak zavádějící, nesrozumitelná nebo nejednoznačná, a může tak spotřebitele uvést v omyl. Toto ustanovení je porušeno podnikatelem také v případě, kdy určitou informaci spotřebiteli říci opomene (neuveďe).¹⁰¹ Tak jako ani v předchozích ustanoveních ZOS vztahujících se k informační povinnosti, ani zde zákon neuvádí, jakým způsobem musí prodávající tuto informační povinnost splnit, tedy zda je nutné učinit tak písemně, či zda postačí ústní forma.

V případě vadného plnění má kupující právo podle ustanovení § 2106 odst. 1 NOZ

- na odstranění vady dodání nové věci bez vady nebo dodáním chybějící věci,
- na odstranění vady opravou věci,
- na přiměřenou slevu z kupní ceny,
- na odstoupení od smlouvy.

Kupující má povinnost sdělit prodávajícímu jakou formu nároku si uplatňuje při oznámení vady bez zbytečného odkladu po oznámení vady.¹⁰² Jaká forma oznámení má být zvolena,

⁹⁶ Srov. VÍTOVÁ, B. *Zákon o ochraně spotřebitele. Komentář.* s. 136.a násl.

⁹⁷ Rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 2.3.2006, č.j. 11 Ca 203/2005 – 30

⁹⁸ VÍTOVÁ, B. *Zákon o ochraně spotřebitele. Komentář.* s. 152.

⁹⁹ Rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 19. 8. 2010, č. j. 1 As 46/2010-79

¹⁰⁰ § 13 ZOS

¹⁰¹ VÍTOVÁ, B. *Zákon o ochraně spotřebitele. Komentář.* s. 152.

¹⁰² § 2106 ods. 2 z. č. 89/2012 Sb, NOZ.

zákon neukládá. Domníváme se, že vzhledem k principu právní jistoty je lepší, když kupující prodávajícímu písemně oznámí svůj výběr. Je v plné dispozici kupujícího, aby si zvolil variantu, kterou žádá, a prodávající musí tuto formu respektovat.

Co se týče reklamace, má kupující právo reklamovat zboží v jakékoli prodejně prodávajícího. Taktéž je možné uplatnit reklamaci v sídle podnikatele. Jestliže však podnikatel uvede v potvrzení, které se kupující vyžádal na základě ustanovení § 2166 NOZ, konkrétní odkaz na osobu, která je povinna reklamaci provést, musí kupující uplatnit svůj reklamační nárok u této osoby.

V praxi se lze nejčastěji setkat s tzv. reklamačními řády, které používají prodávající a jejich prostřednictvím plní svou informační povinnost stanovenou v § 13 ZOS. Je však třeba poznamenat, že reklamační řád představuje jednostranné prohlášení vůči spotřebiteli a nikoli dohodu, a proto nemůže založit odlišná práva či povinnosti a prodávající nemůže na ně poukazovat s tím, že se se spotřebitelem na nich dohodli. Bylo by to možné pouze za podmínky, že by se reklamační řád stal součástí smlouvy jako všeobecné obchodní podmínky a zároveň by muselo dojít ke splnění podmínek stanovených zákonem.¹⁰³

Se zvláštní informační povinností se taktéž setkáváme v ustanovení § 14 ZOS. V tomto ustanovení je zakotvená problematika mimosoudních řešení spotřebitelských sporů. Jedná se o alternativní řešení sporů. Podstatným rysem otázky alternativního řešení sporů je to, že kupujícímu je dána možnost podávat vůči prodávajícímu stížnost k subjektu odlišnému od soudů. Tyto subjekty se vyznačují nezávislou, nestrannou, efektivní a transparentní metodou řešení sporů a umožňují hlavně rychlé řešení sporu. V České republice je tímto orgánem Česká obchodní inspekce (dále jen „ČOI“). Nicméně je možné předpokládat, že v praxi mohou vzniknout i jiné orgány, které stanoví Ministerstvo průmyslu a obchodu.

ČOI v rámci alternativního řešení sporů nevystupuje jako specializovaná instituce ve správním řízení jako je tomu např. v případě finančního arbitra. Proto ani výsledkem její činnosti nebude autoritativní rozhodnutí. Výsledkem bude dohoda mezi podnikatelem a spotřebitelem o způsobu řešení jejich sporu. Stranám tak bude předloženo smírné řešení sporu. Můžeme konstatovat, že tato forma se podobá mediaci.

Taktéž je důležité si uvědomit, že podání podnětu v rámci alternativního řešení sporů ČOI nezakládá překážku litispedence a spotřebitel má i nadále možnost podat také žalobu k obecnému soudu, a to i v případě, že ČOI již případ řeší.¹⁰⁴

Prodávající je povinen informovat spotřebitele *„jasným, srozumitelným a snadno dostupným způsobem o subjektu mimosoudního řešení spotřebitelských sporů, který je pro daný typ nabízeného, prodáváného, poskytovaného nebo zprostředkovaného výrobku nebo služby věcně příslušný. Informace musí zahrnovat též internetovou adresu tohoto subjektu. Jestliže*

¹⁰³ Srov. VÍTOVÁ, B. *Zákon o ochraně spotřebitele. Komentář.* s. 155.

¹⁰⁴ Srov. MALIŠ, P. *Nové povinnosti podnikatelů dle novely zákona o ochraně spotřebitele.* [online]. [cit. 2017-28-04]. Dostupné z <<http://www.pravoit.cz/novinka/nove-povinnosti-podnikatelu-dle-novely-zakona-o-ochrane-spotrebitele>>.

*prodávající provozuje internetové stránky, uvede tyto informace i na těchto internetových stránkách. Pokud smlouva uzavřená mezi prodávajícím a spotřebitelem odkazuje na obchodní podmínky, uvede informace podle věty první a druhé rovněž v těchto obchodních podmínkách“.*¹⁰⁵

Ustanovení § 14 odst. 2 ZOS dále stanovuje, že: „v případě sporu mezi spotřebitelem a prodávajícím, který se nepodařilo mezi stranami urovnat přímo, poskytne prodávající spotřebiteli informace uvedené v odstavci 1 v listinné podobě nebo na jiném trvalém nosiči dat“.

Zákon uvádí, že spotřebitel může využít tohoto práva na mimosoudní řešení spotřebitelského sporu, zejména jde-li o spory vyplývající z kupní smlouvy nebo ze smlouvy o poskytování služeb a zároveň uvádí výčet smluv, na které se možnost využití mimosoudního řešení spotřebitelského sporu nevztahuje. Jde zejména o smlouvy, jež jsou uzavírány

- *v oblasti zdravotních služeb poskytovaných pacientům zdravotnickými pracovníky za účelem poskytování zdravotní péče, včetně předepisování, vydávání a poskytování léčivých přípravků a zdravotnických prostředků,*
- *v oblasti služeb obecného zájmu nehospodářské povahy,*
- *s veřejnými poskytovateli dalšího nebo vysokoškolského vzdělávání.*¹⁰⁶

Zákonodárce začleněním tohoto ustanovení do ZOS chtěl zajistit, aby spotřebitelé mohli řešit své spory vyplývající ze spotřebitelských smluv rychle a efektivně a zároveň, aby jim byla poskytnuta větší míra ochrany při uplatnění reklamací než doposud. Začlenění tohoto způsobu řešení sporů do ZOS v rámci spotřebitelských sporů vnímám velmi pozitivně, neboť se zde pro spotřebitele nabízí lepší možnost uplatnění jeho práv zejména s ohledem na mnohdy problémové řešení reklamací u prodejce, kdy tento nechce mnohdy reklamaci uznat a je si vědom toho, že jen malé procento spotřebitelů se obrátí na soud, neboť soudní náklady mnohdy převyšují cenu zakoupeného zboží, což většinu spotřebitelů odradí.

Nelze si nevšimnout, že ustanovení ZOS, která upravují informační povinnost, se částečně kryjí s ustanoveními NOZ, ovšem s tím rozdílem, že následky nesplnění informační povinnosti podle ZOS¹⁰⁷ a NOZ¹⁰⁸ jsou různé.

2.4.1 Následky neplnění dle informační povinnosti podle ZOS

V případě nesplnění informační povinnosti ze strany prodávajícího, tak jak ji vymezuje ZOS, dopustí se prodávající správního deliktu dle § 24 ZOS, za nějž mu hrozí pokuta až do výše 5 000 000 Kč.

¹⁰⁵ § 14 ods. 1 z. č. 634/1992 Sb., NOZ.

¹⁰⁶ § 20 d) ZOS

¹⁰⁷ Srov. Následky nesplnění informační povinnosti dle ZOS

¹⁰⁸ Srov. Následky nesplnění informační povinnosti dle NOZ

2.5 Zakázaná ujednání

Obchodní podmínky by měly být prosty také zakázaných ujednání, jež jsou upraveny v § 1813 NOZ a zvláště zakázaných ujednání, jež jsou vymezena v § 1814 NOZ.

Ustanovení § 1813 NOZ vychází z provedené směrnice Rady 93/13/EHS ze dne 5. dubna 1993 o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách.¹⁰⁹ Směrnice obsahuje seznam ujednání, které je možné pokládat za nepřiměřené. Jedná se však o demonstrativní výčet. Taktéž nemůžeme na místě upozornit na skutečnost, že ne všechna jednání, která jsou obsažena v tomto výčtu, jsou automaticky vždy pokládána za nepřiměřená.¹¹⁰ Dané ustanovení představuje obsahovou kontrolu smluvních ujednání a jeho smyslem je, aby spotřebitelé byli chráněni proti podnikateli, který zneužívá svého postavení. Nejčastěji dochází ke zneužívání postavení podnikatele v případě využívání jednostranných formulovaných typových smluv. I když NOZ klade důraz na zachování principu autonomie vůle a smluvní volnosti stran, tak v případě, že je potřeba poskytnout vyšší míru ochrany spotřebiteli, je namístě, aby došlo k potlačení těchto zásad.

A co lze řadit pod pojem zakázaná ujednání? Na tuto otázku nelze jednoznačně odpovědět, neboť při nahlédnutí do § 1813 NOZ zjistíme pouze to, *že se má za to, že zakázaná jsou ujednání, která zakládají v rozporu s požadavkem přiměřenosti významnou nerovnováhu práv nebo povinností stran v neprospěch spotřebitele. To neplatí pro ujednání o předmětu plnění nebo ceně, pokud jsou spotřebiteli poskytnuty jasným a srozumitelným způsobem*“. Toto ustanovení obsahuje vyvratitelnou právní domněnku.

NOZ přesnou definici pojmu „zakázaná ujednání“ neuvádí. A při prozkoumání daného ustanovení zjistíme pouze to, že je zde kladen důraz, aby ujednání nebyla v rozporu s požadavkem přiměřenosti a nezakládala tak významnou nerovnováhu práv a povinností v neprospěch spotřebitele. Vzhledem k tomu, že není možné jednoznačně určit, co je či není nepřiměřené ujednání, bude na uvážení soudu, aby zhodnotil, jaké smluvní jednání je ve vztahu ke spotřebiteli nepřiměřené. Soud bude muset zkoumat každý případ individuálně, protože ne všechna jednání směřující vůči spotřebiteli je možné automaticky považovat za nepřiměřené.

Problematika posuzování přiměřenosti je natolik obsáhlá, že není možné jí zde věnovat tolik prostoru. Avšak ve zkratce lze ve vztahu k posuzování nepřiměřenosti smluvních ujednání sdělit aspoň toliko, že *„při posuzování nepřiměřenosti je možno vyjít z porovnávání smluvních ujednání a běžných dispozitivních ustanovení zákona. Pokud není dispozitivních ustanovení, pak se často používá měřítko tzv. oprávněného očekávání ze strany spotřebitele, tedy co by běžný spotřebitel (objektivně posuzováno) považoval za „normální“ (běžné). Dalším kritériem pro hodnocení přiměřenosti je pak zejména měřítko poctivosti a případný zásah do základních práv spotřebitele chráněných Listinou. Důležitým kritériem při posuzování je rovněž samotná*

¹⁰⁹ Srov. HULMÁK In HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721-2054). Komentář. 1. vydání.* s. 424.

¹¹⁰ Srov. VÍTOVÁ, B. *Nepřiměřená ujednání ve spotřebitelských smlouvách.* s. 30.

transparentnost ujednání, čím transparentnější jednání ze strany podnikatele, tím je menší pravděpodobnost, že ujednání bude nepřiměřené“.¹¹¹

V ustanovení § 1814 můžeme najít demonstrativní výčet ujednání, která jsou nepřiměřená, a která by neměla být obsažena nejen ve spotřebitelských smlouvách, ale ani v obchodních podmínkách. Jde o tzv. černou listinu, která představuje seznam ujednání, která jsou považována vždy za nepřiměřená, a tudíž se k nim nepřihlíží. Není nutné zkoumat, jestli jsou naplněny znaky skutkové podstaty obsažené v ustanovení § 1813 NOZ.

Ustanovení § 1814 NOZ obsahuje následující katalog zakázaných ujednání:

- *vyklučují nebo omezují spotřebitelova práva z vadného plnění nebo na náhradu újmy,*
- *spotřebitele zavazují plnit, zatímco podnikateli vznikne povinnost plnit splněním podmínky závislé na jeho vůli,*
- *umožňují, aby podnikatel nevydal spotřebiteli, co mu spotřebitel vydal, i v případě, že spotřebitel smlouvu neuzavře či od ní odstoupí,*
- *zakládají podnikateli právo odstoupit od smlouvy bez důvodu, zatímco spotřebiteli nikoli,*
- *zakládají podnikateli právo vypovědět závazek bez důvodu hodného zvláštního zřetele bez přiměřené výpovědní doby,*
- *zavazují spotřebitele neodvolatelně k plnění za podmínek, s nimiž neměl možnost seznámit se před uzavřením smlouvy,*
- *dovolují podnikateli, aby ze své vůle změnil práva či povinnosti stran,*
- *odkládají určení ceny až na dobu plnění,*
- *umožňují podnikateli cenu zvýšit, aniž bude mít spotřebitel při podstatném zvýšení ceny právo od smlouvy odstoupit,*
- *zbavují spotřebitele práva podat žalobu nebo použít jiný procesní prostředek či mu v uplatnění takového práva brání, nebo ukládají spotřebiteli povinnost uplatnit právo výlučně u rozhodčího soudu nebo rozhodce, který není vázán právními předpisy stanovenými na ochranu spotřebitele,*
- *přenášejí na spotřebitele povinnost prokázat splnění povinnosti podnikatele, kterou mu ukládají ustanovení o smlouvě o finanční službě, nebo*
- *zbavují spotřebitele jeho práva určit, který závazek má být poskytnutým plněním přednostně uhrazen.¹¹²*

Postupně budou jednotlivé skupiny zakázaných ujednání níže rozebrány. První skupinou zakázaných ujednání jsou ujednání, která „*vyklučují nebo omezují spotřebitelovo právo z vadného plnění, anebo náhradu újmy*“. V tomto případě se jedná o zakázaná ujednání, jejichž cílem je chránit spotřebitele, který se chce domáhat svých práv z vadného plnění. Spotřebitele chápeme jako slabší stranu smluvního vztahu.

¹¹¹ VÍTOVÁ, B. *Nepřiměřená ujednání ve spotřebitelských smlouvách*. s. 70.

¹¹² § 1814 NOZ

Mezi zakázané ujednání podle ustanovení § 1814 písm. b) NOZ ujednání, které „*spotřebitele zavazuje plnit, zatímco podnikateli vznikne povinnost plnit splněním podmínky závislé na jeho vůli*“.

Další skupinou zakázaných ujednání jsou ujednání, která „*umožňují, aby podnikatel nevydal spotřebiteli, co mu spotřebitel vydal, i v případě, že spotřebitel smlouvu neuzavře či od ní odstoupí.*“ Plnění spotřebitele může nastat v různých formách, např. může se jednat o splnění dluhu (§ 1908 NOZ), nebo plnění na dluh, který však není splnitelný (§ 1807 NOZ). Není vyloučeno, aby si strany sjednaly zálohu, avšak nepřiměřeným ujednáním v tomto případě je ujednání, které spotřebiteli brání uplatnit právo na vrácení peněz. „*Zákaz v komentovaném ustanovení je proto nutné vnímat ve vztahu k úpravě odstoupení od smlouvy (§ 2001 NOZ) a úpravě bezdůvodného obohacení (§ 2991).*“¹¹³

Taktéž ujednání, které „*zakládá podnikateli právo odstoupit od smlouvy bez důvodu, zatímco spotřebiteli nikoli*“ považuje na základě výše uvedeného za zakázané. Soukromé právo stojí na zásadách, které jsou zakotveny v NOZ. Jednou z těchto zásad je „*pacta sunt servanda*“, tedy že smlouvy se mají plnit. Z toho je možné vyvodit, že „*slib zavazuje a smlouvy mají být splněny*“.¹¹⁴ Zároveň je možné z toho dovodit pravidlo, že strany nemohou odstoupit od smlouvy z jakéhokoli důvodu závaznosti smlouvy.

Je zakázané ujednání, na základě kterého má „*podnikatel právo vypovědět závazek bez důvodu hodného zvláštního zřetele bez přiměřené výpovědní doby*“. *Důvodem hodného zvláštního zřetele je jakýkoli důvod, který odůvodňuje výpověď závazku nejen s ohledem na smluvní ujednání, ale i zvyklostí daného obchodu a rozumné uspořádání poměrů*“.¹¹⁵

Další skupinou zakázaných ujednání je případ zakotvený v ustanovení § 1814 písm. f) NOZ, kde se zakazuje ujednání, které „*zavazují spotřebitele neodvolatelně k plnění za podmínek, se kterými neměl možnost se seznámit před uzavření smlouvy.*“ Jak již bylo uvedeno výše, způsob, jakým se obchodní podmínky stávají součástí smlouvy, najdeme v ustanovení § 1751 NOZ. Je důležité si ale uvědomit, že komentované ustanovení hovoří pouze o možnosti seznámit se s podmínkami, ale neuvádí nic o podmínkách samotných.

Zakázané je ujednání podle § 1814 písm. g) NOZ, které umožňuje podnikateli změnit práva a povinnosti stran ze své vůle. Zákaz podnikatele svévolně měnit práva a povinnosti můžeme vyvodit i z ustanovení § 1759 NOZ. Toto ustanovení stanovuje, že „*smlouva strany zavazuje. Je jí možné měnit nebo zrušit pouze se souhlasem všech stran, anebo z jiných zákonných důvodů*“.

Jedná se o další základní princip, na kterém soukromé právo stojí.

Mezi zakázaná ujednání podle výše uvedeného výčtu řadíme také zákaz „*odkládání určení ceny až na dobu plnění*“.

¹¹³ HULMÁK In HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721-2054). Komentář. 1. vydání.* s. 455.

¹¹⁴ § 3 ods. 2 písm. d) z. č. 89/2012 Sb.

¹¹⁵ HULMÁK In HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721-2054). Komentář. 1. vydání.* s. 457.

K nepřiměřeným ujednáním se nepřihlíží automaticky. Spotřebitel se musí těchto nepřiměřených ujednání dovolat.¹¹⁶ V takovém případě se bude jednat o relativní neplatnost právního jednání. Jestliže se však spotřebitel vyjádří, že na aplikaci těchto ustanovení trvá, bude se na ně hledět jako na platné.

¹¹⁶ Srov. § 1815 z. č. 89/2012 Sb., NOZ.

3 Vzorové obchodní podmínky

Cílem poslední části práce je na základě výše uvedených teoretických poznatků formulovat obchodní podmínky podle zákonem stanovených kritérií. Níže uvedené obchodní podmínky byly sepsány tak, aby byly v praxi obecně použitelné.

OBCHODNÍ PODMÍNKY

Obchodní společnosti

(*název společnosti*)

se sídlem

identifikační číslo

společnost je zapsaná v OR vedeném Krajským soudem v oddíl ..., složka

pro prodej zboží prostřednictvím internetového obchodu umístěného na internetové adrese

...

1. ÚVODNÍ USTANOVENÍ

- 1.1. Tyto obchodní podmínky (dále jen „**obchodní podmínky**“) obchodní společnosti ..., se sídlem ..., identifikační číslo ... zapsané v Obchodním rejstříku vedeném Krajským soudem v ..., oddíl ..., složka ... (dále jen „**prodávající**“) upravují v souladu s ustanovení § 1751 odst. 1 z. č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „**občanský zákoník**“) vzájemná práva a povinnosti smluvních stran vzniklých na základě kupní smlouvy mezi prodávajícím a kupujícím prostřednictvím internetového obchodu prodávajícího.
- 1.2. Proávající provozuje internetový obchod prostřednictvím internetové adresy www...(dále jen „**webová stránka**“), a to prostřednictvím webového rozhraní webové stránky (dále jen „**webové rozhraní**“).
- 1.3. Ustanovení obchodních podmínek je neoddělitelnou součástí kupní smlouvy.
- 1.4. Kupní smlouva a obchodní podmínky jsou vyhotoveny v českém jazyce.
- 1.5. Proávající si vyhrazuje právo měnit či doplňovat dané obchodní podmínky. Tímto ustanovením nejsou dotčena práva a povinnosti, které vznikly po dobu účinnosti předcházejících obchodních podmínek.
- 1.6. Tyto obchodní podmínky se nevztahují na případy, kdy osoba při nákupu zboží od prodávajícího jedná jako právnická osoba nebo osoba, která jedná v rámci své podnikatelské činnosti či v rámci svého samostatného výkonu povolání.

2. UŽIVATELSKÝ ÚČET

- 2.1. Kupující má právo provést registraci na webových stránkách prodávajícího.
- 2.2. Na základě registrace má kupující právo vstupovat do svého uživatelského rozhraní a prostřednictvím něj může objednávat zboží (dále jen „uživatelský účet“).
- 2.3. Webové rozhraní prodávajícího umožňuje kupujícímu objednávat zboží i bez registrace.
- 2.4. Kupující je povinen při registraci a při objednávce zboží uvádět správné a pravdivé údaje. V rámci registrace je kupující povinný jakékoli změny aktualizovat.
- 2.5. Proávající považuje údaje uvedené kupujícím v uživatelském účtu za pravdivé a je jimi vázaný.
- 2.6. Kupující má přístup ke svému uživatelskému účtu prostřednictvím přihlašovacího jména a hesla. Kupující je povinen zachovávat mlčenlivost o informacích týkajících se přístupu do jeho uživatelského účtu.
- 2.7. Proávající má právo zrušit uživatelský účet kupujícího, jestliže:
 - a) Kupující nevyužívá svůj uživatelský účet déle než 5 let,
 - b) kupující hrubě porušuje povinnosti, které mu vyplývají z kupní smlouvy, jejíž součástí jsou i obchodní podmínky.
- 2.8. Kupující bere na vědomí, že uživatelský účet mu nebude zpřístupněn nepřetržitě, a to zejména z důvodu nutné údržby hardwarového a softwarového vybavení prodávajícího, popř. nutnou údržbu hardwarového a softwarového vybavení 3. osoby.
- 2.9. Proávající je povinen zachovávat mlčenlivost i všech údajích, které mu kupující poskytne.

3. UZAVŘENÍ KUPNÍ SMLOUVY

- 3.1. Webové rozhraní internetového obchodu obsahuje informace týkající se zboží, včetně uvedení cen za jednotlivé zboží.
- 3.2. Ceny zboží jsou uvedeny včetně daně z přidané hodnoty. Ceny zůstávají aktuální po dobu zobrazení na webovém rozhraní.
- 3.3. Proávající má právo uzavřít kupní smlouvu na základě individuálně sjednaných podmínek.
- 3.4. Webové rozhraní prodávajícího obsahuje dále informace ohledně ceny balného. Informace ohledně ceny balného, případně dalších nákladů spojených s prodejem zboží platí pouze v případech, že je zboží doručováno na území České republiky.
- 3.5. Zboží, které je vystavené na webovém rozhraní prodávajícího, je informativního charakteru. Proávající není povinen s kupujícím uzavřít kupní smlouvu s ohledem na jím nabízené zboží. V tomto případě se ustanovení § 1732 odst. 2 občanského zákoníku neaplikuje.
- 3.6. Při objednávání zboží je kupující povinný vyplnit formulář objednávky umístěné na webovém rozhraní obchodu. Objednávkový formulář obsahuje následující informace
 - a) objednané zboží (objednané zboží „vloží“ kupující do nákupního košíku umístěného na webovém rozhraní obchodu prodávajícího)
 - b) způsob úhrady ceny zboží
 - c) způsob doručení objednaného zboží
 - d) informace o nákladech, které souvisí s dodáním zboží (dále jen „objednávka“).

- 3.7. Kupující objednávku odešle prostřednictvím tlačítka „...“. Údaje, které kupující v objednávce uvede, považuje prodávající za správné a je jimi vázaný.
- 3.8. Proávající je povinen po obdržení objednávky kupujícím tuto objednávku bezodkladně potvrdit, nejpozději ve lhůtě 3 pracovních dnů, prostřednictvím elektronické pošty kupujícího (dále jen „elektronická adresa kupujícího“), kterou uvedl kupující na webovém rozhraní či v objednávce.
- 3.9. Proávající má právo požádat kupujícího o dodatečné potvrzení objednávky telefonicky či prostřednictvím elektronické adresy kupujícího, jestliže se jedná o objednávku, která vykazuje specifické prvky.
- 3.10. Objednávka se považuje za návrh kupní smlouvy. Platnost objednávky je 15 pracovních dnů od doručení objednávky do sféry prodávajícího.
- 3.11. Kupní smlouva mezi prodávajícím a kupujícím vzniká v okamžiku, kdy prodávající přijme objednávku (akceptace) a toto přijetí oznámí kupujícímu prostřednictvím elektronické adresy kupujícího.
- 3.12. V případě, že na straně prodávajícího vzniknou okolnosti, kdy není schopen naplnit podmínky kupní smlouvy, kontaktuje kupujícího s návrhem řešení situace a vyžádá si jeho stanovisko k tomuto návrhu.

4. CENA ZBOŽÍ A PLATEBNÍ PODMÍNKY

- 4.1. Kupující je povinen uhradit cenu zboží a další náklady spojené s dodáním zboží podle kupní smlouvy jedním z následujících způsobů:
 - a) v hotovosti v místě prodejny prodávajícího na adrese
 - b) v hotovosti v případě dobírky v místě určeném kupujícím v objednávce
 - c) bezhotovostně převodem na účet prodávajícího č., vedeného u společnosti (dále jen „účet prodávajícího“)
 - d) bezhotovostně platební kartou
 - e) prostřednictvím úvěru poskytovaného 3. osobou.
- 4.2. Společně s cenou zboží a náklady spojenými s dodáním zboží je kupující povinen zaplatit náklady spojené s balením. Jestliže není stanoveno jinak, rozumí se konečnou kupní cenou zboží v objednávce cena tvořená náklady na dodání a náklady na balné.
- 4.3. Kupující je povinen v případě bezhotovostní platby uhradit cenu do 7 dnů od uzavření kupní smlouvy. V případě bezhotovostní platby je kupující povinný uvést variabilní symbol objednávky, který mu zadá prodávající. Kupní cena zboží je uhrazena v okamžiku, kdy je platba připsaná na účet prodávajícího.
- 4.4. Kupující je povinen, v případě platby v hotovosti nebo v případě platby na dobírku, uhradit kupní cenu při převzetí zboží.
- 4.5. Proávající má právo požadovat zaplacení celé kupní ceny ještě před odesláním zboží v případě, že ze strany kupujícího nepříjde dodatečné potvrzení objednávky.
- 4.6. Případné slevy, které jsou poskytovány prodávajícím kupujícímu, není možné vzájemně kombinovat.
- 4.7. Proávající vystavuje kupujícímu ohledně platby na základě kupní smlouvy doklad – fakturu. Proávající je plátcem daně z přidané hodnoty.

5. Odstoupení od smlouvy

- 5.1. Kupující má právo odstoupit od kupní smlouvy na základě ustanovení § 1829 odst. 1 občanského zákoníku do 14 dnů od převzetí zboží. Lhůta počíná běžet ode dne uzavření kupní smlouvy, a jestliže se jedná o:
- kupní smlouvu, ode dne převzetí zboží,
 - smlouvu, jejímž předmětem je několik druhů zboží nebo dodání několika částí, ode dne převzetí poslední dodávky zboží,
 - smlouvu, jejímž předmětem je pravidelná opakovaná dodávka zboží, ode dne převzetí první dodávky zboží.
- 5.2. Kupující bere na vědomí, že na základě ustanovení § 1837 občanského zákoníku, nemůže odstoupit od smlouvy
- o dodávce zboží nebo služby, jejíž cena závisí na výchytkách finančního trhu nezávisle na vůli podnikatele, a ke které může dojít během lhůty pro odstoupení od smlouvy,
 - o dodání alkoholických nápojů, které mohou být dodány až po uplynutí 30 dní a jejichž cena závisí na výchytkách finančního trhu nezávisle na vůli podnikatele,
 - o dodávce zboží, které bylo upravené podle přání spotřebitele nebo pro jeho osobu,
 - o dodávce zboží, které podléhá rychlé zkáze, jako i zboží, které bylo po dodání nenávratně smísené s jiným zbožím,
 - o dodávce zboží v uzavřeném obalu, které spotřebitel z obalu vyňal a z hygienických důvodů jej není možné vrátit,
 - o dodávce zvukové nebo obrazové nahrávky nebo počítačového programu, pokud porušil jejich původní obal,
 - o dodávce novin, periodik nebo časopisů,
 - o dodání digitálního obsahu, pokud nebyl dodaný na hmotném nosiči a byl dodaný s předcházejícím výslovným souhlasem spotřebitele před uplynutím lhůty pro odstoupení od smlouvy a podnikatel před uzavřením smlouvy sdělil spotřebiteli, že v takovém případě nemá právo na odstoupení od smlouvy.
- 5.3. V případě odstoupení od smlouvy prostřednictvím vyplnění a odeslání vzorového formuláře pro odstoupení od smlouvy umístěného na webových stránkách prodávajícího, potvrdí prodávající kupujícímu bezodkladně v textové podobě jeho přijetí. Kupující je povinen odstoupení od smlouvy doručit
- na adresu prodávajícího
 - na elektronickou adresu prodávajícího (prostřednictvím vzorového formuláře).
- 5.4. V případě platného odstoupení od kupní smlouvy se smlouva ruší od počátku.
- 5.5. Kupující je povinen vrátit převzaté zboží prodávajícímu do 14 pracovních dnů od zaslání odstoupení od smlouvy, a to včetně veškerého příslušenství. V případě, že kupující nedodrží lhůtu na vrácení převzatého zboží prodávajícímu, prodávající není povinen toto zboží převzít a vrátit peníze. Kupující je povinen zboží vrátit nepoškozené a neopotřebované. Kupující odpovídá prodávajícímu za snížení hodnoty zboží, které vzniklo v důsledku nevhodného nakládání s tímto zbožím. Náklady vrácení zboží nese kupující.

5.6. Prodávající je povinen vrátit kupujícímu částku odpovídající ceně zboží a zaplaceným nákladům na jeho dodání, bez zbytečného odkladu, nejpozději do 14 dnů od odstoupení od smlouvy, a to stejným způsobem, jakým platbu od kupujícího přijal. Odstoupí-li kupující od kupní smlouvy, není prodávající povinen vrátit přijaté peněžní prostředky kupujícímu dříve, než mu kupující zboží předá nebo prokáže, že prodávajícímu zboží odeslal. Nabízí-li prodejce v rámci určitého způsobu dodání zboží několik možností, je povinen kupujícímu nahradit nejlevnější z nich.

6. PŘEPRAVA A DODÁNÍ ZBOŽÍ

- 6.1. Prodávající má právo určit způsob dopravy, pokud není v kupní smlouvě stanoveno jinak.
- 6.2. V případě, že je způsob dopravy stanovený na základě požadavku kupujícího, nese kupující riziko a případné dodatečné náklady spojené s tímto způsobem dopravy.
- 6.3. V případě dodání zboží na místo určené kupujícím v objednávce, je kupující povinný převzít zboží při dodání. Jestliže kupující zboží nepřebere, prodávající má právo odstoupit od smlouvy.
- 6.4. V případě opakovaného doručování z důvodu vzniklého na straně kupujícího, je kupující povinný uhradit náklady spojené s opakovaným doručováním zboží, resp. náklady spojené s opakovaným doručováním.
- 6.5. Kupující je povinný při převzetí zboží od přepravce zkontrolovat neporušenost obalu zboží a případě jakékoli závady je povinný oznámit závadu bezodkladně přepravci.
- 6.6. V případě porušení obalu svědčícího o neoprávněném vniknutí do zásilky není kupující povinný zásilku od přepravce převzít.
- 6.7. Svým podpisem na dodacím listě kupující potvrzuje, že zásilka zboží splňuje všechny podmínky a náležitosti. Na případnou pozdější reklamaci s ohledem na porušení obalu zásilky nebude brán zřetel.

7. ODPOVĚDNOST ZA VADY A ZÁRUKA

- 7.1. Prodávající odpovídá kupujícímu, že zboží při převzetí nemá žádné vady. Práva a povinnosti smluvních stran ohledně odpovědnosti prodávajícího za vady, včetně záruční odpovědnosti prodávajícího, se řídí příslušnými ustanoveními z. č. 89/2012, občanský zákoník.
- 7.2. Prodávající odpovídá za to, že prodávané zboží je ve shodě s kupní smlouvou, zejména že je bez vad. Shodou s kupní smlouvou rozumíme, že prodávaná věc má jakost a užitné vlastnosti smlouvou požadované, prodávajícím nebo jeho zástupcem popisované, nebo na základě reklamy jimi prováděné, očekávané, případně jakost a užitné vlastnosti pro věc takového druhu obvyklé, odpovídající požadavkům právních předpisů.
- 7.3. V případě, že věc při převzetí kupujícím není ve shodě s kupní smlouvou (dále jen „rozpor s kupní smlouvou“), má kupující právo na to, aby prodávající bezplatně a bez zbytečného odkladu věc uvedl do stavu odpovídajícího kupní smlouvě, a to podle požadavku kupujícího:
 - a) výměnou věci, jestliže to není nepřiměřená vzhledem k vytknutým nedostatkům,

- b) opravou, jestliže není takový postup možný, může kupující požadovat přiměřenou slevu z ceny věci nebo odstoupení od smlouvy.

8. DALŠÍ PRÁVA A POVINNOSTI SMLUVNÍCH STRAN

- 8.1. Kupující nabývá vlastnické právo k věci zaplacením celé kupní ceny zboží.
- 8.2. K mimosoudnímu řešení případného spotřebitelského sporu z kupní smlouvy je příslušná Česká obchodní inspekce se sídlem Štěpánská 567/15, 120 00 Praha 2, IČ 000 20 869, webová stránka <http://coi.cz>.
- 8.3. Prodávající je oprávněný prodávat zboží prostřednictvím webového rozhraní na základě živnostenského oprávnění. Živnostenskou kontrolu uskutečňuje v rámci své působnosti příslušný živnostenský úřad.

9. OCHRANA OSOBNÍCH ÚDAJŮ

- 9.1. Kupujícímu, který je fyzickou osobou, je poskytována ochrana osobních údajů prostřednictvím zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, ve znění pozdějších předpisů.
- 9.2. Kupující prostřednictvím tohoto ustanovení dává souhlas se zpracováním následujících údajů (dále jen „osobní údaje“)
 - a) jméno a příjmení,
 - b) adresa bydliště,
 - c) identifikační číslo,
 - d) adresa elektronické pošty,
 - e) telefonní číslo.
- 9.3. Prodávající má právo pověřit 3. osobu zpracováním osobních údajů jako zpracovatele.
- 9.4. Kupující je povinný poskytnout údaje správně a přesně. Kupující je poučený o tom, že se jedná o dobrovolné poskytnutí údajů.

10. ZÁVEREČNÁ USTANOVENÍ

- 10.1. V případě, že by vztah založený kupní smlouvou mezi kupujícím a prodávajícím obsahoval mezinárodní prvek, bude se smluvní vztah řídit českým právním pořádkem. Tímto ustanovením nejsou dotčena práva kupujícího vyplývající z obecně závazných právních předpisů dopadajících na tuto problematiku.
- 10.2. Prodávající je povinný archivovat po dobu 5 let kupní smlouvu, včetně obchodním podmíněk.
- 10.3. Přílohou obchodních podmínek je formulář pro odstoupení od kupní smlouvy.
- 10.4. Kontaktní údaje prodávajícího
 - a) adresa pro doručování
 - b) adresa elektronické pošty
 - c) telefon

V dne

Závěr

Je třeba poznamenat, že v ČR existuje stále velké množství spotřebitelů, kteří jsou neochotní se dostatečně informovat o svých právech, což vede mnohdy k situacím, kdy podnikatelé této pasivity využívají ve svůj prospěch, a ve vztahu ke spotřebiteli jim tak není cizí porušovat jeho práva. V praxi tak uplatňování ochrany spotřebitel může většinou představovat problém, neboť se těžko může spotřebitel dovolávat svých práv, pokud je nezná.

S ohledem na specifika smluv uzavíraných distančním způsobem, kdy tyto jsou uzavírány bez fyzické přítomnosti stran, dochází k častějšímu zneužívání postavení podnikatele, který při formulaci obchodních podmínek spoléhá právě na neinformovanost spotřebitele a upraví obchodní podmínky tak, aby byly výhodné zejména pro něj. Proto vyvstala potřeba, aby s ohledem na určité zvláštnosti těchto smluv, byl spotřebitel více chráněn.

A právě na tuto situaci reagoval zákonodárce, kdy v právní úpravě stanovil podnikateli mimo jiné širší informační povinnost.

Zakotvením tohoto institutu má dojít k posílení právního postavení spotřebitele a ochránit ho před nepoctivými podnikateli.

Jednak je kladen větší důraz na kvalitu a rozsah poskytovaných informací, ale také na jejich formu. Je vyžadováno nejen více informací o nákladech spotřebitele na vrácení zboží, ale také více informací o podnikateli samotném.

Další povinností, kterou musí podnikatel splnit při tomto způsobu kontraktace je, že musí spotřebitele poučit o možnosti odstoupení od smlouvy včetně poučení o 14 denní lhůtě, kdy sankcí za nesplnění této podmínky je prodloužení lhůty k vrácení zboží o jeden rok. Tímto institutem je spotřebiteli poskytována zvýšená ochrana z důvodu, že nemá možnost si zboží předem prohlédnout a vyzkoušet, jako při nákupu v kamenném obchodě.

Cílem této práce bylo vyvodit nejen určitá pravidla při formulování obchodních podmínek, které se stávají součástí smlouvy, kterou podnikatel uzavírá se spotřebitelem při prodeji zboží přes internet, ale také poukázat na úskalí právní úpravy, která se v procesu tohoto zvláštního způsobu kontraktace mohou vyskytnout.

Právě „díky“ analýze jednotlivých pravidel v této práci, jsem dospěl k závěru, že právní úprava sice poskytuje komplexnější úpravu ochrany spotřebitele, nejen v případě uzavírání smluv přes internet, a reaguje tak na aktuální společenské potřeby, nicméně právní úprava je velmi roztráštěná a tedy z pohledu spotřebitele nepraktická. A i když smyslem právní úpravy je usnadnit spotřebitelům, aby mohli lépe uplatňovat svá práva, může se z důvodu její nepřehlednosti stát pro spotřebitele složitá. Což může vyústit nejen v neochotu, ale i neschopnost spotřebitele namítat své nároky proti „zběhlému“ podnikateli.

Seznam zkratek

NOZ zákon č. 89/2012 Sb., v platném znění, občanský zákoník

ZOS zákon č. 634/1992 Sb., v platném znění, o ochraně spotřebitele

EU Evropská unie

ČOI Česká obchodní inspekce

Literatura a prameny

Odborná literatura

ONDŘEJ, Jan. *Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele: ekonomické, právní a sociální aspekty*. Praha: C.H. Beck, 2013, 365 s. ISBN 978-80-7400-446-9.

DVOŘÁK, Jan, Jiří ŠVESTKA a Michaela ZUKLÍNOVÁ. *Občanské právo hmotné: 1. : díl první : obecná část*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2013, 429 s. ISBN 978-80-7478-326-5.

LAVICKÝ, Petr. *Občanský zákoník*. Praha : C.H. Beck, 2014, 2380 s ISBN 978-80-7400-529-9.

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

BAJURA, Jan. a kol. *Aktuální otázky ochrany spotřebitele: monografie (výstup z dílčího výzkumného úkolu 4/5)*. Praha Policejní akademie České republiky, 2015, 271 s. ISBN 978-80-7251-438-0

HULMÁK, Milan. *Občanský zákoník. V, Závazkové právo: obecná část (§ 1721 - 2054) : komentář*. Praha: C.H. Beck, 2014. ISBN 978-80-7400-535-0.

ELIÁŠ, Karel. *Nový občanský zákoník s aktualizovanou důvodovou zprávou a rejstříkem*. 1 vyd. Ostrava: Sagit, 2012. 1119 s. ISBN 978-80-7208-922-2.

VÍTOVÁ, Blanka. *Nepřiměřená ujednání ve spotřebitelských smlouvách po rekodifikaci soukromého práva*. Praha: Wolters Kluwer, 2014, 264 s., ISBN 978-80-7478-491-0.

ČERNÁ, Stanislava, Ivana ŠTENGLOVÁ a Irena PELIKÁNOVÁ. *Právo obchodních korporací*. Praha: Wolters Kluwer, 2015, 640 s. ISBN 978-80-7478-735-5.

ŠPAČKOVÁ, Michala. Všeobecné obchodní podmínky a řešení jejich kolize po rekodifikaci. *Obchodněprávní revue*, 2015, roč. 2015, č. 4, 106-111 s. ISSN 1803-6554.

TINTĚRA, Tomáš, Petr PODRAZIL a Pavel PETR. *Základy závazkového práva*. Praha: Leges, 2017, 288 s. ISBN 978-80-7502-168-7.

BEZOUŠKA, Petr a Lucie PIECHOWICZOVÁ. *Nový občanský zákoník: nejdůležitější změny*. Olomouc: ANAG, 2013, 376 s., ISBN 978-80-7263-819-2.

ONDREJOVÁ, Dana. *Průvodce uzavíráním smluv po rekodifikaci*. Praha: Wolters Kluwer, 2015. 456 s. ISBN 978-80-7478-962-5.

Právní předpisy

Zák. č. 634/1992 Sb. – o ochraně spotřebitele

Zák. č. 89/2012 Sb. – Občanský zákoník

Internetové zdroje

MALIŠ, P. *Nové povinnosti podnikatelů dle novely zákona o ochraně spotřebitele*. [online]. [cit. 2017-28-04]. Dostupné z <<http://www.pravoit.cz/novinka/nove-povinnosti-podnikatelu-dle-novely-zakona-o-ochrane-spotrebitela>>.

Pár poznámek k ochraně spotřebitele, [online], [cit. 2016-11-13]. Dostupné z WWW: <<https://www.epravo.cz/top/clanky/par-poznamek-k-ochrane-spotrebitela-v-ramci-noz-91639.html> l>.

Důvodová zpráva k NOZ [online], [cit. 2016-03-20]. Dostupné z WWW: <<http://obcanskyzakonik.justice.cz/images/pdf/Duvodova-zprava-NOZ-konsolidovana-verze.pdf> l >.

HADAŠ, J. Definice spotřebitele dle NOZ – některé aspekty průměrného spotřebitele dle současné judikatury. [online], [cit. 2017-5-10]. Dostupné z <<https://www.epravo.cz/top/clanky/definice-spotrebitela-dle-noz-nektere-aspekty-prumerneho-spotrebitela-dle-soucasne-judikatury-94146.html> >

Spotřebitelské smlouvy v NOZ, [online], [cit. 2016-10-13]. Dostupné z WWW: <<http://www.epravo.cz/top/clanky/spotrebitelske-smlouvy-v-noz-92749.htm> l>.

GÜRLICH, R. *Změna smlouvy, obchodní podmínky a tzv. neúměrné zkrácení*. Novinky z rekodifikace - advokátní kancelář GÜRLICH & Co.. 2013, č. 3, s. 1-2. [online], [cit. 2017-05-01]. Dostupné z WWW: <<https://www.beck-online.cz/bo/document-view.seam?documentId=nrptembrgnpw44s7gm&groupIndex=1&rowIndex=0#>>.

Obchodní rejstřík, [online], [cit. 2017-4-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.obchodni-rejstrik.info/>>

Pozor na překvapivá ujednání v obchodních podmínkách, [cit. 2016-03-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.schaffer-partner.cz/cs/aktualita/2361-pozor-na-prekvapiva-ustanoveni-v-obchodnich-podminkach> l>.

Judikatura

Rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 24. 2. 1998 sp. zn. 5 Cmo 318/97.

Rozsudek Soudního dvora ze dne 22. listopadu 2001 ve spojených věcech C-541/99 a C-542/99 Cape Snc proti Idealservice Srl a Idealservice MN RE Sas proti OMAI Srl.

Rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 2.3.2006, č.j. 11 Ca 203/2005 – 30.

Rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 22.4.2008, sp. zn. 22 Cdo 679/2007.

Nález Ústavního soudu ČR II. ÚS 3/06 ze dne 6. 11. 2007

Rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 29. 6. 2010, sp. zn. 23 Cdo 1201/2009.

Rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 29. 2. 2012, sp. zn. 25 Cdo 2516/2009.

Rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 19. 8. 2010, č. j. 1 As 46/2010-79.

Rozhodnutí Nejvyššího soudu ze dne 31.5.2012, sp.zn. 29 Cdo 589/2010.

Rozsudek ESD ze dne 5. 7. 2012, Content Services Ltd. Proti Bundesarbeitskammer, C 49/11. In: CODEXIS [právní informační systém]. Atlas Consulting [cit. 15. 3. 2017].

Rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 31. 3. 2015, sp. zn. 23 Cdo 963/2015.

Přílohy

Příloha 1 - Vzorový formulář pro odstoupení od smlouvy dle nařízení vlády č. 363/2013 Sb.

a) Vzorové poučení o právu na odstoupení od smlouvy

1. Právo odstoupit od smlouvy
1.1 „Do 14 dnů máte právo odstoupit od této smlouvy bez udání důvodu.“
1.2 „Máte právo odstoupit od smlouvy bez udání důvodu ve lhůtě 14 dnů ode dne následujícího po dni (...)“ Vložte na místo vynechaného textu jeden z textů dále uvedených v uvozovkách: a) „uzavření smlouvy“, b) v případě uzavření kupní smlouvy: „ kdy Vy nebo Vámi určená třetí osoba (jiná než dopravce) převezmete zboží. “, c) v případě uzavření smlouvy, jejímž předmětem je několik druhů zboží nebo dodání několika částí: „ kdy Vy nebo Vámi určená třetí osoba (jiná než dopravce) převezmete poslední dodávku zboží. “, nebo d) v případě uzavření smlouvy o pravidelné dodávce zboží po stanovenou dobu: „ kdy Vy nebo Vámi určená třetí osoba (jiná než dopravce) převezmete první dodávku zboží. “.
1.3 „Pro účely uplatnění práva na odstoupení od smlouvy musíte o svém odstoupení od této smlouvy informovat (vložte Vaše jméno a příjmení, obchodní firmu/název, adresu sídla a případně Vaše telefonní a faxové číslo a e-mailovou adresu) formou jednostranného právního jednání (například dopisem zaslaným prostřednictvím provozovatele poštovních služeb, faxem nebo e-mailem). Můžete použít přiložený vzorový formulář pro odstoupení od smlouvy, není to však Vaší povinností.“ Pokud na Vašich internetových stránkách nabízíte spotřebiteli možnost elektronicky vyplnit a odeslat informaci o odstoupení od smlouvy, vložte toto: „ Na naší webové stránce (vložte internetovou adresu) můžete rovněž elektronicky vyplnit a odeslat formulář pro odstoupení od smlouvy nebo jakékoliv jiné jednoznačné prohlášení. Využijete-li této možnosti, obratem Vám zašleme potvrzení o přijetí tohoto oznámení o odstoupení od smlouvy. “.
1.4 „Aby byla dodržena lhůta pro odstoupení od této smlouvy, postačuje odeslat odstoupení od smlouvy před uplynutím příslušné lhůty.“
2. Důsledky odstoupení od smlouvy
2.1 „Pokud odstoupíte od této smlouvy, vrátíme Vám bez zbytečného odkladu,

nejpozději do 14 dnů ode dne, kdy nám došlo Vaše oznámení o odstoupení od smlouvy, všechny platby, které jsme od Vás obdrželi, včetně nákladů na dodání (kromě dodatečných nákladů vzniklých v důsledku Vámi zvoleného způsobu dodání, který je jiný než nejlevnější způsob standardního dodání námi nabízený). Pro vrácení plateb použijeme stejný platební prostředek, který jste použil(a) pro provedení počáteční transakce, pokud jste výslovně neurčil(a) jinak. V žádném případě Vám tím nevzniknou další náklady.“

V případě uzavření kupní smlouvy, v níž nenabízíte, že při odstoupení od smlouvy vyzvednete zboží, vložte toto: **„Platbu vrátíme až po obdržení vráceného zboží nebo prokážete-li, že jste zboží odeslal(a) zpět, podle toho, co nastane dříve.“**

2.1 „Pokud odstoupíte od této smlouvy, vrátíme Vám bez zbytečného odkladu, nejpozději do 14 dnů ode dne, kdy nám došlo Vaše oznámení o odstoupení od smlouvy, všechny platby, které jsme od Vás obdrželi, včetně nákladů na dodání (kromě dodatečných nákladů vzniklých v důsledku Vámi zvoleného způsobu dodání, který je jiný než nejlevnější způsob standardního dodání námi nabízený). Pro vrácení plateb použijeme stejný platební prostředek, který jste použil(a) pro provedení počáteční transakce, pokud jste výslovně neurčil(a) jinak. V žádném případě Vám tím nevzniknou další náklady.“

V případě uzavření kupní smlouvy, v níž nenabízíte, že při odstoupení od smlouvy vyzvednete zboží, vložte toto: **„Platbu vrátíme až po obdržení vráceného zboží nebo prokážete-li, že jste zboží odeslal(a) zpět, podle toho, co nastane dříve.“**

2.2 Pokud spotřebitel obdržel zboží na základě smlouvy, vložte zde text odpovídající jedné z následujících variant:

a) Převzetí zboží

Pokud nabízíte, že zboží od spotřebitele převezmete: **„Zboží vyzvedneme.“**

V opačném případě: **„Zboží bez zbytečného odkladu, nejpozději do 14 dnů ode dne, kdy došlo k odstoupení od této smlouvy, zašlete zpět nebo je předejte na adrese (vložte Vaše jméno a příjmení/obchodní firmu, název, adresu sídla, případně jméno a příjmení, adresu osoby, která je oprávněna k převzetí zboží). Lhůta se považuje za zachovanou, pokud nám odešlete zboží zpět před uplynutím 14 dnů.“**

b) Náklady spojené s vrácením zboží

Pokud nabízíte, že ponese náklady spojené s vrácením zboží: **„Náklady spojené s vrácením zboží ponese (vložte Vaše jméno a příjmení/obchodní firmu, název, adresu sídla).“**

V opačném případě: **„Ponese přímé náklady spojené s vrácením zboží.“**

Pokud ve smlouvě uzavřené na dálku nenabízíte, že ponese náklady spojené s vrácením zboží, a pokud toto zboží ze své podstaty nemůže být vráceno obvyklou poštovní cestou: **„Ponese přímé náklady spojené s vrácením zboží ve výši (vložte částku) Kč.“**

Pokud nelze náklady na vrácení zboží rozumně vypočítat předem: „**Ponesete přímé náklady spojené s vrácením zboží. Maximální náklady jsou odhadované ve výši (vložte částku) Kč.**“.

Pokud v rámci smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory nelze zboží ze své podstaty vrátit obvyklou poštovní cestou a v době uzavření smlouvy bylo dodáno do domácnosti spotřebitele: „**Zboží vyzvedneme na vlastní náklady.**“.

c) Odpovědnost za snížení hodnoty vráceného zboží

„**Odpovídáte pouze za snížení hodnoty zboží v důsledku nakládání s tímto zbožím jiným způsobem, než který je nutný k obeznámení se s povahou a vlastnostmi zboží, včetně jeho funkčnosti.**“

2.3 V případě uzavření smlouvy o poskytování služeb nebo smlouvy týkající se dodávek vody, plynu nebo elektřiny, pokud nejsou prodávány v omezeném objemu nebo ve stanoveném množství, či tepla z dálkového vytápění, vložte toto: „**Pokud jste požádal(a), aby poskytování služeb nebo dodávky vody/plynu/elektřiny/tepla z dálkového vytápění (nehodící se vymažte) začaly během lhůty pro odstoupení od smlouvy, zaplatíte nám částku úměrnou rozsahu poskytnutých služeb do doby, kdy jste nás informoval(a) o odstoupení od smlouvy, a to v porovnání s celkovým rozsahem služeb stanoveným ve smlouvě.**“.

Příloha 2 – vzorový formulář pro odstoupení od smlouvy dle nařízení vlády č. 363/2013 Sb.

(vyplňte tento formulář a pošlete jej zpět pouze v případě, že chcete odstoupit od smlouvy)

Oznámení o odstoupení od smlouvy

- **Adresát** (zde podnikatel vloží jméno a příjmení/obchodní firmu, adresu sídla a případně faxové číslo a e-mailovou adresu podnikatele):

- **Oznamuji/oznamujeme (*)**, že tímto **odstupuji/odstupujeme (*)** od smlouvy o nákupu tohoto zboží (*)/o poskytnutí těchto služeb (*)

- **Datum objednání (*)/datum obdržení (*)**

- **Jméno a příjmení spotřebitele/spotřebitelů**

- **Adresa spotřebitele/spotřebitelů**

- **Podpis spotřebitele/spotřebitelů** (pouze pokud je tento formulář zasílán v listinné podobě)

- **Datum**

(*) Nehodící se škrtněte nebo údaje doplňte.

Anotace

Jméno a příjmení autora:	Martin Valenta
Instituce:	Moravská vysoká škola Olomouc
Název práce v českém jazyce:	Obchodní podmínky jako část smlouvy uzavírané se spotřebitelem při prodeji zboží přes internet
Název práce v anglickém jazyce:	Contractual terms as a part of a contract concluded with a consumer on internet
Vedoucí práce:	Doc. JUDr. Blanka Vítová, Ph.D., LL.M.
Počet stran:	52
Rok obhajoby:	2017
Klíčová slova v českém jazyce:	spotřebitel, obchodní podmínky, podnikatel, ochrana spotřebitele
Klíčová slova v anglickém jazyce:	consumer, contractual terms, businessman, consumer protection,

Bakalářská práce se věnuje obchodním podmínkám, které se stávají součástí smlouvy uzavírané se spotřebitelem při prodeji zboží přes internet, a s tím spojenou ochranou spotřebitele z pohledu soukromého práva České Republiky.

The bachelor 's thesis deals with the contractual terms which become a part of a contract concluded with a consumer on internet and the associated consumer protection from the point of view of private law of the Czech Republic.