

Univerzita Palackého v Olomouci

Právnická fakulta

Tereza Marcaníková

**Ochrana spotřebitele při nákupu zboží či služeb na slevových  
portálech se zaměřením na problematické aspekty určení  
kontrahenta spotřebitele a povahy smluvního vztahu**

Diplomová práce

Olomouc 2017

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Ochrana spotřebitele při nákupu zboží či služeb na slevových portálech se zaměřením na problematické aspekty určení kontrahenta spotřebitele a povahy smluvního vztahu“ vypracovala samostatně a citovala jsem všechny použité zdroje.

V Olomouci dne 21. 6. 2017

Tereza Marčaníková

Touto cestou bych ráda poděkovala **doc. JUDr. Blance Vítové, Ph.D., LL.M.** za její ochotu, odborné vedení, vstřícný přístup a užitečné a cenné rady, které mi byly při vypracování této kvalifikační práce velmi nápomocné.

# Obsah

<b>Obsah</b> .....	<b>4</b>
<b>Seznam použitých zkratk</b> .....	<b>6</b>
<b>Úvod</b> .....	<b>7</b>
<b>1 Úvod do problematiky</b> .....	<b>11</b>
1.1 Právní rámec ochrany spotřebitele na slevových portálech.....	11
1.2 Princip fungování slevových portálů .....	14
1.3 Právní rámec kontraktačního procesu na slevových portálech.....	16
<b>2 Smluvní vztah mezi provozovatelem slevového portálu a jiným podnikatelem.</b>	<b>20</b>
2.1 Smluvní vztah na základě smlouvy o zprostředkování .....	20
2.2 Smluvní vztah na základě nájemní smlouvy.....	24
2.3 Právní regulace smlouvy ve prospěch třetího a její aplikace na danou problematiku .....	26
<b>3 Problematické aspekty při určení kontrahenta spotřebitele.....</b>	<b>29</b>
3.1 Projev vůle provozovatelů slevových portálů na slevových portálech .....	29
3.2 Interpretace právního jednání na slevových portálech.....	31
3.2.1 Empirický výklad .....	32
3.2.2 Normativní výklad.....	37
<b>4 Smluvní vztah mezi provozovatelem slevového portálu a spotřebitelem .....</b>	<b>41</b>
4.1 Právní kvalifikace slevového poukazu .....	41
4.2 Právní regulace poukázky a její aplikace na danou problematiku.....	42
4.3 Úvahy nad povahou smluvního vztahu a aplikovatelnosti právní regulace de lege lata na danou problematiku .....	44
4.4 Další nároky.....	46
<b>Závěr</b> .....	<b>48</b>
<b>Literatura</b> .....	<b>51</b>
<b>Abstract/Summary</b> .....	<b>55</b>

<b>Klíčová slova</b> .....	<b>57</b>
<b>Key words</b> .....	<b>57</b>

## Seznam použitých zkratk

OZ	zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů
Ústava	zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České Republiky
LZPS	zákon č. 2/1993 Sb., Listina základních práv a svobod
ÚS	Ústavní soud
NS	Nejvyšší soud České republiky
SP	Slevový portál
PSP	Provozovatel slevového portálu
OP	Obchodní platforma
VOP	Všeobecné obchodní podmínky
GS	Garance spokojenosti
OR	Obchodní rejstřík

## Úvod

Slevové portály (dále jen SP) neboli kolektivní či hromadné nakupování, které se v roce 2010 staly na českém trhu doslova fenoménem, přinesly spotřebitelům nejen určité výhody a užitky, ale také nespočet problémů, ne-li škod. Hromadným nakupováním se rozumí tržní mechanismus, jehož podstatu tvoří množstevní slevy vyplývající z kolektivní poptávky.<sup>1</sup> Koncept SP tedy spočívá v nabídnutí výrazné slevy na zboží či služby na SP daným podnikatelem, a to pod podmínkou, že se najde takové množství kupujících, které danému podnikateli zajistí dostatečný odběr, aby se mu snížení ceny vyplatilo. Hromadné nakupování lze chápat jako tzv. systém win-win, který je výhodný jak pro provozovatele slevových portálů (dále jen PSP), tak pro dodavatele zboží či poskytovatele služeb (dále jen jiní podnikatelé), jedná-li obě strany poctivě. Jiní podnikatelé mají touto cestou možnost získat v relativně krátké době velké množství nových zákazníků, které mohou přesvědčit o kvalitě svého zboží či služeb, a takto je motivovat k jejich opětovnému zakoupení, resp. využití (zpravidla již za plnou cenu). Nabízení zboží či služeb přes SP je také relativně levným a poměrně efektivním způsobem reklamy těchto jiných podnikatelů. PSP zase z každé uskutečněné transakce obdrží procentuální provizi.<sup>2</sup>

Samotný koncept SP vznikl v USA v roce 2008, kdy Andrew Mason zahájil provoz SP Groupon.com. Za pouhé dva roky Groupon.com expandoval do dalších 150 zemí mimo USA. Groupon.com tak zahájil fenomén hromadného nakupování se slevou na internetu a stal se v podstatě předobrazem slevových portálů po celém světě.<sup>3</sup> Po vzoru Grouponu.com vznikl také jeden z prvních a nejznámějších SP v ČR, Slevomat.cz. Poté následoval vznik dalších stovek méně, či více zdařilých klonů Grouponu.com, či přímo Slevomatu.cz. V roce 2011 zažíval český trh v dané oblasti doslova tržní boom, neboť na českém trhu působilo přes 300 SP. Po rychlém rozkvětu SP však následoval rychlý krach většiny. Na trhu v současné době existuje okolo čtyřiceti SP, přičemž pouze zlomek z nich to s podnikáním v této oblasti myslí vážně, resp. stará se o spokojenost zákazníka (individuálně posuzují každou příchozí reklamaci apod.).

Diplomová práce se soustředí na oblast ochrany spotřebitele při nákupu na SP se zaměřením na problematiku určení kontrahenta spotřebitele a povahy smluvního vztahu, do kterého

---

<sup>1</sup> ARON, Ravi. Group Buying on the Web: A Comparison of Price-Discovery Mechanismus. *Management Science*, 2003, vol. 49, no 11, s. 2.

<sup>2</sup> CHANEY, Paul. "Deal of the day" Coupons helps Merchants Attract Customers; 4 Tips [online]. PracticalEcommerce.com, 6. October 2010 [cit. 17. January 2017]. Accessed from <http://www.practicalecommerce.com/-Deal-of-the-Day-Coupons-Help-Merchants-Attract-Customers-4->.

<sup>3</sup> GROUPONMerchant. *The history of Groupon* [online]. Groupon.com, [cit. 17. January 2017]. Accessed from: <https://www.groupon.com/merchant/article/the-history-of-groupon>

spotřebitel při nákupu na SP vstupuje. Nakupování na SP je stále aktuálním tématem, v dnešní době již dennodenní záležitostí každého z nás, a přestože počet SP na českém trhu rapidně klesl a stále klesá, poptávka po nákupu zboží či služeb na SP stále roste. S růstem poptávky spotřebitelů roste nejen řada problémů, s kterými si spousta spotřebitelů neví rady, ale také spousta nezodpovězených otázek z hlediska právní legislativy.

Autor považuje za stěžejní problematické aspekty nákupu na SP právě oné určení kontrahenta spotřebitele a povahy daného smluvního vztahu, neboť jejich správné určení je jistým základem, z něhož se pak při poskytování právní ochrany vychází. V závislosti na zjištění konkrétního smluvního typu zjistíme, jaké konkrétní nároky z vadného či neposkytnutého plnění spotřebiteli náleží. Správné určení kontrahenta spotřebitele je potom zásadní zejména proto, že víme, vůči komu tyto nároky, příp. nároky na náhradu škody, či na vydání bezdůvodného obohacení, uplatňovat. V civilním soudním řízení totiž platí, že v návrhu nesprávné označení žalovaného má za následek neúspěch ve věci, neboť žalobce neunese důkazní břemeno.

Mezi další problematické aspekty prodeje zboží a služeb na SP patří např. proklamace přehnaně nízké ceny, neinformování spotřebitele o době uplatnitelnosti poukazu a nemožnosti požadovat jeho proplacení v případě jeho neuplatnění, nesdělení spotřebiteli doby uplatnitelnosti na jeho požádání v případě, že doba na poukazu není vyznačena, příp. nemá-li možnost si ji jakkoli ověřit, dále změna obchodních podmínek, dle kterých se původní slevové poukazy s neomezenou dobou uplatnitelnosti stávají poukazy s omezenou dobou uplatnitelnosti, aniž by o tom byl spotřebitel řádně informován.<sup>4</sup> Těmito problematickými aspekty se autor v diplomové práci ovšem nezabývá, neboť z důvodu rozsahu dotčené materie jsou tyto způsobilé být předmětem další kvalifikační práce.

Práce je rozdělena do 4 nikoli svébytných kapitol, které jsou z důvodu přehlednosti členěny do jednotlivých podkapitol. První kapitola je úvodem do dané problematiky, jejímž cílem je seznámit čtenáře s právním rámcem ochrany spotřebitele na SP v rámci českého právní řádu, i práva EU. Autor si také dává za cíl obeznámit čtenáře s konceptem fungování SP. Konečně tato kapitola věnuje pozornost kontraktačnímu procesu realizovaného prostřednictvím SP.

---

<sup>4</sup> VÍTOVÁ, Blanka. „Zlevněné“ zboží a služby na slevových portálech a ochrana spotřebitele [online]. epravo.cz, 2. června 2014 [cit. 13. července 2017]. Dostupné na <https://www.epravo.cz/top/clanky/zlevnene-zbozi-a-sluzby-na-slevovych-portalech-a-ochrana-spotrebitel-94404.html>, VÍTOVÁ, Blanka. Ochrana spotřebitele na slevových portálech – omezená doba „platnosti“ vouchera. In *Sborník z konference Bratislavské právnické fórum 2015*, 9. - 10. 10. 2014, Bratislava, Slovensko.



V druhé kapitole se autor zabývá povahou smluvního vztahu, který PSP uzavírá s jinými podnikateli. V této kapitole autor věnuje pozornost také právní regulaci smlouvy ve prospěch třetího a její aplikaci na danou problematiku. Ačkoli se může zdát, že dané otázky s tématem diplomové práce příliš nesouvisí, autor jejich zodpovězení považuje za důležité, neboť čtenářům napomůžou k utvoření si přehledu a povědomí o celé problematice.

Třetí kapitola je věnována problematickým aspektům určení kontrahenta spotřebitele. Autor se v první podkapitole zabývá projevy vůle PSP, které jsou činěny na SP, jakož i všeobecnými obchodními podmínkami těchto PSP. V druhé podkapitole se autor věnuje interpretaci daného právního jednání. Zvláštní pozornost je potom věnována interpretaci institutu Garance spokojenosti, konkrétně GS Slevomatu.cz.

V poslední kapitole se autor zabývá povahou smluvního vztahu mezi PSP a spotřebitelem a aplikací právní regulace de lege lata na danou problematiku. V obecné rovině se autor zabývá také otázkou odpovědnosti za vadné, příp. neposkytnuté plnění a nároky na náhradu majetkové či nemajetkové újmy vzniklé v důsledku vadného či neposkytnutého plnění.

Účelem předkládané kvalifikační práce není pouhé shrnutí dané problematiky, ale také její komplexní právní rozbor, kritické a sumativní hodnocení. Za tím účelem autor pracuje s všeobecnými obchodními podmínkami SP a s jednotlivými sděleními učiněnými vůči spotřebiteli. Autor se tak na reálné kazuistice pokouší analyzovat řešení dané problematiky de lege lata. Práce především zohledňuje účinnou právní úpravu, nicméně její součástí jsou také úvahy de lege feranda.

Vypracováním jednotlivých kapitol by měl autor získat odpovědi na tyto výzkumné otázky:

1. Můžeme při kontrakčním procesu realizovaném prostřednictvím SP vycházet z právní úpravy de lege lata?
2. V jakém smluvním vztahu se nachází PSP s jinými podnikateli a jaký má tento vliv na smluvní vztah mezi PSP a spotřebitelem?
3. Jaké nároky spotřebiteli v případě vadného či neposkytnutého plnění náleží a vůči komu je může uplatnit?
4. V jakém smluvním vztahu se nachází PSP se spotřebitelem?
5. Jakou právní regulaci de lege lata lze na daný smluvní vztah mezi PSP a spotřebitelem aplikovat?

Hlavním cílem diplomové práce je získat odpověď na otázku, zda současná právní úprava dokáže svým rozsahem pokrýt a vyřešit úskalí a problémy dané problematiky, anebo je potřeba přijmout novou právní úpravu, která bude danou oblast výslovně upravovat.

K dosažení stanovených cílů budou v práci ověřovány následující hypotézy:

1. Nakupování zboží či služeb na SP je právně komplikovaným smluvním vztahem, který právo EU, ani národní právní předpis speciálně neupravuje. Přesto lze spotřebiteli v této oblasti poskytnout prostředky soukromého práva (i veřejného) de lege lata určitou právní ochranu.
2. Pro určení kontrahenta spotřebitele není zásadní povaha smluvního vztahu, v jakém se PSP s jiným podnikatelem nachází, ale způsob, jakým PSP své právní postavení vůči spotřebiteli prezentuje, resp. skutečnost, zda je jednání PSP vůči spotřebiteli transparentní.
3. Není-li jednání PSP transparentní, musíme přistoupit k interpretaci právního jednání, pomocí které zjistíme kontrahenta spotřebitele a povahu smluvního vztahu. Abychom spotřebiteli poskytli náležitou právní ochranu, je třeba přistoupit také k analogii zákona, pomocí které zjistíme, jakou právní regulaci de lege lata lze na daný smluvní vztah použít.
4. PSP se v převážné většině vyhýbají odpovědnosti, která jim z uzavřené smlouvy se spotřebitelem, resp. ze zákona vyplývá, a to způsobem, jakým svou vůli na SP projevují.
5. K významu poskytované Garance spokojenosti lze přistupovat vícero způsoby, přičemž vždy záleží na informovanosti daného spotřebitele.

K zodpovězení výzkumných otázek a ověření uvedených hypotéz je autorem využíváno několika vědeckých metod. Autor používá metody deskriptivní, metody analýzy a vícero metod výkladu (subjektivně historický, formálně systematický a objektivně teleologický).

Negativně je třeba hodnotit dosavadní zpracování dané problematiky. Ačkoli SP působí na českém trhu již sedmým rokem, dosud nebyla vydána žádná monografie, která by se danou problematikou z právního hlediska zabývala. (výjimkou je připravovaná monografie doc. JUDr. Blanky Vítové, LL.M., Ph.D., která vyjde knižně koncem roku 2017 – VÍTOVÁ, Blanka. *Ochrana spotřebitele při uzavírání smluv na slevových portálech*. Olomouc: Iuridicum Olomoucens, o.p.s., 2017) O ochraně spotřebitele v dané oblasti pojednává pár odborných článků. Faktem je, že tyto pocházejí většinou od stejných autorů, kterých není mnoho. Relevantní judikaturu pro danou oblast lze nalézt jen zřídka. Autor tak musel vycházet převážně z literatury obecně pojednávající o soukromoprávních institutech, které lze v důsledku provedené interpretace právního jednání a analogie zákona na danou problematiku aplikovat. Autor také vycházel z odborných internetových článků dotýkajících se dané oblasti.

# 1 Úvod do problematiky

## 1.1 Právní rámec ochrany spotřebitele na slevových portálech

Ochrana spotřebitele je neustále vyvíjející se oblastí s kořeny sahajícími až do období vzniku prvních civilizací. Vítová, zabývající se danou otázkou, užívá slov Tenreiroa, dle kterých: „*Potřeba ochrany spotřebitele při uzavírání smluv je stará jako svět sám. První spotřebitelská smlouva byla uzavřena mezi ženou a hadem: had prodal ženě jablko na základě klamavé reklamy, výrobek neměl vlastnosti tvrzené prodávajícím, a ve smlouvě bylo ujednání, které vylučovalo jakoukoli odpovědnost hada za škodu způsobenou vadným zbožím.*“<sup>5</sup>

V rámci společných politik EU ovšem považujeme ochranu spotřebitele za poměrně mladou oblast, neboť mezi hlavní komunitární politiky byla daná problematika zahrnuta až Jednotným evropským aktem z roku 1986 a Maastrichtskou smlouvou z roku 1992. Ty připravily cestu k větší systematizaci této oblasti a komplexní legislativní úpravě.<sup>6</sup> „*Evropská politika ochrany spotřebitele je založena především na čl. 169 Smlouvy o Evropské unii a Smlouvě o fungování Evropské unie, dle kterého k podpoře zájmů spotřebitele a k zajištění vysoké úrovně jeho ochrany přispívá Unie k ochraně jeho zdraví, bezpečnosti a hospodářských zájmů, jakož i k podpoře jeho práv na informace, vzdělávání a práv sdružovat se k ochraně svých zájmů, a to zejména opatřením k vytváření vnitřního trhu a dalším opatřením, která podporují, doplňují a sledují politiku členských států.*“<sup>7</sup>

Právo Evropských společenství je specifickým právním řádem, který je tvořen právem primárním, sekundárním a judikaturou Soudního dvora EU. Ten ve svých rozhodnutích přináší závazný výklad komunitárního práva a v některých případech na jeho základě přímo formuluje normativní ustanovení.<sup>8</sup> Spotřebitelskou legislativu EU tvoří převážně směrnice, přičemž ochrana spotřebitele je z pohledu právních norem EU dynamicky se měnící oblastí, což zásadním způsobem ovlivňuje podobu právní úpravy v národních právních řádech.

Od doby vytvoření konkrétního kompetenčního základu, v rámci uvedených dokumentů, vznikla rozsáhlá úprava roztržštěná na různé drobné aspekty spotřebitelského práva. Jednotlivé normy tak regulují např. úpravu složení a kvalitu výrobků či služeb, spotřebitelský úvěr, spotřebitelské smlouvy, elektronický obchod, timesharingové smlouvy, odpovědnost za škodu

---

<sup>5</sup> VÍTOVÁ, Blanka. Vybrané aspekty soukromoprávní ochrany spotřebitele v NOZ. *Obchodní právo*, roč. 2012, č. 9, s. 306 - 318.

<sup>6</sup> PLECITÝ, Vladimír a kol. *Aktuální otázky ochrany spotřebitele*. Praha: Policejní akademie České republiky v Praze, 2015. 33 s.

<sup>7</sup> VÍTOVÁ, Blanka. *Nepřiměřená ujednání ve spotřebitelských smlouvách po rekodifikaci soukromého práva*. 2. vydání. Praha: Wolters Kluwer, a. s., 2014. 13 s.

<sup>8</sup> VÍTOVÁ, Blanka. *Zákon o ochraně spotřebitele. Komentář*. Praha: Wolters Kluwer ČR, a. s., 2015, s.

způsobenou vadou výrobku aj. Přestože je ochrana spotřebitele upravena velkým množstvím evropských směrnic, problematika nákupu na SP je regulována jen zlomkem z nich.<sup>9</sup>

Spotřebitelské právo v České republice, jakožto právo členského státu EU, je z velké části ovlivněno právem EU. Jak ostatně vyplývá ze shora uvedeného, převážná většina národních právních norem regulujících ochranu spotřebitele<sup>10</sup> je transpozicí a implementací směrnic EU, a to jak v rovině soukromoprávní, tak v rovině veřejnoprávní.<sup>11</sup> Některé oblasti jsou pak regulovány přímo aplikovatelnými evropskými nařízeními.<sup>12</sup>

Východiskem soukromoprávní spotřebitelské ochrany je předpoklad, že se spotřebitel ocitá ve fakticky nerovném postavení s profesionálním podnikatelem, a to s ohledem na okolnosti, za kterých dochází k uzavření smlouvy, s ohledem na profesionální zkušenosti podnikatele, jeho znalost trhu a práva, lepší informovanost, snazší dostupnost právních služeb, jakož i vzhledem k možnosti stanovovat si smluvní podmínky cestou adhezních smluv.<sup>13</sup> Ve své podstatě se jedná o zvláštní případ ochrany slabší strany, jejíž východisko najdeme v § 3 odst.2 písm. c) OZ, dle kterého nikdo nesmí pro nedostatek věku, rozumu nebo pro závislost svého postavení utrpět nedůvodnou újmu; nikdo však také nesmí bezdůvodně těžit z vlastní neschopnosti k újmě druhých. O slabší straně se potom hovoří v § 433 OZ<sup>14</sup>, dle kterého kdo jako podnikatel vystupuje vůči dalším osobám v hospodářském styku, nesmí svou kvalitu odborníka ani své hospodářské postavení zneužít k vytváření nebo k využití závislosti slabší strany a k dosažení zřejmé a nedůvodné nerovnováhy ve vzájemných právech a povinnostech stran. Dle odst. 2 uvedeného ustanovení se má za to, že slabší stranou je vždy osoba, která vůči podnikateli v hospodářském styku vystupuje mimo souvislost s vlastním podnikáním, tedy spotřebitel.

Předně je ovšem třeba vycházet ze zvláštní úpravy ochrany spotřebitele vymezené v části 4. dílu 4. OZ s názvem Zvláštní ustanovení o závazcích ze smluv uzavřených se spotřebitelem (§1810

---

<sup>9</sup> např. Směrnici Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005, o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu.

<sup>10</sup>Spotřebitelské právo je obsaženo jak v soukromoprávním kodexu, speciálních zákonech jako je např. zákon č. 257/2016 Sb., o spotřebitelském úvěru, tak v dílčích veřejnoprávních předpisech, zejm. zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, dále zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích, zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví, zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon, zákon č.64/1986 Sb., o České obchodní inspekci aj. více např. VEČERKOVÁ, Eva a kol. *Společensko-právní aspekty ochrany spotřebitele a jeho zdraví*. Brno: Masarykova univerzita, 2015. s. 149 - 227.

<sup>11</sup> VÍTOVÁ: Vybrané aspekty... 306 - 318 s.

<sup>12</sup>Nářízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 593/2008 ze dne 17. června 2008 o právu rozhodném pro smluvní závazkové vztahy (Řím I), Nařízení Rady (ES) č.44/2001 ze dne 22. prosince 2000 o příslušnosti a uznávání a výkonu soudních rozhodnutí v občanských a obchodních věcech (Brusel I)

<sup>13</sup> CSACH, Kristián. In MELZER, Filip a kol. *Občanský zákoník (§419-654). Velký komentář. Svazek III.*, 1. vydání, Praha: Leges, 2014, s. 3.

<sup>14</sup> Uvedené ustanovení je obecnou úpravou ochrany slabší strany v hospodářském styku, týkající se závazků. TINTĚRA: *Základy závazkového práva...* 208 s.

až §1867). Ve smyslu § 1810 OZ se spotřebitelskými smlouvami rozumí smlouvy, které uzavírá se spotřebitelem podnikatel. Důraz je kladen na strany smlouvy, nikoli na smluvní typ. Specifikem těchto ustanovení je, že se jedná o ochranu spotřebitele v rámci určitého způsobu uzavírání smluv, přičemž spotřebitel je chráněn nejen v průběhu závazkového vztahu, ale již v rámci předkontraktačního procesu.<sup>15</sup>

Pojmy spotřebitel a podnikatel jsou potom vymezeny v hlavě II. OZ. Spotřebitel je definován v § 419 OZ jako každý člověk, který uzavírá smlouvu nebo jinak jedná s podnikatelem mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání. Spotřebitelem je tedy člověk, přirozená osoba. Pojetí spotřebitele jako FO odpovídá právním předpisům ES na ochranu spotřebitele a judikatuře Soudního dvora EU.<sup>16</sup>

Zákonné vymezení spotřebitele představuje párový pojem k pojmu podnikatel, který je vymezen v § 420 odst. 1 OZ jako osoba, která samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku. V souladu s tímto ustanovením je podnikatelem jak FO, tak PO, přičemž pro soukromoprávní vztahy není relevantní, zda daná osoba disponuje podnikatelským oprávněním, resp. příslušným veřejnoprávním oprávněním k určité činnosti, či nikoli. Podnikatelem je tedy i osoba, která nemá dané oprávnění, neboť jak uvádí Vítová, popřením tohoto principu by došlo ke snížení ochrany slabší strany.<sup>17</sup>

Odst. 2 uvedeného ustanovení potom pro účely ochrany spotřebitele rozšiřuje vymezení podnikatele plynoucí z odstavce 1. Za podnikatele se tedy také považuje každá osoba, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností či při samostatném výkonu svého povolání, popřípadě osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele. Ohledně toho kdo je podnikatel, je v § 421 odst. 1 OZ zakotvena právní fikce, že podnikatelem je osoba zapsaná v obchodním rejstříku.

S ohledem na spotřebitele jako slabší smluvní stranu, dochází v rámci soukromoprávní ochrany spotřebitele k regulaci smluvní volnosti,<sup>18</sup> která je jinak pro soukromé právo typická.<sup>19</sup> V ustanovení § 1812 odst. 2 OZ je explicitně stanoven charakter ustanovení stanovených na ochranu spotřebitele jako relativně kogentní.<sup>20</sup> To znamená, že se strany nemohou odchýlit od

---

<sup>15</sup> VÍTOVÁ. Vybrané aspekty... s. 306 - 318.

<sup>16</sup> Soudní dvůr: Rozsudek ze dne 22. 11. 2001, ve spojených věcech Cape Snc proti Idealservice Srl a Idealservice MN RE Sas proti Omai Srl, C-541/99 a C-542/99

<sup>17</sup> VÍTOVÁ. Vybrané aspekty... s. 306 - 318.

<sup>18</sup> Více např. Nález Ústavního soudu ze dne 15. června 2009, sp. zn. I.ÚS 50/04

<sup>19</sup> Viz. kap. 2.

<sup>20</sup> Možnost stran dohodnout si pro spotřebitele výhodnější úpravu je zdůrazněna v čl. 3 odst. 6 směrnice 2011/83/EU

zákonu v neprospěch spotřebitele. Strany se ovšem mohou domluvit na výhodnějších smluvních ujednáních, která budou v neprospěch podnikatele.

Spotřebitel je zákonem chráněn i možnou interpretací spotřebitelských smluv a jejich konkrétních ujednání, když § 1812 odst. 1 OZ stanoví, že lze-li obsah smlouvy vyložit různým způsobem, použije se výklad pro spotřebitele nejpriznivější.<sup>21</sup> Ustanovení tak doplňuje interpretační metodu výkladu právních jednání *contra proferentem* stanovenou v § 557 OZ, dle které připouští-li použitý výraz různý výklad, vyloží se v pochybnostech k tíži toho, kdo výrazu použil jako první.

## 1.2 Princip fungování slevových portálů

Nakupování zboží či služeb na SP je právně komplikovaný smluvní vztah, který zákon speciálně neupravuje. Způsob prodeje spočívá v tom, že PSP či jiný podnikatel denně vystavuje na SP nabídky zboží a služeb s výraznou slevou oproti jejich běžné prodejní ceně. Ta se pohybuje minimálně na hranici 40 %, zpravidla se ale jedná o 50 až 90% slevu z původní ceny, přičemž taková nabídka je omezena časově a v některých případech také co do počtu zakoupených slevových poukazů. SP většinou využívají tzv. fixního cenového mechanismu, který spočívá v tom, že se nabídka aktivuje teprve v okamžiku, kdy si takto zlevněné zboží/službu objedná předem určené množství zákazníků.<sup>22</sup> Na SP může být nabízeno jednak zboží a služby samotných PSP a jednak zboží a služby jiných podnikatelů, kteří se nacházejí s PSP v určitém smluvním vztahu.<sup>23</sup> Vzhledem k tomu, že PSP nabízí své vlastní zboží/služby velmi zřídka, a že zde není sporu o tom, s kým spotřebitel daný smluvní vztah uzavírá, jakož i jakou povahu v závislosti na předmětu plnění daný smluvní vztah má, zabývá se autor nadále danou problematikou pouze z pohledu zboží a služeb nabízených jinými podnikateli.

Pokud jde o samotnou nabídku zboží a služeb, SP prošly od samotného počátku jejich existence několika fázemi. Nejdříve byly hitem slevové poukazy na večere do restaurací a poté nastoupila éra slevových poukazů na relaxační služby a wellness pobyty. Následně byly nejčastěji nabízeny zážitkové služby jako jsou např. skok padákem či let balónem. V dnešní době je již

---

<sup>21</sup> §1812 odst.1 OZ je provedením čl. 5 směrnice 93/13/EHS. Na rozdíl od směrnice chybí v uvedeném ustanovení jakákoliv vazba na skutečnost, že je to podnikatel, kdo předkládá podmínky smlouvy. Uvedené pravidlo se proto použije, aniž by se zkoumalo, kdo podmínky smlouvy předložil, kdo použil výraz jako první, kdo způsobil, že jsou zde různé možnosti výkladu.

<sup>22</sup> TICHNA, Pavel. *Jak fungují slevové portály* [online]. idobnet.cz, 19. ledna 2011 [cit. 17. ledna 2017]. Dostupné na <http://idobnet.cz/jak-funguji-slevove-portaly/>.

<sup>23</sup> VÍTOVÁ, Blanka. Consumer protection on so called Discount Websites. *International and Comparative Law Review*, 2013, Vol. 2, s 119.

nabízeno široké spektrum nejrůznějšího zboží a služeb. Zásadní podíl celkových tržeb SP ovšem po celou dobu jejich existence tvoří víkendové pobyty a dovolené.<sup>24</sup>

Spotřebitel na SP ovšem fakticky nekupuje onou zlevněnou službu/zboží, ale slevový poukaz, tj. voucher. Po zaplacení inzerované ceny, zpravidla elektronickým způsobem, a připsání platby na účet PSP, si PSP v závislosti na smluvním vztahu, v jakém se s jiným podnikatelem nachází, ponechá buď určitou část z inzerované ceny, resp. provizi a zbývající část zašle danému podnikateli, nebo si ponechá celou částku (kupní cenu/jinou odměnu) anebo tato celá částka bude náležet přímo jinému podnikateli. Spotřebitel obdrží e-mailem slevový poukaz na zakoupené zboží/službu s časovou platností a unikátním kódem, který následně uplatňuje u jiného podnikatele, který mu onou službu/zboží poskytne nebo prodá se smluvenou slevou, či s jinak dohodnutou výhodou. V některých případech je zboží, které je předmětem slevového poukazu, zasíláno spotřebiteli poštovní zásilkou rovnou, aniž by musel zakoupený slevový poukaz u daného podnikatele uplatnit.

Problém nastává v okamžiku, kdy podnikatel, u kterého spotřebitel zakoupený slevový poukaz uplatní, odmítne slevový poukaz akceptovat, nebo jej akceptuje a následně akceptaci zruší s tím, že od PSP nedostal včas zaplacené. V tomto případě ovšem nelze vyloučit ani účelové odmítání slevových poukazů ze strany jiných podnikatelů, přestože peníze obdrželi. Zásadním problémem je také zkrachování PSP, kteří peníze od spotřebitelů obdrželi, ale jiným podnikatelům je už nezaslali, příp. nezaslali zakoupené zboží spotřebiteli. Spotřebitelé se také setkávají se situací, kdy jiný podnikatel slevový poukaz sice akceptuje, ale zboží, které je předmětem slevového poukazu již nedodá, případně dodá zboží neodpovídající inzerované nabídce.<sup>25</sup> Spotřebitelské zkušenosti dále ukazují, že se spotřebitelé se slevovým poukazem občas stávají zákazníky nižší kategorie. Například hoteliéři a restauratéři, ve snaze přilákat nové klienty, nabízejí pobyt či gastronomické služby na hranici výrobních a provozních nákladů, a tak personál má pak často pocit, že zákazníkům nemusí věnovat standardní péči. Jako příklad lze uvést servírování menších porcí jídel, arogantní chování personálu, nevěnování náležitě péče čistotě stolů, pokojů apod. Autor má za to, že každý spotřebitel má právo na zboží a službu, které si objednal a za které zaplatil,

---

<sup>24</sup> BUBÁK, Zdeněk. *Slevové portály dnes a zítra. Rozhovor s ředitelem portálu PEP.A.cz* [online]. finparada.cz, 13. srpna 2014 [cit. 17. ledna 2017]. Dostupné na <http://www.finparada.cz/2201-Slevove-portaly-dnes-a-zitra-rozhovor.aspx>.

<sup>25</sup> Sdružení obrany spotřebitelů – asociace z. s. *SOS-Asociace k problematice uplatňování nároků ze smluv uzavřených prostřednictvím slevových portálů*. [online]. asociace-sos.cz, 18. července 2014 [cit. 17. ledna 2017] Dostupné na <https://www.asociace-sos.cz/sos-asociace-k-problematice-uplatnovani-naroku-ze-smluv-uzavrenych-prostrednictvim-slevovych-portalu/>., Net press media. *Slevové portály nabízejí záruku vrácení peněz* [online]. befresh.cz, 20. prosince 2014 [cit. 17. ledna 2017]. Dostupné na <http://www.befresh.cz/nejen-market/slevove-portaly-nabizi-zaruku-vraceni-penez.html>.

neboť na SP jsou inzerovány zboží a služby v plné kvalitě s výraznou slevou, nikoliv s vadami či arogantním chováním poskytovatelů služeb. Spotřebitelé se slevovým poukazem by tedy měli mít nárok na stejně kvalitní zboží a stejnou úroveň služby, jakou jiný podnikatel poskytuje spotřebitelům bez slevového poukazu. S daným problémem souvisí zásadní otázka dané problematiky, a to jaké nároky v případě neposkytnutého, či vadného plnění spotřebitelé mají a vůči komu je mohou uplatnit.<sup>26</sup>

Z uvedeného vyplývá, že v dané oblasti právně jednají tři smluvní strany, a to spotřebitel, PSP a jiný podnikatel. Jak již bylo řečeno, zákon danou problematiku nijak neupravuje, nesjednocuje, resp. právní normy jednoznačně nestanoví, jakým způsobem má poskytování zboží či služeb na základě zakoupených slevových poukazů probíhat. Abychom tedy spotřebiteli při nákupu na SP poskytli náležitou právní ochranu, musíme spolehlivě určit, s kým daný smluvní vztah spotřebitel uzavírá, jakož i správně interpretovat povahu právního vztahu, do kterého spotřebitel uzavřením smlouvy vstupuje.<sup>27</sup> V této souvislosti se je třeba zabývat předmětem konkrétní uzavírané smlouvy. Pro správné určení kontrahenta spotřebitele je zase nutné zabývat se otázkou, v jakém smluvním vztahu se PSP s jiným podnikatelem nachází, resp. jakým způsobem PSP své právní postavení vůči spotřebiteli prezentuje, tedy zda je spotřebiteli již od samého počátku kontraktace zřejmé, s kým daný smluvní vztah uzavírá.

### 1.3 Právní rámec kontraktačního procesu na slevových portálech

PSP zveřejněním zboží a služeb na SP projevuje vůli, kterou se obrací na neurčité osoby<sup>28</sup> s návrhem na uzavření smlouvy. Bude se tak zpravidla jednat o veřejnou nabídku ve smyslu §1780 odst.1 OZ, kterou se rozumí projev vůle navrhovatele, kterým se obrací na neurčité osoby s návrhem na uzavření smlouvy. U každého zveřejněného zboží a služby je uvedena cena, včetně popisu předmětu plnění, příp. údaje o dodavateli či poskytovateli. Dle autora je tak předmět plnění vymezen dostatečně určitě, resp. právní jednání PSP směřující k uzavření smlouvy obsahuje ve smyslu § 1732 odst. 1 OZ podstatné náležitosti smlouvy tak, aby mohla být uzavřena jeho

---

<sup>26</sup> viz. IV. kap.

<sup>27</sup> VÍTOVÁ, Blanka. The nature of the legal relationship between the consumer, the website operator and the merchant when concluding the contract on the discount website. In Conference Proceedings: 2nd International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2015. Book 2. *Political Sciences, Law, Finance, Economics and Tourism*. Vol. I. 26.8. - 1.9.2015, Albena, Bulgaria, 2015, s. 761 - 768.

<sup>28</sup> rozuměj potencionální zákazníkы daného slevového portálu



jednoduchým a nepodmíněným přijetím. S přihlédnutím ke všem okolnostem<sup>29</sup>, za nichž je nabídka činěna, plyne z uvedeného jednání vůle PSP být smlouvou vázán, bude-li nabídka přijata.

V souladu s § 1732 odst. 2 OZ se bude jednat o nabídku s výhradou vyčerpání zásob nebo ztráty schopnosti podnikatele plnit, neboť návrh dodat zboží či poskytnout službu za určenou cenu je činěný při podnikatelské činnosti vystavením zboží na obchodní platformě daného SP. Jak uvádí Hulmák: „*Nemusí jít o zboží vystavené fyzicky, stačí jeho vyobrazení či popis.*“<sup>60</sup>

Dle § 1782 OZ je smlouva na základě veřejné nabídky uzavřena s tím, kdo včas a v souladu s ní navrhovatelí nejdříve oznámí, že veřejnou nabídku přijímá. Přijme-li veřejnou nabídku současně několik osob, je smlouva uzavřena s tou, kterou navrhovatel zvolil. Zákonodárce ovšem umožňuje, aby smlouva byla uzavřena s určitým počtem příjemců, příp. se všemi příjemci, když § 1874 odst. 1 OZ stanoví, že určí-li to veřejná nabídka výslovně, je smlouva uzavřena s určitým počtem osob, případně se všemi, kdo veřejnou nabídku přijali ve lhůtě podle § 1782 OZ. Hulmák uvádí, že: „*Veřejná nabídka může připustit uzavření s větším počtem osob nejenom stanovením určitého počtu osob, ale i nejvyššího možného prodaného množství.*“<sup>61</sup> S tímto způsobem určení mnohosti příjemců se setkáváme v případě, kdy PSP v nabídce výslovně stanoví nejvyšší možný počet prodaných slevových poukazů.<sup>32</sup> Z uvedeného ustanovení dále vyplývá, že přijetí musí být včasné, resp. musí dojít navrhovatelí ve lhůtě pro přijetí stanovené ve veřejné nabídce, nebo ve lhůtě přiměřené povaze nabídky. Lhůta pro přijetí nabídky učiněné na SP je u každého předmětu plnění stanovená individuálně a bývá po celou dobu trvání nabídky zpravidla zobrazena vedle nabízeného předmětu.

Spotřebitel nabídku akceptuje tím, že klikne na ikonku nazvanou *Dokončit a zaplatit* či *Koupit*. Kliknutím na toto tlačítko taktéž vyjadřuje svůj souhlas s obchodními podmínkami PSP a jiného podnikatele, které jsou součástí smlouvy ve smyslu § 1751 odst. 1 OZ.<sup>33</sup> V souladu s § 1745 je smlouva uzavřena okamžikem, kdy přijetí nabídky nabývá účinnosti. Přijetí působí vůči adresátovi od okamžiku, kdy mu projev vůle dojde, přičemž dojití vyžaduje, aby se jednostranné právní jednání dostalo do sféry dispozice navrhovatele. Vědomost navrhovatele o přijetí se přitom nevyžaduje.<sup>34</sup> Smlouva je tak uzavřena okamžikem, kdy objednávka dojde PSP do evidence objednávek. PSP by

---

<sup>29</sup> např. uvedení potřebných údajů k provedení platby, uvedení základní údajů o PSP, jednotlivá sdělení týkající se postupu PSP po připsání platby na bankovní účet, jako je např. zaslání slevového poukazu na e-mail spotřebitele.

<sup>30</sup> HULMÁK, Milan. In HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§1732). Komentář*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2014. s. 70 - 81.

<sup>31</sup> HULMÁK: In HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník V... s. 272.*

<sup>32</sup> Ostatně možnost přijetí nabídky větším počtem příjemců předpokládá již uvedená veřejná nabídka s výhradou vyčerpání zásob nebo ztráty schopnosti podnikatele plnit.

<sup>33</sup> Jedná se o jeden ze způsobů akceptace smluvních ujednání při nákupu přes internet, označovaný jako browse-wrap smlouvy, tzn. že se smluvní ujednání nachází ve formě hyperlinkového odkazu. VÍTOVÁ: *Nepřiměřená ujednání...*88 s.

<sup>34</sup>ONDREJOVÁ, Dana. *Průvodce uzavíráním smluv po rekonstrukci*. 1. Vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2015, 62 s.

poté měl jednat v souladu s §1827 odst.1 věty první OZ, dle které podá-li spotřebitel objednávku prostřednictvím některého prostředku komunikace na dálku, je podnikatel povinen prostřednictvím některého prostředku komunikace na dálku neprodleně potvrdit její obdržení.

Někteří PSP ve svých VOP výslovně stanovují, že zveřejněním zboží a služeb činí výzvu k podávání nabídek, kterou iniciují uzavření smlouvy ve smyslu § 1733 OZ. Ve své podstatě nejde o žádnou zvláštnost, neboť k uzavření smlouvy dochází taktéž přijetím nabídky, tedy okamžikem, kdy spotřebiteli dojde potvrzení o přijetí objednávky. Nabídce pouze předchází výzva k podávání nabídek, kterou se taktéž rozumí právní jednání směřující k uzavření smlouvy.<sup>35</sup> Toto řešení se autorovi jeví z pohledu ochrany spotřebitele jako méně výhodné, neboť v případě nedostatku zásob či ztráty schopnosti podnikatele plnit, je právě spotřebitel ten, kdo nese důkazní břemeno o určitém množství zboží na skladě, či schopnosti podnikatele plnit jako je tomu v případě nabídky s výhradou vyčerpání zásob, nebo ztráty schopnosti plnit.

Vzhledem k tomu, že je samotný nákup zboží či služeb na SP realizován prostřednictvím internetu, budou se na daný smluvní vztah vztahovat ustanovení o závazcích ze smluv uzavíraných distančním způsobem, která jsou zákonodárcem vymezena v díle 4. oddílu 2. § 1820 až 1828 OZ.<sup>36</sup> Smlouvou uzavíranou distančním způsobem<sup>37</sup> se rozumí smlouva uzavíraná bez současné fyzické přítomnosti podnikatele a spotřebitele s výlučným použitím jednoho nebo několika prostředků komunikace na dálku, až do uzavření smlouvy, včetně samotného uzavření smlouvy. Není tedy nutné, aby prostředky komunikace na dálku byly použity v průběhu celého kontraktačního procesu, stačí jejich užití do okamžiku, kdy je spotřebitel zavázán.

Jak uvádí Hulmák: „*O smlouvu uzavřenou distančním způsobem se jedná i v případech, kdy spotřebitel navštíví obchodní prostory za účelem pouhého získání informací o zboží či službách a následně sjedná a uzavře smlouvu použitím prostředků komunikace na dálku.*”<sup>38</sup> O tuto situaci půjde v případě, kdy spotřebitel navštíví kamenný obchod slevového portálu, či prostory poskytovatele služeb za uvedeným účelem, a poté dané zboží či službu koupí přes SP, resp. prostřednictvím internetu.

Podnikatel má v předkontraktační fázi zejména zvýšenou informační povinnost, kdy je povinen v souladu s ustanoveními § 1811 OZ a § 1820 OZ spotřebiteli sdělit zákonem stanovené údaje. Dále musí upozornit na možnost odstoupení od smlouvy a taktéž na údaj o nákladech na

---

<sup>35</sup> Tamtéž.

<sup>36</sup> V rámci tohoto oddílu je provedena směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. 10. 2011, o právech spotřebitelů.

<sup>37</sup> Zákon nesvazuje smlouvy, které jsou uzavírané distančním způsobem přesnou definici prostředku komunikace na dálku. Příkladem takové smlouvy je smlouva uzavřena faxem, po telefonu, e-mailovou komunikací, prostřednictvím internetu, e-shopu aj.

<sup>38</sup> HULMÁK: In HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník V.....s.* 395.

vrácení zboží, pokud spotřebitel od smlouvy odstoupí. Podnikatel je také povinen vydat spotřebiteli bezprostředně po jejím uzavření alespoň jedno její vyhotovení.

S ohledem na spotřebitele jako slabší smluvní stranu je nutné obecnou ochranu spotřebitele vnímat v kontextu dalších ustanovení stanovených na ochranu slabší smluvní strany, která ji mohou v konkrétním případě doplňovat.<sup>39</sup> Vzhledem k tomu, že PSP využívá předem připravených smluv, kterých užívá pro všechny smluvní vztahy určitého typu se spotřebiteli, že stanovuje základní práva a povinnosti smluvních stran, která jsou upravena ve všeobecných obchodních podmínkách, které jsou součástí uzavírané smlouvy, a že spotřebitel jako slabší smluvní strana nemá v průběhu kontraktace možnost do jednotlivých smluvních ujednání zasáhnout, resp. nemá možnost se k jednotlivým ujednáním vyjádřit, má pouze možnost smlouvu uzavřít či nikoli, bude na daný smluvní vztah dopadat úprava smluv uzavíraných adhezním způsobem vymezená v § 1798 a násl. OZ. Smlouvou uzavřenou adhezním způsobem je dle zákonodárce každá smlouva, jejíž základní podmínky byly určeny jednou ze smluvních stran nebo podle jejich pokynů, aniž slabší strana měla skutečnou příležitost obsah těchto základních podmínek ovlivnit. Pro praktickou aplikovatelnost institutu adhezních smluv zákonodárce v odst. 2 stanovuje vyvratitelnou právní domněnku, že adhezní smlouvou je každá smlouva na formuláři, či jiném podobném prostředku<sup>40</sup>, pokud je uzavřena se slabší smluvní stranou a formulář je použit v obchodním styku.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> Tamtéž. s. 350.

<sup>40</sup> viz. § 1789 odst. 1 OZ, Dohnal uvádí, že musí jít o prostředek používaný silnější stranou opakovaně. DOHNAL, GALVAS, OLIVA: *Obchodní smlouvy* ...195 s.

<sup>41</sup> Tamtéž 197 s.

## 2 Smluvní vztah mezi provozovatelem slevového portálu a jiným podnikatelem

Čl. 2 odst. 3 LZPS shodně s čl. 2 odst. 4 Ústavy stanoví, že každý může činit, co není zákonem zakázáno, a nikdo nesmí být nucen činit, co zákon neukládá. Z takto ústavně garantované svobody jedince vyplývá i institucionální garance právního jednání soukromého práva. Soukromé právo, primárně upravující vztahy soukromých lidí navzájem, vymezuje hranice svobodného jednání jednoho, čímž současně ohraničuje prostor pro svobodné jednání druhého.<sup>42</sup> Z uvedeného vyplývá, že jedním ze základních hodnotových východisek systému soukromého práva je zásada autonomie vůle, kterou se rozumí samostatné (vlastní) uspořádání právních vztahů jednotlivce podle jeho vůle. Tato zásada nachází velmi širokého uplatnění právě v závazkovém smluvním právu, v jehož rámci je jako její synonymum užíván pojem smluvní svoboda, kterou se rozumí svoboda obsahově uspořádat obligačněprávní vztahy.<sup>43</sup> Základním nástrojem, kterým se tato svoboda v normativní rovině realizuje je smlouva, jako zvláštní právní jednání. V souladu s nálezem IV. ÚS 387/99 je zásadně na „*uvážení a rozhodnutí samotných subjektů soukromoprávních vztahů, zda vůbec a s kým smlouvu uzavřou, jaký bude její obsah, jaká bude její forma a mimo jiné i jaký typ smlouvy subjekty pro konkrétní případ zvolí.*“<sup>44</sup> Jak uvádí Vítová, oné subjekty tak mohou nejlépe realizovat vlastní osobní a hospodářské představy a záměry v souladu s jejich individuálními zájmy a potřebami.<sup>45</sup>

Záleží tedy na konkrétním PSP jako subjektu soukromoprávního vztahu, na jeho autonomním rozhodnutím, zda a jaký typ smlouvy s daným jiným podnikatelem uzavře. To ostatně vyjadřuje druhá věta ustanovení §1725 OZ, když stanoví, že v mezích právního řádu je stranám ponecháno na vůli svobodně si smlouvu ujednat a určit její obsah. Z daného ustanovení také plyne, že autonomie vůle není neomezená. Typickými případy jejího omezení jsou korektivy, které plynou ze zásad ochrany slabší smluvní strany, poctivosti a ochrany dobré víry.

### 2.1 Smluvní vztah na základě smlouvy o zprostředkování

PSP nejčastěji tvrdí,<sup>46</sup> že s jinými podnikateli uzavírají smlouvu o zprostředkování ve smyslu § 2445 odst. 1 OZ, dle kterého se zprostředkovatel (PSP) zavazuje, že zájemci (podnikateli) zprostředkuje uzavření určité smlouvy s třetí osobou (spotřebitelem), a zájemce (podnikatel) se

---

<sup>42</sup> MELZER, Filip. *Právní jednání a jeho výklad*. Brno: Václav Klemm-Vydavatelství a nakladatelství, 2009, 15 s., usnesení Nejvyššího soudu ze dne 20. října 2005, sp. zn. 33 Cdo 872/2005

<sup>43</sup> BEZOUŠKA, Petr. Autonomie vůle. In HAVEL, Bohumil, PIHERA, Vlastimil. *Soukromé právo na cestě. Eseje a jiné texty k jubileu Karla Eliáše*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2010, 31 s.

<sup>44</sup> náleží Ústavního soudu ze dne 3. ledna 2000, sp. zn. IV. ÚS 387/99

<sup>45</sup> VÍTOVÁ: *Neprůměřená ujednání*. ... 35 s.

<sup>46</sup> např. PSP Hyperslevy.cz, Slevadne.cz, Slevopol.cz

zavazuje zaplatit zprostředkovateli (PSP) provizi. Ve druhém odstavci uvedeného ustanovení je stanovena vyvratitelná právní domněnka, že jestliže bude jedna strana požadovat odměnu na straně druhé za obstarání příležitosti k uzavření její smlouvy s třetí osobu, jedná se o smlouvu o zprostředkování.

Povinnost zprostředkovatele může být vymezena obecným nebo konkrétním způsobem. Je-li vymezena způsobem obecným, je ve smlouvě pouze sjednáno, že zprostředkovatel je povinen pro zájemce zprostředkovat uzavření určité smlouvy, resp. obstarat příležitost k uzavření smlouvy. V druhém případě je ve smlouvě sjednán konkrétní způsob, jakým má být zprostředkování v daném případě provedeno.<sup>47</sup> Konkrétní vymezení povinnosti zprostředkovatele se autorovi jeví jako praktičtější řešení, neboť lze na jeho základě snadno dospět k závěru, kdy dochází ze strany zprostředkovatele k porušení povinnosti ze smlouvy mu vyplývající.

Vzhledem k tomu, že právní úprava blíže nekonkretizuje, jakým způsobem má zprostředkovatel svou činnost provádět, je třeba v případě obecného vymezení povinnosti zprostředkovatele správně vyložit pojem zprostředkování, kterým se dle Handlera rozumí: „*faktická činnost zprostředkovatele, jejímž cílem je zajistit, aby měl zájemce reálnou možnost uzavřít určitou smlouvu.*“<sup>48</sup> Má-li tedy PSP skutečně zajistit pro podnikatele uzavření zprostředkovávané smlouvy, resp. zajistit příležitost takovou smlouvu uzavřít a není-li ujednáno jinak, musí za tím účelem aktivně jednat a zprostředkování provést v souladu s § 1914 odst. 1 OZ obvyklým způsobem s přihlédnutím k obsahu a účelu smlouvy. Způsob provedení zprostředkování však může ve smyslu § 545 OZ vyplynout i z dobrých mravů, zvyklostí či zavedené praxe stran. Jelikož zprostředkování patří mezi závazky ze smluv příkazního typu, lze v souladu s § 2432 OZ ve spojení s § 2444 OZ přiměřeně použít právní úpravu příkazní smlouvy, ze které lze dovodit, že zprostředkovatel by měl jednat pečlivě dle svých schopností a použít ke zprostředkování veškeré dostupné prostředky.

PSP je tak povinen vyvíjet činnost k tomu, aby měl jiný podnikatel reálnou možnost prostřednictvím SP uzavřít se spotřebitelem smlouvu, resp. prodat slevový poukaz na využití služby anebo obdržení zboží. PSP tak např. zveřejňuje informace týkající se nabídky zboží, služeb či specifických balíčků, zejména identifikační údaje jiného podnikatele, popis produktu, cenu před slevou, cenu po slevě, procento slevy, platební podmínky, dobu platnosti poukazu, podmínky použití poukazu a případně tyto informace aktualizuje. Dále také zajišťuje návštěvnost SP marketingovými propagacemi, resp. vyvíjí reklamní činnost, která směřuje k propagaci zájmu jiného podnikatele uzavřít danou smlouvu. Např. „*slevový portál Hyperslevy.cz mimo slevové agregátory používá*

---

<sup>47</sup> HANDLAR, Jiří. In HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník VI...*s. 811 - 818.

<sup>48</sup> Tamtéž s. 816.

*ke propagaci i další marketingové kanály jako jsou PPC kampaně, sociální sítě, bannery, rádiové spoty, prezentuje se na festivalech, veletrzích a na dalších akcích.*<sup>49</sup>

V souladu s principem dispozitivnosti si smluvní strany mohou aktivní jednání PSP za účelem uzavření zprostředkované smlouvy omezit, resp. povinnost PSP konkrétně vymezit. Tak tomu bude pravděpodobně v případě, kdy PSP s jiným podnikatelem zároveň uzavírá nájemní smlouvu, v rámci které mu pronajímá OP, příp. i související služby.<sup>50</sup> V takovém případě bude zprostředkování pravděpodobně omezeno pouze na prodej slevového poukazu prostřednictvím SP a na zajišťování návštěvnosti SP marketingovými propagacemi. Informace o nabízeném zboží a službách bude jiný podnikatel zveřejňovat sám.

Jak vyplývá z § 2445 odst. 1 OZ, pojmovým znakem smlouvy o zprostředkování je úplatnost. Ve smyslu ustanovení §1792 OZ náleží PSP za provedení zprostředkování provize, přičemž její výši nebo způsob jejího určení si strany ujednají ve smlouvě. Pokud tak strany neučiní, je podnikatel povinen zaplatit PSP provizi ve výši, která je obvyklá v době a místě uzavření smlouvy. *„Obvykle se výše provize PSP pohybuje kolem 25 % z cenové hodnoty poukazu. V případě, že spotřebitel poukaz u podnikatele neuplatní, dosahuje výše této provize až 50 % hodnoty slevového poukazu. Nevyzvednutá částka se tedy rozděluje rovným dílem mezi PSP a jiným podnikatelem.*<sup>51</sup>

Právo na provizi PSP vzniká okamžikem uzavření zprostředkované smlouvy, když § 2445 odst. 1 OZ stanoví, že zaplatit zprostředkovateli provizi se zájemce zavazuje smlouvou o zprostředkování. Jedná se však o právo podmíněné, neboť dle § 2447 odst. 1 OZ je provize splatná dnem uzavření zprostředkované smlouvy, není-li ujednáno jinak. Do uzavření zprostředkované smlouvy je pro jiného podnikatele povinnost zaplatit PSP provizi závazná v tom smyslu, že se podnikatel musí zdržet jakéhokoliv jednání, které by bylo v rozporu s povinností zaplatit PSP provizi.<sup>52</sup> V případě, že byla mezi PSP a jiným podnikatelem sjednána odkládací podmínka, nastává splatnost až splněním této podmínky. Vítová uvádí, že: *„Splatnost provize PSP ve vztahu ke jinému podnikateli nastává uplynutím doby uplatnitelnosti daného poukazu.*<sup>53</sup> Můžeme si představit i situaci, že provize bude splatná v okamžiku, kdy spotřebitel zakoupený slevový poukaz u jiného podnikatele uplatní. Splatnost provize uplynutím doby jeho uplatnitelnosti by zde platila subsidiárně. Nicméně v obou případech je splatnost provize závislá na splnění

---

<sup>49</sup> TÁBORKSÁ, Jana. *Slevové portály v roce 2015? Kdo jsou největší hráči a jaké jsou trendy?* [online]. businessanimals.cz, 31. srpna. 2015 [cit. 02. února 2017]. Dostupné na <http://www.businessanimals.cz/ba/clanky/slevove-portaly-1/>.

<sup>50</sup> viz. kap. 2.2

<sup>51</sup> VÍTOVÁ: Ochrana spotřebitele na slevových portálech-omezená... s. 259 - 264.

<sup>52</sup> HANDLAR. In HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník V.....* s. 822.

<sup>53</sup> VÍTOVÁ: Ochrana spotřebitele na slevových portálech-omezená... s. 259 - 264.

odkládací podmínky. Zákonodárce v druhém odstavci uvedeného ustanovené stanoví, že se zprostředkovatel a zájemce mohou dohodnout na splatnosti provize již obstaráním příležitosti uzavřít zprostředkovávanou smlouvu. Zákonodárce také umožňuje sjednání si vzniku práva na provizi v okamžiku, kdy 3. osoba splní povinnost vyplývající ze zprostředkované smlouvy. Zájemce zaplatí zprostředkovateli provizi i tehdy, pokud bylo splnění této povinnosti oddáleno nebo zmařeno z důvodu, za něž odpovídá.<sup>54</sup>

Dalším předpokladem vzniku nároku PSP na zaplacení provize je, aby došlo k uzavření zprostředkovávané smlouvy v souvislosti s jeho přičiněním, resp. aby v důsledku jeho přičinění byla obstarána alespoň možnost takovou smlouvu uzavřít. Občanský zákoník však odpověď na otázku, jaké činnosti jsou obsahem přičinění, neposkytuje. Z výše uvedeného plyne, že se musí jednat vždy o určité aktivní konání. Pokud je zprostředkovatel pasivní, jedná se o nekonání, resp. o nečinnost.<sup>55</sup> Vždy je tedy nutná alespoň omezená participace v celé věci, tedy alespoň prodej slevového poukazu prostřednictvím SP. Podle ustálené judikatury NS jde o takové přičinění tehdy, kdy je dána mezi uzavřením dané smlouvy a činností soukromoprávního subjektu příčinná souvislost, resp. není-li snahy a úsilí PSP směřující ke zprostředkování uzavření smlouvy, resp. zajištění příležitosti pro jiného podnikatele uzavřít smlouvu se spotřebitelem, tak k tomuto výsledku nedojde.<sup>56</sup>

Smlouva o zprostředkování může být uzavřená jak na dobu určitou, tak na dobu neurčitou. Je-li smlouva sjednaná na dobu určitou, závazek zaniká, není-li zprostředkovávaná smlouva uzavřena v ujednané době, resp. v době, po kterou je nabídka zveřejněná na SP účinná. Není-li ujednána doba, na kterou se smlouva o zprostředkovávání uzavírá, může kterákoliv strana závazek zrušit oznámením druhé straně, přičemž platí, že zánik závazku nemá vliv na provizi zprostředkovatele, pokud došlo k uzavření smlouvy, k níž se vztahovala činnost zprostředkovatele, až po zániku závazku ze zprostředkovatelské smlouvy.<sup>57</sup>

PSP také v převážné většině uvádí, že s jinými podnikateli uzavírají dohodu o zastoupení dle § 441 a násl. OZ a vystupují tak jako jejich přímí zástupci.<sup>58</sup> Vzhledem k tomu, že zprostředkování je činností faktickou, nemůže být zastupování podnikatele předmětem zprostředkování.<sup>59</sup> Pokud

---

<sup>54</sup> TINTĚRA: *Základy závazkového práva*...129 s.

<sup>55</sup> DOHNAL, Jakub. Aktuální otázky splatnosti zprostředkovatelské odměny po rekodifikaci. *Právní rozhledy*, 2013, č. 15-16, s. 557.

<sup>56</sup> rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 7. listopadu 2000, sp. zn. 30 Cdo 1593/2000

<sup>57</sup> TINTĚRA: *Základy závazkového práva*... 129 s.

<sup>58</sup> Zastoupení vzniká buď uzavřením dohody o zastoupení mezi zmocnitelem a zmocněncem, nebo i jen jednostranným jednáním zmocnitele, vyžaduje-li to ochrana dobré víry třetí osoby. MELZER, Filip. In MELZER Filip a kol. *Občanský zákoník*...s. 70 - 71.

<sup>59</sup> HANDLAR: In HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník V*...s. 822.

smluvní strany neuzavřou dohodu o zastupování, resp. není-li obsahem uzavřené smlouvy plná moc, je třeba ve smlouvě ujednané zástupčí oprávnění posuzovat jako závazek jiného typu. V rozsahu, ve kterém PSP bude jiného podnikatele zastupovat, se tak bude právní vztah těchto smluvních stran v souladu s § 555 odst.1 OZ řídit právní úpravou o příkazu, komisi či obchodním zastoupení, neboť podstatou těchto závazků je činnost jedné strany vyvíjená ve prospěch strany druhé a zároveň tyto závazky zastoupení připouštějí.<sup>60</sup>

## 2.2 Smluvní vztah na základě nájemní smlouvy

Vedle uzavírání smluv o zprostředkování PSP také jiným podnikatelům v převážné většině přenechává k dočasnému užívání obchodní platformu (místo na svých webových stránkách, dále jen OP), kde jiní podnikatelé sami zveřejňují nabídky svého zboží a služeb, resp. prodávají slevové poukazy.<sup>61</sup> Ve většině případů PSP nepřenechává jiným podnikatelům k dočasnému užívání pouze ono místo na webové stránce, ale také určité související služby, kterými jsou např. zákaznický servis, bankovní účet SP, e-mailová schránka SP či reklamační servis. Jiní podnikatelé tak sami komunikují se spotřebiteli, zasílají potvrzení o přijetí objednávky, jakož i zakoupený slevový poukaz či vyřizují reklamaci.<sup>62</sup> Jiní podnikatelé za takové přenechání věcí poskytují PSP úplatu.

Mezi PSP a jiným podnikatelem tak dochází k uzavření nájemní smlouvy, kterou zákonodárce obecně vymezuje v § 2201 OZ tak, že se nájemní smlouvou pronajímatel zavazuje přenechat nájemci věc k dočasnému užívání a nájemce se zavazuje platit za to pronajímateli nájemné. Uvedené ustanovení stanoví, že předmětem nájmu je věc, přičemž § 2202 odst.1 OZ specifikuje, že jí může být jakákoliv nemovitá věc a nezužitelná věc movitá. Věci v právním smyslu se dle § 489 OZ rozumí vše, co je rozdílné od osoby a slouží potřebě lidí. OP a související služby jako věci bez hmotné podstaty jsou ve smyslu § 496 odst. 2 OZ věci nehmotnými a ve smyslu § 498 odst. 2 a § 500 OZ nezužitelné věci movité.

Ze shora uvedeného plyne, že pojmovým znakem nájmu je úplatnost, kterou se v souladu s § 1722 OZ rozumí jakékoli plnění nájemce, které má majetkový charakter. Často se jedná o peněžitou částku, může jít ale také o naturální plnění. Nájemné sjednané v penězích se platí v ujednané výši, a není-li ujednána, platí se ve výši obvyklé v době uzavření nájemní smlouvy s přihlédnutím k nájemnému za nájem obdobných věcí za obdobných podmínek. Výši nájemného si strany mohou ujednat určitou částkou, dále způsobem výpočtu, tedy např. počtem členů týmu představující zákaznickou linku, přičemž nájemné se stanoví za jednoho člena. Nájemné proto

---

<sup>60</sup> MELZER: *Právní jednání a jeho výklad*....19 s.

<sup>61</sup> např. PSP Slevomat.cz, Pepa.cz

<sup>62</sup> VÍTOVÁ: *Ochrana spotřebitele na slevových portálech-omezená*... s. 159 -164.



může být určeno jak pevnou částkou pro celé období nájmu, tak může být ujednáno jako nájemné pružné, které se v průběhu trvání nájmu mění. Splatnost nájemného může být dohodnuta jednorázově za celou dobu nájmu, anebo v pravidelných intervalech. Nájemné se v souladu s §2218 OZ platí měsíčně pozadu, není-li ujednáno jinak.<sup>63</sup>

Nájem může být sjednán na dobu určitou, i dobu neurčitou. Nájem na dobu určitou si lze v daném případě představit jako nájem, v rámci kterého je užívání OP a souvisejících služeb omezeno dobou účinnosti samotné nabídky. Zánikem účinnosti nabídky, resp. uplynutím akceptační lhůty, sjednaný nájem skončí. Nájem na dobu určitou ovšem může být vymezen i delší dobou než jen účinností samotné nabídky. O nájem na dobu určitou půjde pravděpodobně tehdy, vstupuje-li PSP s daným podnikatelem do smluvního vztahu poprvé. Osvědčí-li se podnikatel jako řádný a poctivý, resp. plní-li své závazky, ať už ve vztahu k PSP, či spotřebiteli řádně a včas a jedná-li v právním styku poctivě, přistoupí PSP pravděpodobně k uzavření nájmu na dobu neurčitou. Samotný podnikatel k němu potom přistoupí tehdy, bude-li pro něj prodej slevových poukazů prostřednictvím SP přínosem, resp. bude-li efektivním nástrojem jeho reklamy, a taktéž osvědčí-li se PSP jako řádný a poctivý podnikatel. Pokud není ujednána doba, po kterou nájem trvá, anebo není ujednáno, kdy má nájem skončit, zákonodárce v § 2204 odst. 1 OZ stanoví nevyvratitelnou právní domněnku, že se jedná o nájem na dobu neurčitou.

V rovině teoretické se lze setkat s úvahou, že smluvní strany v souladu s §555 odst. 1 OZ, které stanoví, že se právní jednání posuzuje podle svého obsahu, uzavírají smlouvu o pachtu ve smyslu § 2332 odst. 1 OZ, dle kterého se pachtovní smlouvou propachtovatel zavazuje přenechat pachtýři věc k dočasnému užívání a požívání a pachtýř se zavazuje platit za to propachtovateli pachtovné nebo poskytnout poměrnou část výnosu z věci. Odst. 2 uvedeného ustanovení stanoví, že přenechá-li strana druhé smluvní straně jednou smlouvou více věcí, z nichž některé slouží k užívání a jiné k požívání, posoudí se smlouva podle povahy hlavní věci.<sup>64</sup>

Jak již bylo uvedeno, PSP jinému podnikateli většinou přenechává k dočasnému užívání, příp. požívání nejen OP, ale také související služby. Předpokládáme-li, že jsou tyto věci podnikateli přenechány jednou smlouvou, musíme posuzovat povahu této smlouvy podle povahy hlavní věci, resp. podle povahy obchodní platformy.

Zatímco hlavním účelem nájmu je prosté užívání věci, v rámci kterého se na straně uživatele nepředpokládá jakékoli její obdělávání, hlavním účelem a pojmovým znakem pachtu je právě ono obdělávání věci, resp. působení na věc vlastní pílí a přičiněním za účelem získání plodů či jiných

---

<sup>63</sup> BEZOUŠKA, Petr. In HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník VI...*s. 284.

<sup>64</sup> VÍTOVÁ: The nature of the legal relationship between the consumer...s. 761 - 768.

užitků, které lze považovat podle pravidel řádného hospodaření za výnos propachtované věci.<sup>65</sup> U propachtované věci se proto předpokládá způsobilost nést plody a užitky. Zákonodárce plody a užitky vymezuje v § 491 OZ, které stanoví, že plod je to, co věc pravidelně poskytuje ze své přirozené povahy, jak je dáno jejím obvyklým účelovým určením a přiměřeně k němu, ať s přičiněním člověka nebo bez něho. Užitky jsou potom to, co věc pravidelně poskytuje ze své právní povahy.

Základní odlišnost uvedených institutů je tedy spatřována v jejich rozdílné hospodářské funkci, resp. ve způsobu užívání přenechávané věci. Aby se jednalo o pachtovní smlouvu, musela by OP být věcí, která je způsobilá nést plody a užitky a jiný podnikatel by ji musel obhospodařovat tak, aby mu přinášela určitý výnos. Autor má za to, že tyto základní požadavky naplněny nejsou, neboť slevový portál, jehož součástí jsou jednotlivé obchodní platformy, spravuje a provozuje samotný PSP, nikoli jiný podnikatel. OP není věcí plodonosnou, ani věcí způsobilou nést užitky, resp. není způsobilá být předmětem pachtovní smlouvy. OP je autorem vnímána pouze jako věc, resp. místo, které podnikatel užívá k prodeji daného zboží či služby. Samotný výnos jinému podnikateli přináší až prodej nabízeného zboží/slужby, resp. slevového poukazu, nikoli samotná OP. Neprodá-li podnikatel zboží či službu, nemá žádný zisk.

### **2.3 Právní regulace smlouvy ve prospěch třetího a její aplikace na danou problematiku**

Mezi PSP a jinými podnikateli také, v závislosti na předmětu plnění, dochází k uzavření určitého smluvního typu<sup>66</sup>, resp. přímé smlouvy s ujednáním, že jiný podnikatel je povinen plnit spotřebiteli jako třetí osobě namísto PSP jako smluvní straně. PSP v takovém případě u jiného podnikatele objedná určité zboží/slужbu/zájezd (dále jen předmět plnění), zaplatí za něj dohodnutou cenu a následně tento předmět plnění nabízí k prodeji na svém portálu, přičemž jím nabízený předmět plnění se nachází u jiného podnikatele, který je povinen tento po uplatnění zakoupeného slevového poukazu spotřebiteli vydat/poskytnout.<sup>67</sup> PSP jako věřitel a jiný podnikatel jako dlužník tak uzavírají smlouvu ve prospěch třetího ve smyslu § 1767 odst. 1 OZ, dle kterého, má-li podle smlouvy dlužník plnit třetí osobě, může věřitel požadovat, aby ji dlužník splnil.

Jak uvádí Hulmák: „*Ujednání o plnění třetí osobě je zvláštním ujednáním, které přistupuje k hlavní smlouvě, která se tak stává smlouvou ve prospěch třetího.*“ Ujednání o plnění ve prospěch třetí osoby tedy

---

<sup>65</sup> KABELKOVÁ, Jana. In KABELKOVÁ, Eva. DEJLOVÁ, Hana. Nájem a pacht v novém občanském zákoníku (2201 - 2357). *Komentář*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2014. s. 456.

<sup>66</sup> zejm. kupní smlouvy, smlouva příkazní, smlouvy o zájezdu

<sup>67</sup> PSP v tomto případě vystupuje ve vztahu ke spotřebiteli jako prodávající.

předpokládá platnou hlavní smlouvu, přičemž třetí osoba nemusí být ve smlouvě individuálně určena, stačí, že je vymezena takovými znaky, aby byla následně určitelná.<sup>68</sup> Spotřebitel tak bude ve smlouvě zpravidla vymezen jako osoba, která jinému podnikateli předloží slevový poukaz s unikátním kódem vydaný daným SP.

Ze smlouvy ve prospěch třetího nemusí být zjevný důvod, pro který má dlužník třetí osobě plnit. V daném případě půjde o splnění dluhu PSP vůči spotřebiteli, přičemž jejich smluvní vztah nebude mít žádný vliv na smlouvu ve prospěch třetího. Vztah PSP a jiného podnikatele je dán obsahem hlavní smlouvy a ujednáním o plnění ve prospěch třetí osoby. Tímto ujednáním bude povinnost podnikatele plnit spotřebiteli, který u něj uplatní daný slevový poukaz vydaný PSP. PSP má tedy právo na to, aby tomuto spotřebiteli bylo plněno. Vůči danému podnikateli se proto může domáhat pouze uložení povinnosti plnit ve prospěch třetí osoby.

Spotřebitel je ve smyslu § 1767 odst. 1 OZ oprávněn k přijetí plnění. Zda a kdy spotřebiteli vznikne přímé právo na plnění se posoudí v souladu s § 1767 odst. 2 věty první OZ podle obsahu, povahy a účelu smlouvy. Druhá věta stanoví vyvratitelnou právní domněnku, že třetí osoba takové právo nabyла, má-li být plnění hlavně ku prospěchu právě jí. „Plnění je ku prospěchu právě třetí osoby, jestliže z okolností, za nichž je smlouva uzavírána a které jsou zjevné oběma stranám, vyplývá, že třetí osoba má získat právo k plnění, např. stane se jeho vlastníkem, uživatelem, nikoliv pouhým příjemcem.“<sup>69</sup> Autor má za to, že již ze samotného účelu smlouvy vyplývá, že spotřebiteli vzniká přímé právo na plnění, přičemž otázka okamžiku vzniku toho práva záleží na tom, jak si jej smluvní strany ujednají. Pravděpodobně vznikne okamžikem akceptace slevového poukazu.<sup>70</sup>

Skutečnost, že je smlouva uzavřena ve prospěch třetího ovšem neznamená, že spotřebiteli musí vzniknout právo na bezúplatné plnění od dlužníka. Smlouvu ve prospěch třetího je možné ujednat i tak, že třetí osoba musí za plnění dlužníka poskytnout úplatu. K této situaci může dojít v případě, kdy si PSP u jiného podnikatele koupí pouze určitou slevu na zboží/službu/zájezd a tuto nabízí na SP. Spotřebitel si nabízenou slevu koupí, a poté ji uplatní u jiného podnikatele, který mu předmět plnění, na který se sleva vztahuje prodá/poskytne se smluvenou slevou, či s jinak dohodnutou výhodou. Poskytnutí úplaty třetí osobou může být také sjednáno jako podmínka vzniku práva na plnění. V takovém případě třetí osobě nevzniká povinnost úplatu poskytnout. Ovšem nesplní-li ji, nezíská právo na plnění.<sup>71</sup>

---

<sup>68</sup> HULMÁK: In HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník*...s. 237.

<sup>69</sup> Tamtéž... s. 239.

<sup>70</sup> viz. Kapitola IV.

<sup>71</sup> DOHNAL, GALVAS, OLIVA: *Obchodní smlouvy*...204 s.

Není-li ujednáno jinak, má PSP do okamžiku, kdy spotřebitel nabyde přímé právo na plnění, plná práva smluvní strany. Tzn., že PSP může závazek ze smlouvy ve prospěch třetího měnit, rušit, příp. svou pohledávku postoupit, dluh prominout nebo od smlouvy odstoupit, či smluvní vztah vypovědět. V okamžiku, kdy spotřebitel získává přímé právo na plnění, PSP ztrácí toto dispoziční oprávnění v rozsahu, v jakém by se to dotklo práva spotřebitele a také přímé právo na plnění, není-li ujednáno jinak.

### 3 Problematické aspekty při určení kontrahenta spotřebitele

Třebaže se může zdát, že s ohledem na daný smluvní typ, který PSP s jinými podnikateli uzavírá, nemůže být sporu o tom, s kým spotřebitel do smluvního vztahu vstupuje, toto zdání vyvrací skutečnost, že spotřebitel do smluvního vztahu mezi PSP a konkrétním jiným podnikatelem nevidí, resp. že mu nejsou známa vzájemná práva a povinnosti těchto smluvních stran a způsob, jakým PSP své právní postavení vůči spotřebitelům prezentuje, resp. způsob, jakým svou vůli na SP projevuje, často ve spotřebiteli vyvolává nejistotu, či mylnou představu o tom, s kým daný smluvní vztah vlastně uzavírá.

#### 3.1 Projev vůle provozovatelů slevových portálů na slevových portálech

PSP se dle VOP převážně staví do role zprostředkovatele, který nenese žádnou odpovědnost za splnění povinností ze zprostředkované smlouvy, ani odpovědnost za případnou škodu vzniklou spotřebiteli na základě nebo v souvislosti se zprostředkovanou smlouvou. PSP stavějící se zároveň do role pronajímatele OP a souvisejících služeb navíc nenese odpovědnost za úplnost, přesnost, pravdivost a případnou závadnost obsahu, či vzhledu materiálů, které jsou zveřejňovány jinými podnikateli na pronajaté OP. Tito PSP neodpovídají ani za případné nekalosoutěžní jednání jiného podnikatele prostřednictvím pronajaté OP. Odpovědnosti za úplnost a správnost údajů o nabízených zbožích a službách se ovšem nevyhýbají pouze PSP vystupující jako zprostředkovatelé a pronajímatelé zároveň, ale také PSP vystupující pouze jako zprostředkovatelé, když uvádí, že tyto údaje zveřejňují v podobě, v jaké je obdrží od jiného podnikatele.<sup>72</sup> Spotřebitelé tak dle VOP do žádného právního vztahu s PSP nevstupují a práva a povinnosti v rámci sjednané smlouvy jim vznikají přímo vůči konkrétnímu jinému podnikateli, jako druhé smluvní straně.

Podíváme-li se však na samotné SP, resp. na informace týkající se samotného prodeje a služeb s ním souvisejících, najdeme zde sdělení typu: „*Každý den vám **přinášíme** více než 50 časově omezených akcí z celého Česka. **Náš portál** denně **nabízí** nejružnější služby a produkty pro vaše město a okolí. **Nakupujete u nás** vouchery na služby nebo zboží různých obchodů. Až k **nám** platba dorazí, **pošleme** vám e-mail s odkazem na voucher. Voucher je přenosný a může jej **uplatnit** kdokoli. Voucher tedy můžete **koupit** i jako dárek. Zboží vám zasílá přímo daný obchod, o každém kroku objednávky a expedice vás **informujeme** my. Aby vám **naše** nové nabídky chodily opět do složky „Doručené“, postupujte podle návodu vpravo. K nákupu u dané nabídky stačí kliknout na zelené tlačítko **„Koupit za“**, zadat váš e-mail a vybrat, jakým způsobem*

---

<sup>72</sup> např. PSP Slevomat.cz, PSP Hyperslevy.cz, PSP Pepa.cz

zaplatíte. Platit můžete kartou online, bankovním převodem, na **naší prodejně** nebo hotově na kterékoli pobočce MONETA Money bank.<sup>73</sup>

PSP také poskytují tzv. garanci spokojenosti, kterou mohou spotřebitelé v případě vadného, či neposkytnutého plnění, anebo v případě odstoupení od smlouvy u PSP uplatnit a ti spotřebitelům, za splnění určitých podmínek vrátí peníze, většinou ve formě tzv. kreditů na účet daného SP, které mohou využít na příští nákup. Například PSP Slevomat.cz, který vystupuje jako zprostředkovatel i pronajímatel OP a souvisejících služeb v rámci GS uvádí: „V případě nespokojenosti se zakoupenou nabídkou vám jednoduše vrátíme zaplacenou částku nebo její část zpět na Slevomat.cz účet v kreditech. Stačí napsat na [podpora@slevomat.cz](mailto:podpora@slevomat.cz) nebo zavolat na naši zákaznickou linku a my vám ochotně pomůžeme s řešením jakékoliv situace.“<sup>74</sup> PSP Pepa.cz vystupující taktéž jako zprostředkovatel a pronajímatel zase uvádí: „Reklamací nám prosím oznámte na e-mailu [podpora@pepa.cz](mailto:podpora@pepa.cz), kterou akceptujeme při jejím oznámení nejpozději do 2 měsíců od skončení slevového kuponu. Pokud to bude jen trochu možné, vyjdeme Vám vstříc. Naše možnosti však nejsou neomezené. Čím dříve se o problému dozvíme, tím lépe se nám ho podaří vyřešit.“<sup>75</sup> V neposlední řadě PSP Slevadne.cz stavící se do role zprostředkovatele uvádí: „Každá sleva na SlevaDne je prověřena našim týmem a ručíme za ni 100% garancí spokojenosti. V případě nespokojenosti vám vrátíme peníze. Reklamace řešíme do 24 hodin.“<sup>76</sup>

Jak ostatně vyplývá z uvedených sdělení, veškeré úkony týkající se samotného prodeje a služeb s ním souvisejících jsou činěny samotnými PSP. Po učinění objednávky zboží/služby, zasílá spotřebiteli elektronickou poštou potvrzení o jejím přijetí, případně i informace o její expedici (v případě objednávky zboží) PSP, nikoliv jiný podnikatel. Spotřebitel je povinen uhradit cenu slevového poukazu na účet daného SP, příp. na jeho prodejně, nikoliv na účet, či prodejně jiného podnikatele. Po připsání platby na účet SP, příp. obdržení peněžité částky v hotovosti na prodejně daného SP, je zakoupený slevový poukaz spotřebiteli zasílán taktéž PSP, nikoliv jiným podnikatelem. V případě uplatnění garance spokojenosti a jejím uznání zasílá spotřebiteli peníze zpět rovněž PSP, nikoliv jiný podnikatel. Spotřebitel má také možnost obrátit se v případě dotazu ohledně nabídek, objednávky, stížnosti či reklamace na tzv. zákaznickou podporu, kterou představuje tým lidí sestavený z řad zaměstnanců daného SP, nikoliv jiného podnikatele.

Autor má za to, že takto projevená vůle vyvolává pochybnosti o tom, co chtěl PSP přesně vyjádřit a jaké právní následky má jeho projev vůle vyvolat, resp. zda má jít o přímou nabídku

---

<sup>73</sup> VÍTOVÁ: The nature of the legal relationship between the consumer...s. 761 - 768, viz. <https://www.slevadne.cz>, <https://www.slevomat.cz/praha>, <http://www.hyperslevy.cz>, <http://www.pepa.cz>

<sup>74</sup> viz. <http://www.slevomat.cz/kontakt>

<sup>75</sup> viz. <http://www.pepa.cz/podminky-reklamace-voucheru>

<sup>76</sup> viz. <http://www.slevadne.cz/jak-to-funguje>

slevového poukazu samotného PSP, kdy tento vystupuje jako prodávající a uzavírá tak se spotřebitelem přímou smlouvu anebo o nabídku slevového poukazu jiných podnikatelů, kdy PSP vystupuje jasně či zastřeně jako zprostředkovatel či zprostředkovatel a pronajímatel OP a souvisejících služeb zároveň a spotřebitel tak uzavírá zprostředkovávanou či přímou smlouvu s jiným podnikatelem.

Lavický uvádí, že tyto pochybnosti vznikají tehdy, pokud je účastníky projevená vůle nejasná, nejednoznačná či obtížně srozumitelná, přičemž o tuto situaci půjde nejen tehdy, jsou-li v právním jednání nejednoznačně vyjádřeny jednotlivé pojmy, výrazy či jednotlivá ujednání, ale také tehdy, pokud jsou jednotlivé pojmy, výrazy či ujednání samy o sobě vyjádřeny jednoznačně, avšak odporují jiným pojmům, výrazům či ujednáním obsaženým ve stejném právním jednání.<sup>77</sup> Tak tomu je v uvedeném případě, kdy jednotlivá sdělení učiněná na SP jsou samy o sobě vyjádřena jednoznačně, avšak odporují ujednáním obsaženým ve VOP.<sup>78</sup> V této souvislosti je třeba uvést, že přestože se v případě jednotlivých sdělení učiněných vůči spotřebiteli na SP nejedná o právní jednání ve smyslu § 545 OZ, dle kterého právní jednání vyvolává právní následky, které jsou v něm vyjádřeny, jakož i právní následky plynoucí ze zákona, dobrých mravů, zvyklostí a zavedené praxe stran, je potřeba obsah těchto sdělení vykládat obdobně, tedy podle § 555 a nasl. OZ.<sup>79</sup>

### 3.2 Interpretace právního jednání na slevových portálech

Abychom spolehlivě určili kontrahenta spotřebitele, resp. abychom spotřebiteli poskytli náležitou právní ochranu, musíme tento nedostatek týkající se určitosti projevu vůle odstranit. K určení obsahu právního jednání<sup>80</sup> na základě účastníky projevené vůle nám pomůže interpretace právního jednání, kterou se rozumí rozumová činnost směřující k poznání, jaké právní následky vůle účastníků vyjádřená slovy či konkludentním jednáním působí.<sup>81</sup>

Interpretační pravidlo je v právní úpravě vymezeno v § 556 odst. 1 OZ, dle kterého co je vyjádřeno slovy nebo jinak, vyloží se podle úmyslu jednajícího, byl-li takový úmysl druhé straně znám, anebo musela-li o něm vědět. Nelze-li zjistit úmysl jednajícího, přisuzuje se projevu vůle význam, jaký by mu zpravidla přikládala osoba v postavení toho, jemuž je projev vůle určen. „Jedná

---

<sup>77</sup> LAVICKÝ, Petr. In HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník I. Obecná část (§1-654). Komentář*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2014, s. 1989 - 1999.

<sup>78</sup> Na základě uvedených sdělení autor nabývá dojmu, že smluvní stranou spotřebitele je samotný PSP. Jednotlivá sdělení si tak dle autora vzájemně odporují s ujednáními uvedenými ve VOP, dle kterých je smluvní stranou spotřebitele jiný podnikatel.

<sup>79</sup> HULMÁK: In HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník V...s.* 410.

<sup>80</sup> Obsahem právního jednání se rozumí určení právních následků, které jednání vyvolává, tj. určení, na která subjektivní práva či povinnosti se právní jednání vztahuje a jakým způsobem na ně působí.

<sup>81</sup> LAVICKÝ: In HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník I. ...s.* 1989.

*se tedy o adresované právní jednání ve srozumění (věta první) nebo bez srozumění (věta druhá) s adresátem, přičemž adresátem je zde vždy spotřebitel, jemuž je nabídka adresována.*<sup>82</sup>

Ve druhém odstavci uvedeného ustanovení zákonodárce staví právní relevanci některých skutečností, které je třeba při výkladu právního jednání zohlednit. Ustanovení § 556 odst. 2 OZ stanoví, že při výkladu projevu vůle se přihlédne k praxi zavedené mezi stranami v právním styku, k tomu, co právnímu jednání předcházelo, i k tomu, jak strany následně daly najevo, jaký obsah a význam právnímu jednání přiřkládají. Tento výčet ovšem není taxativní, pouze doplňuje pravidla obsažená v prvním odstavci. Zákonodárce tak nijak neomezuje okolnosti, ke kterým je nutno při zjišťování obsahu právního jednání přihlédnout.<sup>83</sup>

### **3.2.1 Empirický výklad**

V souladu s prioritou principu autonomie vůle se tedy nejprve musíme zabývat vnitřní vůlí PSP, resp. jeho skutečnou vůlí ve smyslu teorie vůle, tedy tím, co se jeví jako skutečná vůle jednajícího ze všech možných okolností, z nichž lze na tuto vůli usuzovat. Skutečnou vůlí stran zjišťujeme k okamžiku, kdy byl projev vůle učiněn, resp. k okamžiku jeho perfekce.<sup>84</sup> Ptáme se tedy, zda je smysl a význam, který se svým jednáním PSP spojuje seznatelný i pro daného spotřebitele, resp. zda je spotřebiteli již od samého počátku jasné, že smlouvu neuzavírá s PSP, ale s jiným podnikatelem, přičemž důležitá je v tomto směru transparentnost smluvních ujednání, resp. jednotlivých sdělení učiněných vůči spotřebiteli. Zabýváme se tedy vzájemným vztahem skutečné vůle PSP a objektivním významem jeho jednání.

Skutečnou vůlí jednajícího zjišťujeme pomoci empirického výkladu, který je realizován prostřednictvím jednoduchého subjektivního výkladu, subjektivně teologického výkladu a nepravého subjektivního výkladu. Při jednoduchém subjektivním výkladu musíme zkoumat, jakou právní regulaci jednající skutečně chtěl, resp. chtěli. Hledáme tak explicitní vyjádření jednajícího ohledně výkladové otázky. V rámci tohoto výkladu je nasnadě rovněž zohlednit následnou autentickou interpretaci smlouvy, kdy smluvní strany samy následně určitým způsobem interpretují svá právní jednání, tedy dávají najevo jaký obsah a význam právnímu jednání přiřkládají. To ostatně stanovuje již uvedený § 556 odst. 2 OZ.<sup>85</sup>

Nelze-li zjistit skutečnou vůlí explicitním vyjádřením jednajícího (o obsahu a významu právního jednání), musíme přikročit k subjektivně teologickému, příp. k nepravému subjektivnímu výkladu. Na základě subjektivně teologického výkladu se na skutečnou vůlí jednajícího usuzuje ze

---

<sup>82</sup> VÍTOVÁ: Ochrana spotřebitele na slevových portálech—omezená ...s. 259 - 264.

<sup>83</sup> MELZER: In MELZER Filip a kol. *Občanský zákoník. Obecná část...* s. 585.

<sup>84</sup> MELZER: *Právní jednání a jeho výklad...* s. 112.

<sup>85</sup> MELZER: In MELZER Filip a kol. *Občanský zákoník. Obecná část...* s. 604.



známého skutečného účelu smlouvy (tedy přímý prodej anebo zprostředkovaný prodej). U adresovaného právního jednání činěnému ve srozumění je relevantním účel, který strany shodně anebo ve vzájemném srozumění sledovaly k dosažení určitého cíle. „*Právně významným účelem smlouvy je takový účel, který sledují všichni účastníci smlouvy anebo jej sleduje pouze některý z účastníků, ostatní však o tomto cíli vědí nebo jej z okolností, ze kterých ke smluvnímu jednání dochází, musejí předpokládat.*“ Pokud se vychází z účelu, s kterým jsou strany alespoň srozuměny, odpovídá toto pojetí empirickému výkladu. Pokud však jde o účel, který strany jen musí předpokládat, jedná se již o výklad normativní.<sup>87</sup> Společný úmysl stran týkající se významu právního jednání tak bude mít přednost před samotným zněním smlouvy, jakož i před doslovným, či objektivním významem použitých slov, a dojde-li k rozporu mezi formálním projevem a společným úmyslem, musí dostat přednost právě společný úmysl stran.<sup>88</sup> Má-li tedy spotřebitel za to, že je PSP v daném případě pouze zprostředkovatelem, příp. i pronajímatelem nikoli jeho kontrahentem, musí objektivní význam právního jednání PSP<sup>89</sup> ustoupit jejich společnému úmyslu. V takovém případě spotřebitel vstupuje do smluvního vztahu s jiným podnikatelem, který je spotřebitelovým dlužníkem co do poskytnutí služby či dodání zboží a věřitelem co do obdržení kupní ceny/odměny. PSP tak poskytuje pouze prostor pro uzavření dané smlouvy.

Na skutečnou vůli jednáícího je však možné usuzovat i z jiných skutečností než jen ze známého účelu právního jednání, resp. ze skutečností, z kterých lze jakýmkoli prostředkem nevzbuzujícím pochybnosti skutečnou vůli dovodit. V tomto případě hovoříme o tzv. nepravém subjektivním výkladu. Vycházíme tedy ze všech okolností, které nám něco nasvědčují o vůli PSP, které jsou v době výkladu k dispozici. Musíme tedy zohlednit VOP SP, VOP jiných podnikatelů, jednotlivá sdělení učiněná na SP, použité výrazy v jednotlivých sdělení, poskytovanou GS, komunikaci prostřednictvím zákaznické podpory, existenci plné moci v případě zástupčího oprávnění, princip právní jistoty, ze kterého vyplývá, že každému musí být zřejmé, s kým právně jedná, resp. při uzavírání smluv musí být každé ze smluvních stran zřejmé, kdo je jejím kontrahentem, dále předchozí jednání stran, následné jednání stran, zkušenosti spotřebitele s nákupem na SP, informovanost daného spotřebitele.

Na základě shora uvedeného způsobu, jakým svou vůli PSP na SP projevuje<sup>90</sup>, lze mít za to, že skutečnou vůli PSP v rámci nepravého subjektivního výkladu zjistit nelze, resp. že úmysl PSP

---

<sup>86</sup> Tamtéž s. 601.

<sup>87</sup> Tamtéž s. 603.

<sup>88</sup> MELZER: In MELZER Filip a kol. *Občanský zákoník...* s. 588.

<sup>89</sup> Za předpokladu, že projev vůle objektivně vyvolává dojem, že kontrahentem spotřebitele je PSP.

<sup>90</sup> viz. kap. 3.1

spotřebiteli při nákupu na SP není znám. Spotřebitel o úmyslu PSP nemůže ani vědět, když Lavický uvádí že: „*O situaci, kdy druhá strana o úmyslu jednajícího musela vědět, jde tehdy, pokud byl takový úmysl poznatelný z okolností, za kterých bylo jednání učiněno.*”<sup>91</sup> Uvedená sdělení, která jsou činěna na SP, který spravuje a provozuje samotný PSP, a přes který je samotný nákup realizován, vyvolávají dojem, že smluvní stranou spotřebitele je samotný PSP. V tom spotřebitele utvrzuje již zmiňovaná skutečnost, že veškeré úkony týkající se samotného prodeje a služeb s ním souvisejících jsou činěny samotným PSP, a to jak před uzavřením dané smlouvy např. v podobě komunikace prostřednictvím zákaznické linky, zasílání pokynu k platbě ceny slevového poukazu, tak po uzavření dané smlouvy např. v podobě zasílání zakoupeného slevového poukazu apod. Naproti tomu PSP ve svých VOP tvrdí, že vystupuje pouze jako zprostředkovatel, příp. i přímý zástupce či pronajímatel OP a souvisejících služeb. Autor má tedy za to, že skutečná vůle PSP a objektivní význam jeho jednání nejsou v souladu.

Zvláštní pozornost je třeba věnovat poskytované garanci spokojenosti (dále jen GS), u které otázka, zda jednotlivá sdělení učiněná v jejím rámci odporují ujednáním ve VOP SP či nikoli, může být poněkud diskutabilní. GS poskytovaná PSP je v právní praxi vnímána převážně jako doplněk k zákonným právům každého spotřebitele, přičemž podmínky si každý podnikatel stanovuje sám. Je na ni nazíráno jako na institut, který funguje podobně jako reklamace, jen je nabízena samotným PSP jako zprostředkovatelem, nikoliv jiným podnikatelem. Na rozdíl od běžné reklamace zde nemusí např. platit lhůty pro její vyřízení. Naopak uplatnění náhrady z garančního programu může být podmíněno včasným podáním stížnosti, přesným postupem nebo určitým potvrzením. Touto službou se jednotliví PSP snaží odlišit od ostatních a pěstovat důvěru zákazníků.<sup>92</sup> Mgr. Matěj Vácha z advokátní kanceláře Pelikán Krofta Kohoutek s. r. o., uvádí že: „*Slevový portál nenese v žádném případě právní odpovědnost za služby či činnost poskytovatele. Servery garantující spokojenost z vlastní kapsy se zavazují zákazníkovi vrátit peníze a dále již vyřešit situaci s poskytovatelem v rámci smluvního vztahu, případně soudní cestou. Tento způsob garance je poskytovanou službou ze strany slevového portálu, a je tudíž vymahatelná.*”<sup>93</sup>

Přistoupíme-li na toto pojetí GS, můžeme říci, že má tato svůj vlastní význam, který jí přiřazují PSP. Dle názoru autora však jeho nalezení vyžaduje pro spotřebitele průměrného rozumu nepřiměřenou kognitivní zátěž, příp. nepřiměřeně rozsáhlé vyhledávání dodatečných informací, neboť je tento seznatelný jen s odbornými znalostmi z oblasti právní a ekonomické.

---

<sup>91</sup> LAVICKÝ: In HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník I...*s. 1991.

<sup>92</sup> *Právo: Nákupy na slevových portálech* [online]. dTest o. p. s., 2. června 2016 [cit. 17. ledna 2017]. Dostupné na <https://www.dtest.cz/clanek-5106/pravo-nakupy-na-slevovych-portalech>

<sup>93</sup> HUSTÁK, Jan. *Trendy ve slevovém marketingu* [online]. zpravy.e15.cz, 25. října 2012 [cit. 25. října 2012]. Dostupné na <http://zpravy.e15.cz/byznys/pravo-byznys/trendy-ve-slevovem-marketingu-926297>

Hulmák uvádí, že sdělení musí být v souladu s ustanoveními § 4 odst. 1, § 1800 odst. 1 a § 1810 OZ srozumitelné člověku průměrného rozumu, resp. průměrnému spotřebiteli<sup>94</sup>. To znamená, že musí být formulováno tak, aby byl jeho obsah pochopitelný bez složitých výkladových prostředků, či zvláštních odborných znalostí.<sup>95</sup> Autor se tak domnívá, že obsah poskytované GS není transparentní ve smyslu § 1811 odst. 1 OZ a pro spotřebitele smysl a význam, který jí PSP přiřazuje, tak není v souladu s § 556 odst. 1 věty první OZ seznatelný.<sup>96</sup> Jak uvádí Vítová: „*Není-li některé ujednání transparentní, pak se především spotřebitel nemůže kvalifikovaně rozhodnout a neuzavírá tak smlouvu s určitou vůlí, resp. jeho vůle směřuje ke něčemu jinému.*“ V dané otázce tak může vůle spotřebitele za spolupůsobení výše uvedených okolností směřovat k uzavření smluvního vztahu s PSP jako smluvní stranou, není-li spotřebiteli význam GS, který jí PSP přiřazuje znám.

### **3.2.1.1 Argumenty provozovatelů slevových portálů**

V souvislosti s tvrzením, že z uvedeného projevu vůle nelze na skutečnou vůli PSP usuzovat, PSP na svou obranu často uvádí, že jednájí na základě dohody o zastoupení jako přímí zástupci jiných podnikatelů<sup>97</sup>, resp. jejich jménem a na jejich účet, a tudíž jsou k uvedeným úkonům oprávnění, byť jsou pouze zprostředkovateli. Jednáním na účet zastoupeného se rozumí, že právní následky jednání zástupce se přímo přičítají zastoupenému, tedy že práva a povinnosti plynoucí ze smlouvy uzavřené PSP vznikají jinému konkrétnímu podnikateli, přičemž tyto nastanou u jiného podnikatele bezprostředně, tzn. že u PSP netrvají ani tzv. logickou sekundu. Jednání jménem zastoupeného znamená, že jednající projevuje navenek vůli, aby právní následky jeho jednání vznikly přímo u zastoupeného.<sup>98</sup> Podle ustálené judikatury NS „*je zastoupení přímé tehdy, když třetí osoba ví, resp. z okolností musí vědět, že s ní jednající subjekt jedná za jiného, že smluvní stranou je osoba jiná, a že jednání je vedeno se zástupcem – zmocněncem.*“<sup>99</sup> Má-li tedy být kontrahentem spotřebitele jiná osoba (jiný podnikatel), než se kterou skutečně jedná (PSP), je třeba, aby mu byla tato skutečnost při uzavření smlouvy zřejmá. Tato skutečnost je patrná zejména z obsahu jeho právního jednání.

---

<sup>94</sup> Koncept průměrného spotřebitele byl vytvořen soudním dvorem EU. Jedná se o spotřebitele, o kterém lze důvodně předpokládat, že je běžně informovaný, přiměřeně pozorný a obezřetný. Objevuje se však myšlenka, zda tento ukazatel průměrného spotřebitele není nastaven pro mnoho případů příliš vysoko. Inspiraci pro nový, realitě více odpovídající koncept, můžeme dle Sdružení českých spotřebitelů čerpat za hranicemi Evropy. Konkrétně v Kanadě, kdy NS ve svém rozhodnutí uvedl, že průměrný spotřebitel je osoba, která je důvěřivá a nezkušená a při prvním přímém kontaktu s reklamou jako celkem nevěnuje příliš pozornosti tomu, co se jí nabízí. DUPAL, Libor. *Zranitelný spotřebitel-kdo to je, jak ho chránit?* 1. vydání. Praha: Sdružení českých spotřebitelů; Kabinet pro standardizaci, 2015, s. 4.

<sup>95</sup> HULMÁK: In HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník V*...s. 350.

<sup>96</sup> VÍTOVÁ: *Nepřiměřená ujednání* ... s 48.

<sup>97</sup> VÍTOVÁ: The nature of the legal relationship...s. 767.

<sup>98</sup> MELZER: In MELZER, Filip a kol. *Občanský zákoník*...s. 47.

<sup>99</sup> rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 16. listopadu 2001, sp. zn. 33 Odo 706/2001, rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 12. listopadu 2008, sp. zn. 28 Cdo 2713/2008

Obsahem projevu vůle PSP proto musí být vůle jednat jménem jiného podnikatele, přičemž tato může být vyjádřena explicitně nebo může vyplývat z okolností.<sup>100</sup> I zde je tedy nutné mít na paměti zásadu transparentnosti.

Vůli PSP jednat jménem a na účet jiného podnikatele taktéž zjišťujeme výkladem jeho jednání podle obecných pravidel o výkladu právního jednání § 555 a násl. OZ. Nelze-li tuto vůli v souladu s § 556 odst. 1 věty první OZ dovést, resp. nedá-li ji PSP dostatečně najevo, platí, že je z daného právního jednání zavázán sám. To ostatně vyplývá z § 436 odst. 1 OZ, dle kterého, kdo je oprávněn jednat jménem jiného, je jeho zástupcem; ze zastoupení vznikají práva a povinnosti přímo zastoupenému. Není-li zřejmé, že někdo jedná za jiného, platí, že jedná vlastním jménem. Lavický a kol. uvádí, že jednající v takovém případě jedná vlastním jménem a na svůj účet, resp. jako nepřímý zástupce.<sup>101</sup> Melzer zase uvádí, že záleží na smluvním vztahu mezi zástupcem a zastoupeným, zda je třeba případ hodnotit jako nepřímé zastoupení.<sup>102</sup> Vzhledem k tomu, že z uvedeného způsobu projevu vůle nelze seznat, že je jednání vedeno PSP jako zástupcem jiného podnikatele, musí PSP v souladu s principem poctivosti strpět výklad svého jednání tak, jak se jeví jeho adresátovi, resp. spotřebiteli, tedy tak, že je z daného jednání zavázán sám.

PSP na svou obranu také uvádí, že spotřebitel před dokončením objednávky zboží či služby souhlasí jak se VOP PSP, tak se VOP jiného podnikatele, ze kterých jasně vyplývá, že PSP je pouze zprostředkovatelem, příp. i přímým zástupcem jiného podnikatele či pronajímatelem OP a souvisejících služeb, resp. že kontrahentem spotřebitele je konkrétní prodávající zboží či poskytovatel služby, a tudíž zde pro přisuzování jiného významu, než jaký projevené vůli přikládá PSP není prostor.

Vítová k této otázce uvádí, že obchodní podmínky jiných podnikatelů jsou ve většině případů standardizované a psané samotnými PSP.<sup>103</sup> Autor zabývající se danou otázkou náhodně vybral na [www.Slevomatu.cz](http://www.Slevomatu.cz) 5 rozličných nabídek od různých jiných podnikatelů a zabýval se jejich obchodními podmínkami. Konkrétně šlo o společnost Elite European Spa. s.r.o. nabízející hodinovou masáž, NCV trade s.r.o. nabízející kosmetické úpravy, Aga24 s.r.o. nabízející ponožky Pierre Cardin, CK ČESKÉ KORMIDLO s.r.o. nabízející zájezd do Alp a konečně obchodní společnost Michal Hromada nabízející korejské masky zn. Pilaten. Ve všech uvedených případech

---

<sup>100</sup> MELZER: In MELZER, Filip a kol. *Občanský zákoník*... s. 47.

<sup>101</sup> Nepřímý zástupce také jedná na účet zastoupeného, avšak jménem zástupce. Zástupce neprojevuje vůli, aby právní následky jednání nastaly u jiného, platí tedy, že vznikají přímo jemu. Více MELZER: In MELZER FILIP a kol. *Občanský zákoník*... s. 40.

<sup>102</sup> Tamtéž

<sup>103</sup> VÍTOVÁ: The nature of the legal relationship...s. 766.

autor dospěl k závěru, že obchodní podmínky každé jedné obchodní společnosti jsou včetně data nabytí jejich účinnosti naprosto totožné, vyjímaje názvu společnosti a jejich základních údajů. Autor se tedy ztotožňuje s tvrzením Vítové, že obchodní podmínky jiných podnikatelů, s kterými spotřebitel před dokončením objednávky musí souhlasit, jsou ve většině případů standardizované a psané samotnými PSP. Po dokončení objednávky, konkr. obličejové masky korejské zn. Pilaten, a obdržení zakoupeného poukazu, měl autor navíc možnost seznámit se již s jinými obchodními podmínkami,<sup>104</sup> patřícími dodavateli Hromadovi<sup>105</sup>. Na tyto obchodní podmínky bylo odkázáno ve spodní části zakoupeného slevového poukazu.

Na základě uvedených skutečností autor nabývá dojmu, že se PSP snaží tímto způsobem projevu vůle vyhnout odpovědnosti, která mu plyne z uzavřené smlouvy se spotřebitelem, resp. že nejedná poctivě ve smyslu § 6 odst.1 OZ.<sup>106</sup>

### 3.2.2 Normativní výklad

Nelze-li skutečnou vůli PSP v rámci empirického výkladu, který předpokládá nepochybné přesvědčení o skutečné vůli jednajících zjistit, pak musí princip autonomie vůle ustoupit principu právní jistoty. „Z hlediska tohoto principu má jednající vycházet z toho, jak on může předpokládat, že jeho projevu bude rozumět adresát a adresát má vycházet z toho, co může předpokládat, že daným projevem jednající mohl myslet.“<sup>407</sup> Hovoříme o normativním výkladu, u kterého se na hypotetickou vůli jednajících usuzuje taktéž z objektivních okolností, avšak princip právní jistoty přikazuje, abychom z nich zohlednili jen některé, resp. ty, které mohl ze svého horizontu pozorovat adresát právního jednání. Nehledáme proto skutečnou vůli PSP, ale přiřazujeme právnímu jednání ten význam, který má z horizontu spotřebitele. Ptáme se tedy, jak mohl danému projevu v konkrétní situaci porozumět pozorný spotřebitel jednající v souladu s principem poctivosti. Hledáme-li totiž význam právního jednání, můžeme se v souladu s tímto principem spoléhat na poctivost jednajících, resp. na to, že jednající zohlednil jemu známe legitimní zájmy adresáta.<sup>108</sup>

Kramer uvádí, že okolnosti, které slouží jako indicie pro zjištění skutečné vůle při empirickém, resp. nepravém subjektivním výkladu jsou relevantní i při výkladu normativním. Můžeme ovšem vycházet pouze z těch, které jsou zřejmé adresátovi v době, kdy bylo právní

---

<sup>104</sup> <http://hromi.cz/content/3-obchodni-podminky>

<sup>105</sup> <http://zivnostensky-rejstrik.cz/michal-hromada-74733770/>

<sup>106</sup> k principu poctivosti více TĚGL, Petr, MELZER, Filip. *Povinnost jednat v právním styku poctivě*. [online]. bulletin-advokacie.cz, 5. prosince. 2014 [cit. 13. března 2017] Dostupné na <http://www.bulletin-advokacie.cz/povinnost-jednat-v-pravnim-styku-poctive?browser=mobi>

<sup>107</sup> MELZER: *Právní jednání a jeho výklad*. . .s. 116.

<sup>108</sup> MELZER: In MELZER, Filip a kol. *Občanský zákoník*. . .s. 607.

jednání perfektní.<sup>109</sup> Na základě těchto, již zmíněných okolností, má autor za to, že daný smluvní vztah je nasnadě interpretovat v souladu s § 556 odst. 1 věty druhé OZ ve spojení s ustanovením vymezujícím interpretatio contra proferentem § 557 OZ jako smluvní vztah PSP a spotřebitele, kdy PSP je spotřebitelovým věřitelem co do dodání zboží či poskytnutí služby a konkrétní jiný podnikatel je pouze místem a časem plnění. Autor se tak ztotožňuje s názorem Vítové.<sup>110</sup>

V tomto případě nelze aplikovat již zmiňované zvláštní § 1812 odst. 1 OZ stanovené na ochranu spotřebitele, neboť se jedná o pravidlo výkladu obsahu smluv, nikoliv o obecné pravidlo hodnocení veškerých skutkových okolností v řízení jako je např. okolnost, s kým byla daná smlouva uzavřena. Problematikou určení, kdo je smluvní stranou jako smluvní ujednání ve spotřebitelské smlouvě, se ostatně zabýval NS v rozhodnutí 28 Cdo 2552/2011, ve kterém dospěl k závěru že: „*Smluvním ujednáním ve spotřebitelské smlouvě se rozumí určení práv a povinností smluvních stran, nikoli však určení toho, kdo je stranou smlouvy. Při určení, kdo je stranou spotřebitelské smlouvy, se tak neuplatní zásada, podle které v pochybnostech o významu spotřebitelských smluv platí výklad pro spotřebitele příznivější.*“<sup>111</sup> V souladu s tímto rozhodnutím musíme při určení kontrahenta spotřebitele vycházet pouze z obecných interpretačních pravidel uvedených v § 555 a násl. OZ.

Pokud jde o poskytovanou GS, musíme vzít zřetel na to, že právní jednání tvoří jeden celek, který směřuje k vyvolání zamýšlených právních následků. Jeho jednotlivé pojmy, výrazy, jakož i jednotlivá ujednání působí společně a ve vzájemných vazbách, nikoliv samostatně a nezávisle na sobě.<sup>112</sup> Z tohoto důvodu musíme jednotlivá sdělení učiněná v rámci GS vykládat v kontextu celého právního jednání a jeho účelu. Proto je nasnadě danou GS interpretovat v souladu s § 556 odst.1 věty druhé OZ ve spojení s § 1812 odst. 1 OZ, přičemž nelze paušálně stanovit jeden způsob interpretace. Ke každému jednotlivému případu je třeba zaujmout individuální přístup, neboť jak již bylo uvedeno, každý PSP si stanovuje její podmínky sám. Poskytovaná GS, resp. její obsah se tak v závislosti na vícero faktorech liší. Těmi jsou zejména předmět poskytnutého plnění, jednotliví dodavatelé/poskytovatelé a samotný předmět GS, tj. reklamace či odstoupení od smlouvy.

Podíváme-li se na GS poskytovanou portálem [www.slevomat.cz](http://www.slevomat.cz) zjistíme, že v závislosti na předmětu reklamovaného plnění, resp. zboží, služby, pobytu či zájezdu se podmínky jejího uplatnění a obsah liší. V rámci reklamace zboží je navíc stanoven rozdílný režim pro zboží od dodavatele SG Logistics a od jiných dodavatelů.

---

<sup>109</sup> Tamtéž s. 47.

<sup>110</sup> VÍTOVÁ: The nature of the legal relationship between the consumer... s. 761 - 768.

<sup>111</sup> Rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 19. července 2012, sp. zn. 28 Cdo 2552/2011

<sup>112</sup> HANDLAR: In HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník V...* s. 1989 - 1999.

V případě nespokojenosti s kvalitou poskytnuté služby PSP uvádí: „*Ideální je samozřejmě řešit situaci na místě, ale pokud řešení nedopadlo podle vašich představ, můžete **uplatnit garanci spokojenosti**. Jednoduše nám zavolejte nebo napište na [podpora@slevomat.cz](mailto:podpora@slevomat.cz) a **popište, kde nastal problém**. Prosím, ozvěte se nám do 7 dnů od doby, kdy došlo k problému, a maximálně do 7 dnů od konce platnosti vouchera. **A to je vše**. My vám následně **část nebo celou zaplacenou částku vrátíme zpět na Slevomat účet ve formě kreditů**.*“<sup>113</sup> V tomto případě je možné GS interpretovat v souladu s ustanovením § 2029 odst. 1 OZ jako finanční záruku, která vzniká prohlášením výstavce v záruční listině, že uspokojí věřitele podle záruční listiny do výše určité peněžní částky, nesplní-li dlužník věřiteli určitý dluh, anebo splní-li se jiné podmínky určené v záruční listině. Věřitelem co do využití služby zde autor rozumí spotřebitele a dlužníkem co do poskytnutí služby jiného konkrétního podnikatele.<sup>114</sup>

V úvahu přichází také právní regulace ručení, zákonodárcem vymezena v § 2018 a násl. OZ. Ustanovení § 2018 odst. 1 OZ stanoví, kdo (PSP) věřiteli (spotřebiteli) prohlásí, že ho uspokojí, jestliže dlužník (jiný podnikatel) věřiteli svůj dluh nesplní, stává se dlužníkovým ručitelem. Ručení je závazkem akcesorickým, neboť předpokládá platný dluh dlužníka. Ručení je také závazkem subsidiárním, neboť má věřitel právo požadovat splnění na ručiteli tehdy, nesplní-li dlužník dluh v přiměřené lhůtě, ač jej k tomu věřitel v písemné formě vyzval. Výzvy přitom není třeba, nemůže-li ji věřitel uskutečnit nebo je-li nepochybné, že dlužník dluh nesplní.<sup>115</sup>

Obdobně je třeba interpretovat GS poskytovanou v případě nespokojenosti s ubytováním či zájezdem, když PSP uvádí: „*U nabídek ze sekce Cestování je třeba v případě nespokojenosti situaci řešit na místě s personálem hotelu, případně delegátem CK či CA. Jsme si jisti, že v případě problémů je řešení na místě nejlepším možným krokem, díky kterému si pobyt nebo zájezd užijete. Pokud nespokojenost přetrvává, rádi se problémem, který vám zneprůjemnil pobyt, budeme zabývat. Podmínkou je písemná forma stížnosti, na které prosím uveďte vaše jméno, kód vouchera, popis problému a jeho řešení ze strany poskytovatele služby. Stížnost si nechte potvrdit od poskytovatele razítkem a podpisem a zašlete nám ji prosím na [podpora@slevomat.cz](mailto:podpora@slevomat.cz). My vám následně část nebo celou zaplacenou částku vrátíme zpět na Slevomat účet ve formě kreditů. Ty lze využít na další nákup po dobu 6 týdnů.*“

V případě reklamace zboží od dodavatele SC Logistics je uvedeno: „*Protože zboží pro vás **objednáváme přesně na kusy, v případě uznané reklamace vám nejpravděpodobněji vrátíme peníze**. Nejpravděpodobněji reklamaci **vyřídíme do 15 dní od data, kdy jsme zboží převzali, nejpozději do 30 dní od převzetí**. Poštovné za doručení k reklamaci vám **můžeme proplatit**. Stačí nás kontaktovat na*

---

<sup>113</sup> viz. <https://www.slevomat.cz/garance>

<sup>114</sup> srov. kap 4.1

<sup>115</sup> viz. § 2018-§2028 OZ

*podpora@slevomat.cz spolu se scanem nebo fotografií podacího lístku.*“ K reklamaci matrace od daného dodavatele je uvedeno: „*Pokud nejste spokojeni s matrací, která vykazuje vady, samozřejmě vám maximálně pomůžeme s reklamací. Pošlete nám prosím na podpora@slevomat.cz fotografie, ze kterých bude zřejmé, co přesně reklamujete. V případě uznané reklamace vám výrobce zašle novou matraci, která vám bude doručena až do domu výměnou za reklamované zboží.*“ Takto poskytovanou GS lze interpretovat v souladu s § 2113 OZ jako záruku za jakost, kterou se prodávající zavazuje, že věc bude po určité době způsobilá k použití pro obvyklý účel, nebo že si zachová obvyklé vlastnosti. V případě reklamace matrace využívá PSP v souladu s §2107 odst. 2 věty druhé OZ svého práva volby odstranit vadu matrace dodáním matrace nové, když uvedené ustanovení stanoví, že jiné vady může prodávající odstranit podle své volby opravou věci nebo dodáním nové věci.

Pokud jde o reklamaci zboží od jiného dodavatele, tak PSP žádnou GS neposkytuje, když uvádí: „*Kontaktujte prosím **daného prodejce zboží** pro zjištění postupu. Kontaktní údaje najdete na faktuře nebo v části Objednávky sekce Mé nákupy.*“<sup>116</sup>

GS je také možné uplatnit v případě odstoupení od uzavřené smlouvy, když PSP uvádí: „*Nesedí vám velikost, barva nebo jste od zboží očekávali něco jiného? Nepoužité zboží můžete do 14 dní od převzetí vrátit a tím odstoupit od smlouvy. **Adresu pro vrácení** zboží najdete na potvrzení objednávky v sekci Mé nákupy. Do balíku ke zboží doporučujeme přiložit vyplněný formulář. Jestliže by nastal jakýkoli komunikační problém, neváhejte kontaktovat nás.*“ Toto sdělení je možné interpretovat v souladu s § 1829 odst. 1 písm. a) OZ, dle kterého má spotřebitel právo odstoupit od smlouvy ve lhůtě 14 dnů ode dne uzavření smlouvy a jde-li o kupní smlouvu, ode dne převzetí zboží.

---

<sup>116</sup> viz. <https://www.slevomat.cz/garance>



## 4 Smluvní vztah mezi provozovatelem slevového portálu a spotřebitelem

Nemůžeme-li posoudit právní případ na základě výslovného ustanovení, musíme přistoupit k analogii zákona. *Analogia legis představuje přenesení určitého explicitního řešení i na případy, které takto explicitně řešeny nejsou. Jde tedy o argumentaci podobnosti.*<sup>117</sup> Analogia legis je zákonodárcem vymezena v § 10 odst. 1 OZ, dle kterého nelze-li právní případ rozhodnout na základě výslovného ustanovení, posoudí se podle ustanovení, které se týká právního případu co do obsahu a účelu posuzovanému právnímu případu nejbližšímu. Melzer vyzdvihuje správnou akcentaci zákonodárce, že podobnost právní úpravy nevyplývá ani tak z předmětu právní úpravy, nýbrž ze smyslu a účelu, tedy ze strukturálně totožné kolize zájmu, které zákon jasně řeší.<sup>118</sup> Vzhledem k tomu, že výslovná právní úprava oblasti ochrany spotřebitele na SP absentuje, musíme v určitých případech přistoupit k analogia legis.

### 4.1 Právní kvalifikace slevového poukazu

Slevový poukaz je třeba právně kvalifikovat jako cenný papír, kterým se ve smyslu § 514 OZ rozumí listina, se kterou je právo spojeno takovým způsobem, že je po vydání cenného papíru nelze bez této listiny uplatnit ani převést. Klade se tedy důraz na spojení práva s listinou, což znamená, že právo je v listině inkorporováno, a z toho vyplývá základní povaha cenného papíru. Dle důvodové zprávy je touto definicí zároveň vyjádřena i kvalita tohoto spojení, neboť bez listiny nelze toto právo ani uplatnit, ani převést.<sup>119</sup>

Dle Vítové se slevovým poukazem rozumí „závazek podnikatele vzniklý na základě kupní smlouvy, ze kterého má podnikatel v budoucnu povinnost poskytnout spotřebiteli určité plnění.“<sup>120</sup> Autor má za to, že v jistých případech<sup>121</sup> lze slevový poukaz interpretovat také jako potvrzení o uzavření smlouvy ve smyslu §1827 odst. 1 OZ, dle kterého podá-li spotřebitel objednávku prostřednictvím některého prostředku komunikace na dálku, je podnikatel povinen prostřednictvím některého prostředku komunikace na dálku neprodleně potvrdit její obdržení. V obou případech plní slevový poukaz

---

<sup>117</sup> MELZER, Filip, TÉGL, Petr. In MELZER Filip a kol. *Občanský zákoník. Obecná část. (§1-117). Velký komentář. Svazek I.* 1. vydání. Praha: Leges, 2014, s. 197.

<sup>118</sup> Tamtéž

<sup>119</sup> VÍTEK, Jindřich. Právní úprava cenných papírů v Novém občanském zákoníku. *Obchodní právo*, 2012, č. 12, s. 427., viz. § 514-544 OZ

<sup>120</sup> VÍTOVÁ: Ochrana spotřebitele na slevových portálech-omezená...s. 263.

<sup>121</sup> Postupuje-li PSP spotřebitel smlouvu, příp. uzavírali spotřebitel konkrétní smlouvu s jiným podnikatelem. Viz. kap. 4.3

jako cenný papír funkci průkazní, neboť je důkazem o existenci subjektivního práva, resp. nároku na určité plnění.

## 4.2 Právní regulace poukázky a její aplikace na danou problematiku

Vystupuje-li PSP jako prodávající, příp. dojdeme-li k tomuto závěru interpretací právního jednání, bude na daný smluvní vztah zpravidla dopadat právní regulace poukázky, která je zákonodárcem vymezena v § 1939 a násl. OZ. Ustanovení § 1939 odst.1 OZ stanoví, že poukázka (slevový poukaz) opravňuje poukazníka (spotřebitele) vybrat u poukázaného (jiného podnikatele) vlastním jménem plnění a poukázanému se poukázkou přikazuje, aby poukazníkovi plnil na účet poukazatele (PSP).

Přímé právo vznikne poukazníkovi proti poukázanému jen tehdy, přijme-li poukázaný poukázku.<sup>122</sup> Zákonodárce vymezuje možnost odvolání poukázky v § 1942 OZ, dle kterého dokud poukázaný nepřijal poukázku vůči poukazníkovi, může ji poukazatel odvolat. Na právním poměru mezi poukazatelem a poukazníkem závisí, zda odvolání poukázky působí také vůči poukazníkovi. Právní úprava také stanovuje informační povinnost poukazníka vůči poukazateli v případě, že poukázaný odpírá poukázku přijmout nebo podle ní plnit.<sup>123</sup>

Z hlediska akceptace daného slevového poukazu je třeba rozlišit dvě situace. Pokud jiný podnikatel slevový poukaz akceptuje, vzniká spotřebiteli vůči tomuto podnikateli přímé právo a dostává se tak do obdobného právního postavení, do jakého by se dostal v případě, kdyby smlouvu s daným podnikatelem uzavřel přímo. Není tedy možné, aby tento jiný podnikatel následně spotřebiteli sdělil, že již akceptovaný slevový poukaz ruší a odmítá poskytnout plnění, které je předmětem slevového poukazu<sup>124</sup>, neboť se akceptací slevového poukazu zavázal plnit přímo spotřebiteli, který má již v takovém případě na poskytnutí služby či zboží nárok.<sup>125</sup> V tomto případě nemá na spotřebitelův nárok žádný vliv ani nezaplacení kupní ceny/odměny jinému podnikateli ze strany PSP.<sup>126</sup> Tento jiný podnikatel je povinen spotřebiteli plnit bez ohledu na tuto skutečnost. Dlužnou částku pak může vymáhat vůči PSP.

Akceptuje-li jiný podnikatel slevový poukaz, musí dluh splnit na svůj náklad a nebezpečí řádně a včas. Obecně platí, že plní-li někdo za úplatu jinému, je zavázán plnit bez vad s vlastnostmi

---

<sup>122</sup> srov. kap. 2 smlouva ve prospěch třetího

<sup>123</sup> viz. §1939-1949 OZ

<sup>124</sup> srov. kap 1.2

<sup>125</sup> Sdružení obrany spotřebitelů – asociace z. s. *SOS- Asociace k problematice uplatňování nároků ze smluv uzavřených prostřednictvím slevových portálů*. [online]. asociace-sos.cz, 18. července 2014 [cit. 17. ledna 2017] Dostupné na <https://www.asociace-sos.cz/sos-asociace-k-problematice-uplatnovani-naroku-ze-smluv-uzavrenych-prostrednictvim-slevovych-portalu/>,

<sup>126</sup> srov. kap. 1.2

vymíněnými nebo obvyklými tak, aby bylo možné použít předmět plnění podle smlouvy, a je-li stranám znám, i podle účelu smlouvy. Je-li plněno vadně, má příjemce (spotřebitel) práva z vadného plnění, která může uplatnit pouze vůči jinému podnikateli, nikoli vůči PSP. Jaká práva z vadného plnění spotřebiteli náleží, závisí na typu smluvního vztahu, v jakém se s daným podnikatelem nachází, příp. taktéž na tom, zda porušení smluvní povinnosti je podstatným porušením smlouvy či nikoli.

Neakceptuje-li jiný podnikatel slevový poukaz, pak spotřebiteli žádný nárok vůči němu nevzniká. Spotřebiteli v tomto případě budou náležet práva z vadného plnění vůči PSP jako smluvní straně, který splnil svůj dluh vadně, neboť zakoupený slevový poukaz nemá vlastnosti poukázky, které má dle uzavřené smlouvy mít. Jaká konkrétní práva z vadného plnění spotřebiteli náleží, záleží rovněž na smluvním typu, který s PSP uzavřel, příp. taktéž na tom, zda porušení smluvní povinnosti je podstatným porušením smlouvy či nikoli.

Ačkoli se pro regulaci smluvního vztahu mezi PSP jako prodávajícím a spotřebitelem použití právní regulace poukázky přímo nabízí, není tato právní úprava z pohledu autora pro danou problematiku zcela ideální. Jistá úskalí autor spatřuje v možnosti odvolání poukázky ze strany poukazatele (PSP). Přímým následkem odvolání poukázky je totiž skutečnost, že poukazník (spotřebitel) nenabude přímé právo proti poukázanému (jinému podnikateli). Spotřebitel tak PSP zaplatí kupní cenu/odměnu, ale zboží či služby se už nedočká, neboť jiný podnikatel slevový poukaz nebude akceptovat. PSP se tak může touto cestou snadno vyhnout splnění svého dluhu.<sup>127</sup> Jak již bylo uvedeno, spotřebitel sice může v tomto případě uplatňovat svá práva z vadného plnění vůči PSP, nicméně autor tento způsob ochrany nepovažuje za dostačující. PSP totiž spotřebiteli velice rádi tvrdí, že chyba je na straně jiného podnikatele, resp. že oni své povinnosti splnili a žádnou odpovědnost již nenesou.<sup>128</sup> V horším případě se PSP následně ocitají v úpadku. V lepším

---

<sup>127</sup> K této situaci může dojít např. tehdy, objedná-li si PSP u jiného podnikatele určitý počet zboží či služeb, přičemž na svém portálu nabízí mnohonásobně větší množství slevových poukazů se stejným unikátním kódem, opravňujícím k těmto plnění. Odvoláním např. jedné poukázky ze strany PSP dojde k tomu, že jiný podnikatel neposkytne předmětné plnění několika spotřebitelům (disponujícím stejným unikátním kódem). Tímto způsobem se PSP obohacuje až do doby, kdy najednou zmizí ze scény, resp. náhle se ocitne v úpadku. (Nutno dodat, že jiní podnikatelé až do poslední chvíle většinou neví, že PSP na SP prodávají větší počet slevových poukazů připadajících na jedno PSP objednané zboží/službu. Tuto skutečnost zjistí posléze, resp. jakmile více spotřebitelů uplatňuje slevový poukaz se stejným unikátním kódem.

<sup>128</sup> Je třeba uvést, že pár osvědčených PSP již nabízí pojištění slevových poukazů. Nastane-li problém s uplatněním slevového poukazu u jiného podnikatele, může se spotřebitel obrátit na daný SP a vysvětlit celou situaci. PSP převezme reklamaci a nejpozději ve lhůtě 30 dní ji vyřídí. Shledá-li reklamaci oprávněnou, pak spotřebiteli vrátí peníze. Otázkou je, jak často bude reklamační vyřízení kladné. Dle Tomáše Filipa ze SP berslevu.cz dokonce pár renomovaných portálů ani nečeká na plnění od pojišťovny a vyplácí spotřebitelům náhradu rovnou ze svého garančního programu. *Slevové portály-víte jak na vrácení zboží či na reklamaci?!* [online]. forme.cz, 5. února. 2015 [cit. 13. března 2017] Dostupné na <http://www.forme.cz/finance/slevove-portaly-vite-jak-na-vraceni-zbozi-ci-na-reklamaci.html>

případě může spotřebitel vůči PSP nesplněný dluh vymáhat soudní cestou. Musí ovšem zvážit, zda se mu toto řešení finančně vyplatí.

### **4.3 Úvahy nad povahou smluvního vztahu a aplikovatelnosti právní regulace de lege lata na danou problematiku**

Jak již bylo řečeno, pro poskytnutí náležité právní ochrany spotřebitele je třeba správně určit povahu daného smluvního vztahu. Také se je třeba zabývat otázkou, jaká všechna právní regulace může na danou problematiku dopadat. Názory na tyto otázky se v právní praxi i teorii různí.<sup>129</sup> Autor má za to, že můžeme k daným otázkám přistupovat následujícími způsoby.

Prvním z nich je, že smluvní strany uzavírají kupní smlouvu ve smyslu § 2079 a násl. OZ, kterou se prodávající (PSP) zavazuje, že kupujícímu (spotřebiteli) odevzdá věc (slevový poukaz), která je předmětem koupě, a umožní mu nabýt vlastnické právo k ní, a kupující se zavazuje, že věc převezme a zaplatí prodávajícímu kupní cenu. Předmětem této smlouvy je tedy slevový poukaz, který spotřebitel uplatňuje u jiného podnikatele za účelem uzavření konkrétní smlouvy se smluvenou výhodou, např. smlouvy o ubytování, smlouvy o zájezdu, smlouvy o příkazu, kupní smlouvy atd.

V úvahu také připadá, že smluvní strany uzavírají kupní smlouvu, jejímž předmětem je slevový poukaz, který spotřebitele opravňuje k vybrání si u jiného podnikatele plnění, které je předmětem daného slevového poukazu namísto PSP. Spotřebitel tedy slevový poukaz u jiného podnikatele uplatňuje za účelem obdržení zboží/poskytnutí služby, nikoli za účelem uzavření konkrétní smlouvy. V podstatě se jedná o postoupení pohledávky ve smyslu § 1879 a násl. OZ.<sup>130</sup> Ustanovení § 1879 OZ stanoví, že věřitel může celou pohledávku nebo její část postoupit smlouvou jako postupitel (PSP) i bez souhlasu dlužníka (jiného podnikatele) jiné osobě (spotřebiteli). Ustanovení § 1882 odst. 1 OZ potom stanoví že, dokud postupitel dlužníka nevyrozumí, nebo dokud postupník postoupení pohledávky dlužníku neprokáže, může se dlužník své povinnosti zprostit tím, že splní postupiteli, nebo se s ním jinak vyrovná. Vzhledem k tomu, že se PSP s jiným konkrétním podnikatelem nachází v určitém smluvním vztahu,<sup>131</sup> měl by tento smluvní vztah obsahovat ujednání, kterým se vylučuje možnost jiného podnikatele, zprostit se své povinnosti plnit danému spotřebiteli splněním či jiným vyrovnáním provozovateli slevového portálu.

---

<sup>129</sup> např. postoj sdružení obrany spotřebitelů – asociace z. s., AK PELIKÁK KROFTA KOHOUTEK, advokátní kancelář s. r. o., dále Vítové viz. VÍTOVÁ: The nature of the legal relationship between the consumer...s. 761-768.

<sup>130</sup> viz. § 1879 OZ

<sup>131</sup> viz. kap. 2.

Dále je možné k dané otázce přistupovat tak, že smluvní strany uzavírají v závislosti na předmětu plnění rovnou konkrétní smluvní typ, tedy smlouvu o zájezdu, smlouvu o ubytování, smlouvu o příkazu atd. Tento smluvní typ je v zásadě totožný s typem smluvního vztahu, v jakém se nachází PSP s konkrétním jiným podnikatelem. V podstatě se jedná o postoupení smlouvy ve smyslu § 1895 a násl. OZ. Ustanovení § 1895 odst. 1 stanoví, že nevyklučuje-li to povaha smlouvy, může kterákoli strana převést jako postupitel svá práva a povinnosti ze smlouvy nebo z její části třetí osobě (spotřebiteli), pokud postoupená strana (jiný podnikatel) souhlasí a pokud nebylo dosud splněno. Ustanovení § 1897 odst. 1 OZ potom stanoví, že postoupení smlouvy je vůči postoupené straně účinné od jejího souhlasu. Souhlasila-li předem, je postoupení smlouvy vůči postoupené straně účinné okamžikem, kdy jí postupitel (PSP) postoupení smlouvy oznámí, nebo kdy jí postupník (spotřebitel) postoupení smlouvy prokáže. Vezmeme-li v úvahu fakt, že se PSP s jiným podnikatelem nachází v určitém smluvním vztahu za účelem svého podnikání v dané oblasti, mělo by být postoupení dané smlouvy spotřebiteli obsahem tohoto vztahu, resp. jiný podnikatel by měl souhlasit s postoupením dané smlouvy již předem. Spotřebitel v takovém případě uplatňuje u jiného podnikatele slevový poukaz za účelem obdržení zboží či poskytnutí služby, nikoli za účelem uzavření konkrétní smlouvy.

Dle názoru autora je třeba pro aplikaci právní úpravy *de lege lata* zohlednit zejména skutečnost, zda je předmětem slevového poukazu zboží anebo služba, a taktéž jednotlivá sdělení uvedená vedle inzerované nabídky. Podíváme-li se např. na jednotlivé nabídky wellness pobytu, zjistíme, že co poskytovatel, to jiné podmínky pro uplatnění zakoupeného slevového poukazu. V některých případech je třeba při uplatnění slevového poukazu rezervovat termín a zvolit jednu z více variant wellnesových služeb, které daný poskytovatel nabízí. V takovém případě si lze představit, že spotřebitel uplatňuje slevový poukaz u daného poskytovatele za účelem uzavření příkazní smlouvy ve smyslu § 2430 a násl. OZ, jejímž předmětem je poskytnutí služby.

Spotřebitel bude dle názoru autora uzavírat s PSP kupní smlouvu, jejímž předmětem je slevový poukaz, který následně uplatňuje u jiného podnikatele za účelem uzavření konkrétní smlouvy také tehdy, je-li předmětem daného slevového poukazu zájezd, když na SP najdeme sdělení typu: „*Do 24 hodin od obdržení voucheru kontaktujte CK na mailu [booking@wisnar.cz](mailto:booking@wisnar.cz) nebo tel. 739 367 502. Nablaste jména, data narození, adresu, telefon a kódy voucherů. CK vám pošle smlouvu, tu podepište a zašlete obratem zpět. Při nesplnění uvedených podmínek voucher propadá.*“<sup>432</sup> Spotřebitel po uplatnění slevového poukazu tak uzavírá s daným podnikatelem smlouvu o zájezdu dle § 2521 a násl. OZ.

---

<sup>132</sup> viz. <https://www.slevomat.cz/sleva/1128429-to-nejlepsi-z-italie-s-ubytovanim-na-3-noci>

V případě zakoupení zájezdu na SP ovšem přichází v úvahu také postoupení smlouvy dle § 2532 OZ, dle kterého splňuje-li třetí osoba (spotřebitel) podmínky účasti na zájezdu, může jí zákazník (PSP) smlouvu postoupit. Změna v osobě zákazníka je vůči pořadateli účinná, doručí-li mu postupitel o tom včas oznámení spolu s prohlášením postupníka, že s uzavřenou smlouvou souhlasí a že splní podmínky účasti na zájezdu. Oznámení je včasné, je-li doručeno alespoň sedm dnů před zahájením zájezdu, kratší lhůtu lze ujednat, je-li smlouva uzavřena v době kratší než sedm dnů před zahájením zájezdu.

Naproti tomu, je-li předmětem slevového poukazu dodání určitého zboží, autor se domnívá, že PSP spotřebiteli postupuje svou pohledávku, kterou má za jiným podnikatelem, příp. smlouvu, kterou s jiným podnikatelem uzavřel.

Nutno uvést, že i u právní regulace postoupení pohledávky a postoupení smlouvy autor shledává obdobná rizika jako u právní regulace poukázky, pokud jde o vyhýbání se smluvní odpovědnosti. U právní regulace postoupení pohledávky může jiný podnikatel spotřebiteli tvrdit, že dluh již splnil provozovateli slevového portálu. U právní regulace postoupení smlouvy může PSP spotřebiteli smlouvu postoupit, přestože jiný podnikatel s postoupením smlouvy nesouhlasil. Ten následně slevový poukaz odmítne.

Nesmíme opomenout také situaci, kdy je PSP pouze zprostředkovatelem, příp. i pronajímatelem. Autor má v tomto případě za to, že spotřebitel v závislosti na předmětu plnění uzavírá s jiným podnikatelem konkrétní smluvní typ, přičemž slevový poukaz je v tomto případě pouhým potvrzením o uzavření smlouvy ve smyslu §1827 odst. 1 OZ.

V úvahu také připadá, že smluvní strany uzavírají kupní smlouvu dle § 2079 a násl. OZ, jejímž předmětem je slevový poukaz, který spotřebitele opravňuje k vybrání si předmětného plnění u podnikatele, s kterým danou smlouvu uzavřel. Slevový poukaz je zde závazkem podnikatele poskytnout spotřebiteli v budoucnu plnění, které je předmětem slevového poukazu.

Pro práva z vadného plnění, které spotřebiteli vůči jinému podnikateli náleží, platí obdobně uvedené v podkapitole 4.2.

#### **4.4 Další nároky**

Vznikne-li spotřebiteli v důsledku vadného plnění škoda, může spotřebitel vůči škůdci (PSP/jiný podnikatel) uplatnit nárok na náhradu škody dle § 2913 odst. 1 OZ, dle kterého porušila-li strana povinnost ze smlouvy, nahradí škodu z toho vzniklou druhé straně nebo i osobě, jejímuž zájmu mělo splnění ujednané povinnosti zjevně sloužit. V odst. 2 uvedeného ustanovení zákonodárce vymezuje liberační důvod, pro který může být škůdce povinnosti k náhradě škody zproštěn, podaří-li se mu jej prokázat. Ten je ale v daném případě nerelevantní, neboť PSP i jiný

podnikatel jsou podnikatelem ve smyslu § 420 OZ, kterého zákonodárce považuje za profesionála, u kterého se očekává vyšší úroveň znalostí, zkušeností a pečlivostí, než u běžných osob, tj. nepodnikatelů.<sup>133</sup> V důsledku toho se uplatní domněnka nedbalosti ve smyslu § 2912 odst. 2 OZ, dle kterého dá-li škůdce najevo zvláštní znalost, dovednost nebo pečlivost, nebo zaváže-li se k činnosti, k níž je zvláštní znalost, dovednost nebo pečlivost zapotřebí, a neuplatní-li tyto zvláštní vlastnosti, má se za to, že jedná nedbale.

Nutno uvést, že právo na náhradu škody je právem subsidiárním ve vztahu k právu z vadného plnění. Ustanovení § 1925 OZ stanoví, že právo z vadného plnění nevyklučuje právo na náhradu škody; čeho však lze dosáhnout uplatněním práva z vadného plnění, toho se nelze domáhat z jiného právního důvodu.

---

<sup>133</sup> ČERNÁ, Stanislava a kol. *Obchodní právo-podnikatel, podnikání, závazky s účastí podnikatele*. 1. vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2016. 386 s.

## Závěr

Jak vyplývá z výše uvedené analýzy, nakupování na SP je z pohledu ochrany spotřebitele právně komplikovanou oblastí, kterou právo EU, ani národní právní předpisy výslovně neupravují. Cílem diplomové práce bylo provést komplexní právní rozbor této oblasti se zaměřením na problematické aspekty určení kontrahenta spotřebitele a povahy smluvního vztahu, ke kterému nákupem na SP dochází. Komplexním právním rozbohem měl autor získat odpověď na hlavní výzkumnou otázku, zda současná právní úprava dokáže svým rozsahem pokrýt a vyřešit úskalí a problémy dané problematiky, anebo je potřeba přijmout novou právní úpravu, která bude danou oblast výslovně upravovat. Při rozboru dané problematiky autor vycházel zejména z účinné právní úpravy. Vzhledem k tomu, že ochrana spotřebitele je v českém právním řádu z velké části ovlivněna právem EU, promítají se v úvodní kapitole této práce, která se zabývá právním rámcem ochrany spotřebitele na SP, směrnice EU. Součástí práce jsou také úvahy *de lege feranda*.

Při vypracování této práce autor postupně prověřoval stanovené hypotézy. První hypotézou se autor zabýval téměř ve všech kapitolách. Komplexním právním rozbohem dospěl k zjištění, že lze na danou problematiku aplikovat ustanovení o právním jednání, obecná i zvláštní ustanovení o smlouvách, zvláštní ustanovení stanovená na ochranu spotřebitele, institut adhezních smluv stanovený na ochranu slabší strany, obecná a zvláštní ustanovení o odpovědnosti za vady a ustanovení o náhradě majetkové a nemajetkové újmy. První hypotézu tedy autor pokládá za potvrzenou.

Druhá, třetí a čtvrtá hypotéza byla ověřována v kapitole třetí, v rámci které se autor zabýval podrobným rozbohem právního jednání PSP učiněného na SP. Autor dospěl k závěru, že v souladu s principem poctivosti, zjevnosti, resp. se zásadou transparentnosti musí být každému zřejmé s kým právně jedná. Není-li tato skutečnost spotřebiteli při nákupu na SP zřejmá, je třeba přistoupit k normativnímu výkladu právního jednání dle § 556 odst. 1 věty druhé OZ. Vzhledem k tomu, že PSP, kteří se v převážné většině staví do role zprostředkovatele, projevují svoji vůli na SP nejednoznačně, neurčitě, a že VOP jiných podnikatelů, s kterými musí spotřebitel před dokončením objednávky souhlasit, jsou ve většině případů standardizované a psané samotným PSP, má autor za to, že se PSP touto cestou vyhýbají odpovědnosti, která jim z uzavřeného smluvního vztahu vyplývá. Uvedené hypotézy proto autor považuje za potvrzené.

Třetí hypotéza byla také z části ověřována v kapitole čtvrté, která je věnována povaze smluvního vztahu uzavíraného mezi PSP a spotřebitelem a použitelné právní regulaci *de lege lata* na danou problematiku. Autor dospěl k závěru, že se názory na povahu smluvního vztahu různí a nelze stanovit jednoznačné řešení. S ohledem na skutečnost, že národní právní předpisy danou



oblast výslovně neupravují, musel autor přistoupit k analogii zákona. Pomocí tohoto nástroje autor zjistil, že právní úpravu de lege lata lze na daný problém použít, nicméně tato dle názoru autora skýtá jistá úskalí. Uvedenou hypotézu proto autor považuje za potvrzenou pouze částečně, neboť účinnou ochranu spotřebiteli právní úpravou de lege lata v tomto směru neposkytneme.

Poslední hypotéza byla ověřována v kapitole třetí a zčásti byla potvrzena. Z hlediska různých spotřebitelů, kteří mají k dispozici různé informace, jež mohou význam jednání determinovat, lze GS vykládat buď jako zákonný doplněk k ochraně spotřebitele, anebo jako jeden z institutů upravených v ustanoveních o smlouvách. Nicméně vzhledem k tomu, že právní jednání tvoří jeden celek, nemůžeme význam tohoto institutu determinovat pouze na základě informovanosti spotřebitele, ale musíme jej především vnímat v kontextu celého právního jednání.

Nalézt jednoznačnou odpověď na hlavní výzkumnou otázku nebylo jednoduché už jen z toho důvodu, že každý PSP má VOP a jednotlivá sdělení vůči spotřebiteli stanoveny odlišně. V rámci jednoho SP navíc určení kontrahenta spotřebitele i obsahu smluvního vztahu závisí na tom, zda je jeho předmětem zboží, služba, zájezd, pobyt atd., přičemž toto se u každého SP liší. Autor se proto zabýval danou problematikou obecněji, resp. vycházel z VOP a sdělení vícero PSP.

Aby byl autor schopen zcela jednoznačně odpovědět na danou výzkumnou otázku, musel by se také zabývat dalšími problematickými aspekty dané oblasti, které v úvodu vyjmenoval. Nicméně se po provedeném právním rozboru domnívá, že by bylo vhodné přijmout novou právní úpravu, která by výslovně upravovala, jakým způsobem má poskytování zboží či služeb na základě zakoupených slevových poukazů probíhat, resp. výslovně stanovovala, kdo nese odpovědnost za poskytnutí předmětného plnění, resp. za vadné plnění. Z právní úpravy de lege lata je sice možné pomocí interpretačních pravidel a analogie zákona vycházet, nicméně je zde spousta nejednoznačných a diskutabilních otázek.

Zohledníme-li skutečnost, že každý PSP má VOP a jednotlivá sdělení vůči spotřebiteli upravené rozdílně, nemůžeme na základě právní úpravy de lege lata stanovit jednoznačné řešení, ale musíme zkoumat jednotlivá sdělení a VOP každého jednoho SP individuálně. Nesmíme navíc opomenout, že se i názory osob s právnickým vzděláním na danou věc rozcházejí. Průměrný spotřebitel, který nedisponuje právnickým vzděláním, tak není dle názoru autora správné interpretace právního jednání a analogie zákona v dané oblasti schopen.

Zákonodárce by se měl zaměřit zejména na stanovení jasných a přesných pravidel projevu vůle PSP na SP tak, aby bylo jejich jednání vůči spotřebitelům transparentní. Vhodným řešením se také jeví stanovení právního postavení PSP jako povinné náležitosti návrhu na zápis do OR, kdy rejstříkový soud zápis neprovede, dokud PSP nepředloží důkaz o splnění zákonem stanovených povinností (např. znění VOP a jednotlivých sdělení, vzhled webových stránek). Právní postavení

PSP by taktéž mělo být zveřejněno v OR. Tímto legislativním opatřením lze čelit problematice vyhýbání se smluvní odpovědnosti, ať už ze strany PSP či jiného podnikatele.

V úvahu také přichází zákonem stanovená povinnost všech SP pojistit se pro případ, že jiný podnikatel slevový poukaz neakceptuje, příp. akceptuje a následně akceptaci zruší, plní vadně anebo jiný podnikatel či samotný PSP zkrachuje. Tímto legislativním opatřením by mohlo dojít k posílení práv spotřebitelů, neboť pojištění slevových poukazů jednak urychlí celý reklamační proces a také může spotřebitele chránit proti úpadku SP i jiného podnikatele.

Na závěr je třeba uvést, že i naprosto dokonalá právní regulace ochrany spotřebitele nestačí, neboť k tomu, aby fungovala je třeba, aby si spotřebitelé byli svých práv vědomi a využívali instituty, které jim právní řád k jejich ochraně poskytuje.

## Literatura

### Monografie:

VÍTOVÁ, Blanka. *Nepřiměřená ujednání ve spotřebitelských smlouvách po rekonstrukci soukromého práva*. 2. vydání. Praha: Wolters Kluwer, a. s., 2014. 262 s.

ČERNÁ, Stanislava a kol. *Obchodní právo-podnikatel, podnikání, závazky s účastí podnikatele*. 1. vydání. Praha: Wolters Kluwer, a. s., 2016. 736 s.

PLECITÝ, Vladimír a kol. *Aktuální otázky ochrany spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Policejní akademie České republiky v Praze, 2015. 271 s.

TINTĚRA, Tomáš. a kol. *Základy závazkového práva*. 2. vydání. Praha: Leges, 2017. 272 s.

ONDREJOVÁ, Dana. *Průvodce uzavíráním smluv po rekonstrukci*. 1. vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2015. s. 456.

DOHNAL, Jakub, GALVAS, Miroslav, OLIVA, Jakub. *Obchodní smlouvy*. 1. vydání. Praha: C.H. Beck, 2016. 232 s.

MELZER, Filip. *Právní jednání a jeho výklad*. Brno: Václav Klemm-Vydavatelství a nakladatelství, 2009. 218 s.

VEČERKOVÁ, Eva a kol. *Společensko-právní aspekty ochrany spotřebitele a jeho zdraví*. Brno: Masarykova univerzita, 2015. 299 s.

DUPAL, Libor. *Zranitelný spotřebitel-kdo to je, jak ho chránit?* 1. vydání. Praha: Sdružení českých spotřebitelů; Kabinet pro standardizaci, 2015. 11 s.

### Komentáře:

HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník I. Obecná část (§ 1 - 654). Komentář*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2014, s. 2400.

HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721 - 2054). Komentář*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2014, s. 1344.

HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník VI. Závazkové právo. Zvláštní část (§ 2055-3014). Komentář*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2014, s. 2080.

VÍTOVÁ, Blanka. *Zákon k ochraně spotřebitele. Komentář*. 1. vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2016, s. 364.

KABELKOVÁ, Jana. DEJLOVÁ, Hana. *Nájem a pacht v novém občanském zákoníku (2201-2357). Komentář*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2014, s. 616.

MELZER, Filip a kol. *Občanský zákoník. (§419-654). Velký komentář. Svazek III*. 1. vydání. Praha: Leges, 2014, s. 1264.

MELZER, Filip a kol. *Občanský zákoník. (§1-117). Velký komentář. Svazek I.* 1. vydání. Praha: Leges, 2014, s. 720.

#### **Články z odborných časopisů:**

ARON, Ravi. Group Buying on the Web: A Comparison of Price-Discovery Mechanismus. *Management Science*, 2003, vol. 49, no 11, s. 2.

VÍTOVÁ, Blanka. Vybrané aspekty soukromoprávní ochrany spotřebitele v NOZ. *Obchodní právo*, roč. 2012, č. 9, s. 306-318.

VÍTOVÁ, Blanka. Consumer protection on so called Discount Websites. *International and Comparative Law Review*, 2013, Vol. 2, s 119.

VÍTOVÁ, Blanka. The nature of the legal relationship between the consumer, the website operator and the merchant when concluding the contract on the discount website. In Conference Proceedings: 2nd International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2015. Book 2. *Political Sciences, Law, Finance, Economics and Tourism*. Vol. I. 26.8. - 1.9. 2015, Albena, Bulgaria, 2015, s. 761 - 768.

DOHNAL, Jakub. Aktuální otázky splatnosti zprostředkovatelské odměny po rekonstrukci. *Právní rozhledy*, 2013, č. 15-16, s. 557.

VÍTEK, Jindřich. Právní úprava cenných papírů v Novém občanském zákoníku. *Obchodní právo*, 2012, č. 12, s. 427.

#### **Příspěvek ve sborníku**

BEZOUŠKA, Petr. Autonomie vůle. In HAVEL, Bohumil, PIHERA, Vlastimil. *Soukromé právo na cestě. Eseje a jiné texty k jubileu Karla Eliáše*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2010, s. 31.

VÍTOVÁ, Blanka. Ochrana spotřebitele na slevových portálech – omezená doba „platnosti“ voucheru. In *Sborník z mezinárodní vědecké konference, Bratislavské právnícké fórum*, 2015, Olomouc: Právnícká fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, s. 259 - 264.

#### **Internetové zdroje:**

CHANEY, Paul. "Deal of the day" Coupons helps Merchants Attract Customers; 4 Tips [online]. PracticalEcommerce.com, 6. October 2010 [cit. 17. January 2017]. Accessed from <http://www.practicalecommerce.com/-Deal-of-the-Day-Coupons-Help-Merchants-Attract-Customers-4->.

TICHNA, Pavel. *Jak fungují slevové portály* [online]. idobnet.cz, 19. ledna 2011 [cit. 17. ledna 2017]. Dostupné na <http://idobnet.cz/jak-funguji-slevove-portaly/>.

BUBÁK, Zdeněk. *Slevové portály dnes a zítra. Rozhovor s ředitelem portálu PEP.A.cz* [online]. finparada.cz, 13. srpna 2014 [cit. 17. ledna 2017]. Dostupné na <http://www.finparada.cz/2201-Slevove-portaly-dnes-a-zitra-rozhovor.aspx>.

GROUPONMerchant. *The history of Groupon* [online]. Groupon.com, [cit. 17. January 2017]. Accessed from: <https://www.groupon.com/merchant/article/the-history-of-groupon>.

Sdružení obrany spotřebitelů – asociace z. s. *SOS- Asociace k problematice uplatňování nároků ze smluv uzavřených prostřednictvím slevových portálů*. [online]. asociace-sos.cz, 18. července. 2014 [cit. 17. ledna 2017] Dostupné na <https://www.asociace-sos.cz/sos-asociace-k-problematice-uplatnovani-naroku-ze-smluv-uzavrenych-prostrednictvim-slevovych-portalu/>.

Net press media. *Slevové portály nabízí záruku vrácení peněz* [online]. befresh.cz, 20. prosince 2014 [cit. 17. ledna 2017]. Dostupné na <http://www.befresh.cz/nejen-market/slevove-portaly-nabizi-zaruku-vraceni-penez.html>.

TÁBORKSÁ, Jana. *Slevové portály v roce 2015? Kdo jsou největší hráči a jaké jsou trendy?* [online]. businessanimals.cz, 31. srpna 2015 [cit. 02. února 2017]. Dostupné na <http://www.businessanimals.cz/ba/clanky/slevove-portaly-1/>.

*Právo: Nákupy na slevových portálech* [online]. dTest o. p. s., 2. června 2016 [cit. 17. ledna 2017]. Dostupné na <https://www.dtest.cz/clanek-5106/pravo-nakupy-na-slevovych-portalech>.

HUSTÁK, Jan. *Trendy ve slevovém marketingu* [online]. zpravy.e15.cz, 25. října 2012 [cit. 25. října 2012]. Dostupné na <http://zpravy.e15.cz/byznys/pravo-byznys/trendy-ve-slevovem-marketingu-926297>.

*Slevové portály-víte jak na vrácení zboží či na reklamaci?!* [online]. forme.cz, 5. února 2015 [cit. 13. března 2017]. Dostupné na <http://www.forme.cz/finance/slevove-portaly-vite-jak-na-vraceni-zbozi-ci-na-reklamaci.html>.

TÉGL, Petr, MELZER, Filip. *Povinnost jednat v právním styku poctivě*. [online]. bulletin-advokacie.cz, 5. prosince 2014 [cit. 13. března 2017]. Dostupné na <http://www.bulletin-advokacie.cz/povinnost-jednat-v-pravnim-styku-poctive?browser=mobi>.

VÍTOVÁ, Blanka. *„Zlevněné“ zboží a služby na slevových portálech a ochrana spotřebitele* [online]. epravo.cz, 2. června 2014 [cit. 13. července 2017]. Dostupné na <https://www.epravo.cz/top/clanky/zlevnene-zbozi-a-sluzby-na-slevovych-portalech-a-ochrana-spotrebitele-94404.html>.

### **Evropská legislativa:**

Soudní dvůr: Rozsudek ze dne 22. 11. 2001, ve spojených věcech Cape Snc proti Idealservice Srl a Idealservice MN RE Sas proti Omai Srl., C-541/99 a C-542/99

### **České právní předpisy:**

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

zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České Republiky

zákon č. 2/1993 Sb., Listina základních práv a svobod

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

### **Judikatura:**

nález Ústavního soudu ze dne 15. června 2009, sp. zn. I.ÚS 50/04

nález Ústavního soudu ze dne 3. ledna 2000, sp. zn. IV. ÚS 387/99

rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 20. října 2005, sp. zn. 33 Cdo 872/2005

rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 7. listopadu 2000, sp. zn. 30 Cdo 1593/2000

rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 16. listopadu 2001, sp. zn. 33 Odo 706/2001

rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 12. listopadu 2008, sp. zn. 28 Cdo 2713/2008

rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 19. července 2012, sp. zn. 28 Cdo 2552/2011

## **Abstract/Summary**

### **Abstract**

Tato kvalifikační práce pojednává o ochraně spotřebitele při nákupu zboží či služeb na slevových portálech se zaměřením na problematické aspekty určení kontrahenta spotřebitele a povahy smluvního vztahu, do kterého spotřebitel při nákupu na SP vstupuje. Kvalifikační práce dává odpověď na otázku, zda současná právní úprava dokáže svým rozsahem pokrýt a vyřešit úskalí a problémy dané problematiky anebo je potřeba přijmout novou právní úpravu, která bude danou oblast výslovně upravovat. Účelem této práce není pouhé shrnutí dané problematiky, ale také její komplexní právní rozbor, kritické a sumativní hodnocení. Za těmito účely je věnována pozornost právnímu rámci ochrany spotřebitele na slevových portálech v rámci soukromoprávního kodexu a práva EU, konceptu fungování slevových portálů, povaze smluvního vztahu mezi slevovým portálem a dodavatelem zboží či poskytovatelem služby, interpretaci právního jednání provozovatele slevového portálu učiněného na slevovém portále vůči spotřebitelům, která tvoří podstatnou část této práce a konečně povaze smluvního vztahu mezi provozovatelem slevového portálu a spotřebitelem. Řešení dané problematiky de lege lata je analyzováno na reálné kazuistice, neboť součástí této práce je rozbor obchodních podmínek a sdělení jednotlivých SP. Práce především zohledňuje účinnou právní úpravu, nicméně její součástí jsou také úvahy de lege feranda.

### **Summary**

This qualification thesis deals with the consumer protection while purchasing goods and services on the discount websites with the focus on the questionable aspects of the determination of contracting party and the nature of legal relationship. The qualification thesis answers whether contemporary legal adjustment allows to cover and solve obstacles and problems of given issue or if there is a necessity to accept new legal adjustment which would explicitly regulate this domain. This thesis does not merely summarize a given issue, however, it also includes its complex legal analysis as well as its judicial and overall assessment. For these purposes, the attention is focused on the consumer protection on so called discount websites within the private codex and the EU law, the functioning of discount websites, the nature of legal relationship between discount website operator and contractor or provider of service, the interpretation of discount website operator's legal proceedings towards consumers that accounts for an essential part of this thesis and finally the nature of legal relationship between the discount website operator and consumer. The solution of the given issue is analyzed on the real case interpretation due to the fact this thesis is the analysis of commercial terms and conditions, and the notification of individual discount website too.

Primarily, the thesis allows for the effective legal adjustments, nevertheless, it comprises the considerations of *de lege feranda* as well.



## **Klíčová slova**

spotřebitel, ochrana spotřebitele, slevové portály, provozovatelé slevových portálů, jiný podnikatel, slevový poukaz, povaha právního vztahu, kontrahent spotřebitele

## **Key words**

consumer, consumer protection, discount websites, discount websites operators, merchants, discounted certificates (coupons), nature of the legal relationship, contracting party of the consumer