

Univerzita Palackého v Olomouci

Právnická fakulta

DENISA LJASOVSKÁ

Problematické aspekty uzavírání spotřebitelských smluv přes internet

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Olomouc 2013

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma *Problematické aspekty při uzavírání spotřebitelských smluv přes internet* vypracovala samostatně a citovala jsem všechny použité zdroje.

Ráda bych poděkovala JUDr. Blance Vítové, Ph.D. LL.M. za odborné rady a cenné připomínky, které mi pomohly k napsání této práce. Zároveň bych chtěla poděkovat svým rodičům, kteří mě v průběhu celého studia psychicky i materiálně podporovali.

Ve Strážnici dne 3. 7. 2013

Obsah

| | |
|---|-----------|
| OBSAH | 3 |
| SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK | 5 |
| ÚVOD | 6 |
| 1. POJMOVÉ VYMEZENÍ | 8 |
| 1. 1. SMLOUVA A JEJÍ UZAVÍRÁNÍ | 8 |
| 1. 2. OCHRANA SPOTŘEBITELE | 9 |
| 1. 3. DISTANČNÍ SMLOUVY | 13 |
| 1. 4. ELEKTRONICKÝ OBCHOD | 14 |
| 2. PRÁVNÍ ÚPRAVA SOUVISEJÍCÍ S UZAVÍRÁNÍM SPOTŘEBITELSKÝCH SMLUV PŘES INTERNET | 17 |
| 2. 1. ÚPRAVA NA ÚROVNI EU | 17 |
| 2. 2. ÚČINNÁ ÚPRAVA | 19 |
| 2. 3. DE LEGE FERENDA | 21 |
| 3. PROBLEMATICKÉ ASPEKTY PŘI UZAVÍRÁNÍ SMLUV | 24 |
| 3. 1. OBECNĚ | 24 |
| 3. 2. SUBJEKTY | 25 |
| 3. 3. INFORMAČNÍ POVINNOST | 30 |
| 3.3.1 <i>Zvláštní informační povinnost u smluv uzavíraných prostřednictvím prostředků komunikace na dálku</i> | 30 |
| 3. 3. 2 <i>Informační povinnost dle NOZ</i> | 32 |
| 3. 3. 3 <i>Obecná informační povinnost a poskytování nesprávných informací</i> | 33 |
| 3. 4. PRÁVNÍ ÚKONY | 34 |
| 3. 5. OKAMŽIK UZAVŘENÍ SMLOUVY | 40 |
| 3. 5. 1. <i>Návrh</i> | 40 |
| 3. 5. 2. <i>Přijetí návrhu (akceptace)</i> | 42 |
| 3. 6. POSKYTNUTÍ PLNĚNÍ BEZ OBJEDNÁVKY | 44 |
| 3. 7. PŘEDMĚT KUPNÍ SMLOUVY | 46 |
| 3. 8. VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY | 47 |
| 4. UZAVÍRÁNÍ SMLUV PROSTŘEDNICTVÍM INTERNETOVÉ AUKCE | 51 |
| 5. UZAVÍRÁNÍ SMLUV PROSTŘEDNICTVÍM SLEVOVÝCH PORTÁLŮ | 54 |
| 6. ZÁVĚR | 57 |
| SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ: | 59 |
| KOMENTÁŘOVÁ LITERATURA: | 59 |
| MONOGRAFIE:..... | 59 |
| ČLÁNKY:..... | 60 |
| PRÁVNÍ PŘEDPISY: | 62 |
| SMĚRNICE EVROPSKÉ UNIE: | 62 |

| | |
|---------------------------------|-----------|
| JUDIKATURA: | 63 |
| OSTATNÍ: | 63 |
| SHRNUTÍ (ABSTRAKT) | 65 |
| SUMMARY | 66 |
| KLÍČOVÁ SLOVA | 67 |
| KEYWORDS | 67 |

Seznam použitých zkratek

APEK- Asociace pro elektronickou komerci

CEC- Evropský zákoník o smlouvách

ČOI- Česká obchodní inspekce

EU- Evropská Unie

ESD- Evropský soudní dvůr

NOZ – zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

OZ – zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

ObchZ.- zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník

PECL- Principy evropského smluvního práva

Úvod

Žijeme v době, kdy je internet důležitou součástí života ve společnosti. Jakkoli to zní zvláště, je to nepopíratelným faktem, který dosvědčuje mimo jiné i to, že některé Evropské státy přímo uznaly právo na přístup k internetu jako základní lidské právo¹ a v odborných kruzích na toto téma probíhají četné diskuze.

Souvisí to nejen s technickým rozvojem, ale také s narůstající tendencí řešit přes internet stále více záležitostí, které byly dříve nepředstavitelné, jako je jednání s orgány státní moci (příkladem může být elektronizace justice), bankovní převody nebo neméně významné nakupování.

Pro každého je uzavírání smluv přes internet svým způsobem výhodné. Pro dodavatele to znamená zejména nižší náklady a dostupnost jeho zboží širšímu spektru zákazníků, bez ohledu na otvírací dobu nebo geografickou polohu, ve srovnání s klasickými kamennými obchody. Dostupnost zboží spolu s nižší cenou, ve které se odráží nižší náklady dodavatele, je nespornou výhodou také pro spotřebitele. Spotřebiteli je navíc umožněno například nakupovat z pohodlí domova a tím výrazně ušetřit čas. Na druhou stranu právě absence osobního kontaktu přináší četná rizika.

Téma uzavírání spotřebitelských smluv přes internet je tedy tématem velmi aktuálním a zároveň praktickým, jak z hlediska využití pro dodavatele a spotřebitele, tak i po stránce právní. Je nezpochybnitelné, že internet má značné využití i v závazkových vztazích mezi podnikateli, avšak závazky uzavírané se spotřebitelem vyžadují větší míru ochrany a tím si také zaslouží tak trochu větší pozornost, co se právní regulace týče.

Technický pokrok vždy znamená zkoušku obecnosti a nadčasovosti právních norem. Ty, které obstojí, je možno aplikovat bez ohledu na technické a společenské změny. Řada právních předpisů však nezná řešení na nově vznikající situace a je třeba tyto předpisy novým trendům přizpůsobovat. Ne všechny změny jsou potom správné a včasné.

Tato práce vychází především z právní úpravy „starého“ občanského zákoníku, tedy z. č. 40/1960 Sb., s nezbytným přihlédnutím k blížícímu se datu účinnosti nového občanského zákoníku. Kde to bylo účelné, jsem tedy uvedla obě úpravy, přičemž zvláštní pozornost nové úpravě je věnována v podkapitole *De lege ferenda*.

Cílem této práce je zejména vymezit základní pojmy související s uzavíráním smluv přes internet spotřebiteli, nejčastěji tedy s nakupováním. Uvést s tím související právní

¹ Více viz. GŘIVNA, Tomáš a HERCZEG, Jiří. Právo na přístup k internetu, blokáce stránek a digitální gilotina. *Trestněprávní revue*. roč. 2010, č. 5.

úpravu, a to jak v českém právním řádu, tak s nahlédnutím do evropských předpisů a rozebrat některé problematické aspekty, jako jsou samotný okamžik uzavření smlouvy, zvláštnosti týkající se subjektů uzavírajících smlouvy on-line, problematika všeobecných obchodních podmínek a vymezení předmětu smlouvy. Samostatná podkapitola je věnována i tzv. setrvačnému prodeji, který dle mého názoru s kontraktací na internetu souvisí.

V následujících kapitolách se budu věnovat specifickým způsobům uzavírání smluv přes internet, kterými jsou uzavírání smluv prostřednictvím aukce a slevových portálů. Tyto způsoby kontraktace patří k těm nejmodernějším.

Vzhledem k rozsahu této práce jsem se rozhodla zabývat se pouze samotným uzavíráním spotřebitelských smluv. Širší záběr jsem považovala za účelný pouze v kapitole o pojmovém vymezení a v kapitole zabývající se právní úpravou. Stranou tedy zůstane plnění ze smlouvy, její případný zánik nebo uplatnění vad. Cílem také není historie ani technická stránka fungování celého systému.

Tam, kde to bylo vhodné, jsem se snažila uvádět příklady. Samozřejmostí je relevantní judikatura. Ta bohužel není příliš rozsáhlá. Závěrečná kapitola je věnována shrnutí a zhodnocení celé problematiky a použití zdrojů.

Při své práci jsem vyhledávala a zkoumala obchodní podmínky vybraných e-shopů, aukčních portálů a slevových portálů a snažila se analyzovat jednotlivé poznatky.

1. Pojmové vymezení

V první kapitole se budu zabývat úvodem do problematiky této práce, a to skrze vymezení základních pojmů, které se vztahují k uzavírání spotřebitelských smluv přes internet. Jednotlivé pojmy budu procházet postupně, od obecnějších ke konkrétnějším. Jako první vymezím pojem samotné smlouvy, poté speciálně smlouvu uzavíranou se spotřebitelem, specifika ochrany spotřebitele spolu s nezbytným vymezením subjektů- dodavatele a spotřebitele. Odtud se poté vydělují distanční smlouvy a v rámci těchto smluv je nutné dále vyčlenit elektronický obchod a pojmy s ním související.

V souvislosti s výkladem pojmů je třeba zmínit důležitou roli Evropského soudního dvora, který prostřednictvím své judikatury vyložil celou řadu obecných pojmů² souvisejících se směrnicemi na ochranu spotřebitele nebo sporných otázek týkajících se jurisdikce spotřebitelských sporů.³

1. 1. Smlouva a její uzavírání

Kontraktace neboli uzavírání smluv, patří nepochybně k základním kamenům závazkového práva. „*Smlouva je dvoustranný, resp. vícestranný právní úkon, k jehož vzniku je třeba shodného projevu vůle dvou, resp. více smluvních stran ohledně celého obsahu smlouvy.*“⁴ Další definice je zakotvena v § 1714 NOZ, kde je uvedeno, že *smlouvou projevují strany vůli zříditi mezi sebou závazek a řídit se obsahem smlouvy.* Vznik každé smlouvy tedy nutně vyžaduje naplnění určitých prvků, které vedou k uzavření smlouvy. Právě proces vedoucí k naplnění těchto jednotlivých prvků bývá často v literatuře označován jako technologie kontraktace. Jednotlivými kroky směřujícími ke vzniku smlouvy se budu zabývat v následujících kapitolách.

Smlouvy podléhají v teoretické rovině celé řadě členění.⁵ Smlouvy zakládající právní vztahy, kterým se vzhledem k účelu této práce budu věnovat nejvíce, jsou děleny na dvě

² Př. pojem „spotřebitel“ ve spojených rozsudcích Soudního dvora ze dne 22. 11. 2001 C- 541/99 a C 542/99

³ Např. Rozsudek Evropského soudního dvora ze dne 14. 12. 1977 C-59/77

⁴ ŠVESTKA, Jiří a DVOŘÁK, Jan. *Občanské právo hmotné.* 5., jubilejní aktualiz. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009, 550 s. ISBN 978-807-3574-734. str. 28.

⁵ Rozdělujeme smlouvy soukromoprávní a veřejnoprávní, závazkové nebo věcněprávní, či jiné. Obligační smlouvy bývají dále děleny podle druhu následku, který způsobují, na ty, jež zakládají závazkové právní vztahy, ty které závazkové právní vztahy zajišťují, smlouvy působící změnu závazkových právních vztahů a smlouvy mající za následek zánik závazkových právních vztahů, viz. ŠVESTKA, Jiří a DVOŘÁK, Jan. *Občanské právo hmotné.* 5., jubilejní aktualiz. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009, 550 s. ISBN 978-807-3574-734. str.38.

skupiny. Na smlouvy výslovně upravené (typické, nominátní), jejichž jednotlivé typy jsou upraveny hlavami osmé části OZ a smlouvy nepojmenované (atypické, innominátní), které je možné uzavírat na základě ustanovení § 51 OZ a § 491 OZ.

Rozlišení smluv má význam také z jazykového hlediska a tím také z hlediska interpretace právních norem. Smlouvy, které zakládají závazek, se většinou označují jako „smlouvy“ a ostatní smlouvy se označují jako „dohody“.⁶ V obou případech jde vždy o konsenzus smluvních stran. Oproti současné účinné právní úpravě NOZ se snaží respektovat toto rozlišení.⁷ To je dle mého názoru velmi prospěšné a vede to k větší srozumitelnosti předpisu.

1. 2. Ochrana spotřebitele

K základním principům soukromého práva patří bezesporu princip ochrany slabší strany, oproti němuž stojí princip autonomie vůle nebo v širším slova smyslu také zásada rovnosti stran v soukromém právu. Vůle, v tomto případě úžeji kontraktační svoboda, je tedy omezována ochranou slabší strany.

V posledních letech, zejména v souvislosti s vlivy práva Evropské unie, a to především práva sekundárního, dochází k rozšiřování právních norem, týkajících se ochrany spotřebitele. V našem soukromém právu se ochrana spotřebitele objevuje od 90. let minulého století⁸ právě prostřednictvím implementovaných směrnic v podobě celé řady novelizací.⁹

Nástrojem zákonodárce v oblasti ochrany spotřebitele v obligačních vztazích je zakotvení tzv. spotřebitelských smluv v českém právním řádu. Vymezení pojmů spotřebitelská smlouva a dalších souvisejících pojmů nám podává přímo zákonodárce.

Samotný pojem „spotřebitelská smlouva“ je zakotven především v § 52 odst. 1 OZ,¹⁰ jako *smlouvy kupní, smlouvy o dílo, případně jiné smlouvy, pokud jsou na jedné straně spotřebitel a na druhé straně dodavatel*. Tento pojem je nepřesný a v NOZ je nahrazen pojmem „smlouvy uzavírané se spotřebitelem“, což lépe vystihuje charakter těchto smluv.

⁶ Například dohoda o ručení

⁷ HULMÁK, Milan. Uzavírání smluv podle nového občanského zákoníku. *Právní rozhledy*. roč. 2012, č. 1.

⁸ SELUCKÁ, Markéta. *Ochrana spotřebitele v soukromém právu*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2008, xv, 134 s. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-807-4000-379.str.16.

⁹ Zejména z. č. 40/1964 Sb., občanského zákoníku a to novelou č. 159/1999 Sb., č. 367/2000 Sb., č. 135/2002 Sb., č. 136/2002 Sb. apod, dále novely zákona č. 513/1991 Sb. obchodního zákoníku a to novely č. 370/2000 Sb., atd.

¹⁰ Mimo OZ nalezneme definici spotřebitele ještě v celé řadě dalších předpisů, především v zákoně č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, z. č. 127/2005 Sb. o elektronických komunikacích a obdobně také v z.č. 256/2005 Sb., o podnikání na kapitálovém trhu.

Pojem „spotřebitelská smlouva“ totiž může vyvolávat mylný dojem, že se jedná o kategorii smluv typu- kupní smlouva, darovací smlouva apod. Pojem spotřebitelské smlouvy je zde ale zároveň použit jako legislativní zkratka¹¹ a z těchto důvodů bude také často používán v této práci.

Navíc je třeba poznamenat, že spotřebitelský vztah vzniká již před uzavřením smlouvy, jak vyplývá z dikce § 52 odst. 2) resp. i odst. 3) OZ. Zde je uvedeno, že „*při uzavírání a plnění smlouvy*“ je dodavatel dodavatelem a spotřebitel spotřebitelem. Z tohoto slovního spojení je už při využití jazykového výkladu zřejmé, že k uzavření samotné smlouvy ani nemusí dojít, aby byly naplněny definiční znaky subjektů.¹²

NOZ definuje spotřebitelské smlouvy jako smlouvy, které uzavírá se spotřebitelem podnikatel. Z výše uvedených definic spotřebitelských smluv jasně vyplývá, že pro označení smlouvy za spotřebitelskou je rozhodující postavení subjektů, které jsou nebo potenciálně budou smluvními stranami.

Jedním ze subjektů smlouvy je dodavatel.¹³ Dodavatelem je *ex lege osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy jedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti*.¹⁴ Nejasnou částí této definice v OZ je především slovní spojení „Obchodní činnost“. Ta totiž na rozdíl od podnikatelské činnosti, jejíž definici nalezneme v ObchZ v § 2, nikde vymezena není. Dovozuje se tedy, že obchodní činností není myšleno pouze podnikání ve formálním slova smyslu, naopak se spíše uplatní hledisko materiální.¹⁵ I neoprávněný podnikatel (viz. dále) má postavení dodavatele (i v souvislosti s §3a ObchZ). Výklad je tedy extenzivní.

V NOZ je užito pojmu „podnikatel“. Zákon uvádí, že podnikatelem pro účely ochrany spotřebitele je *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*.¹⁶ Tato definice je pojmově širší, umožní jednodušší výklad a bude snazší subsumovat pod tuto definici také subjekty, jejichž účelem

¹¹ Srov. §1810 NOZ

¹² SELUCKÁ, Markéta. *Ochrana spotřebitele v soukromém právu*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2008, xv, 134 s. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-807-4000-379. str.33.

¹³ V českém právním řádu se objevují různé pojmenování pro „profesionální“ subjekt spotřebitelského vztahu, např. v zákoně o ochraně spotřebitele je podnikatel, v z. o spotřebitelském úvěru věřitel atd.

¹⁴ Srov. §52 odst. 2) OZ

¹⁵ ŠVESTKA, J., Spáčil, J. Škárová, M., Hulmák, M. a kol. *Občanský zákoník I. Komentář*. 2. Vydání. Praha: C. H .Beck 2009, 1394 s. ISBN 978-80-7400-108-6, str. 464 a 468.

¹⁶ Srov, § 420 odst. 2) NOZ

není pouze dosažení zisku.¹⁷ Navíc uvádí i skupinu osob, která je v současné účinné úpravě zcela opomenuta, a to osoby, které jednájí jako zástupci podnikatele.

Druhým subjektem spotřebitelského vztahu je samozřejmě spotřebitel. *Spotřebitelem je fyzická osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání.* Dřívější úprava před novelou č.155/2010 Sb., zahrnovala do pojmu „spotřebitel“ osoby jak fyzické, tak právnické, což nebylo v souladu s některými směrnici Evropské Unie.¹⁸ Dnes je již úprava OZ se směrnicí v souladu a jsou zde uvedeny výlučně osoby fyzické. Na toto pojetí navazuje i NOZ, kde je spotřebitel rovněž fyzickou osobou. Celá definice je zde velmi podobná jako u OZ, zahrnuje ale i „jiné jednání“ s podnikatelem, tzn., nemusí se vždy nutně jednat pouze o uzavírání a plnění smlouvy, ale spotřebitel bude chráněn i v jiných situacích.

Přes výše uvedené definice je v některých situacích při vzniku závazkového vztahu obtížné určit, zda se v konkrétním případě skutečně jedná o osobu s postavením spotřebitele nebo nikoli. Fyzická osoba totiž zcela jistě může v některých závazkových vztazích vystupovat jako dodavatel resp. podnikatel a v jiných jako spotřebitel. Není tudíž rozhodující formální označení osoby jako podnikatele, ale účel, s jakým ve vztazích jedná. Je-li cílem uzavření smlouvy například nákup nábytku do kanceláře podnikatele- výrobce potravin, jedná tak za účelem své osobní, resp. soukromé potřeby a nesplňuje tudíž zákonnou definici jednání v rámci obchodní činnosti.

Některé situace mají však z části spotřebitelský a z části podnikatelský charakter. Jako příklad se uvádí rozhodnutí ESD ve věci Johan Gruber v. Bay Wa AG,¹⁹ kdy šlo o nákup automobilu podnikatelem. ESD v tomto případě dovodil, že pokud je smlouva uzavírána částečně pro podnikatelské a částečně pro soukromé účely, nejedná se o spotřebitelskou smlouvu. Výjimkou by byla situace, kdy by byl podnikatelský účel ve vztahu k celkovému rozsahu dodávky zanedbatelný.²⁰ Je ovšem nutné přihlídnout také k tomu, zda osoba prodávající znala nebo mohla předpokládat účel smlouvy.

¹⁷ ELIÁŠ, Karel. *Nový občanský zákoník s aktualizovanou důvodovou zprávou a rejstříkem*. 1. vyd. Ostrava: Sagit, 2012, 1119 s. ISBN 978-807-2089-222. Str. 202

¹⁸ Směrnice Rady 93/13/EHS ze dne 5. dubna 1993 o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách nebo např. také směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/31/ES ze dne 8. června 2000, o některých aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu („směrnice o elektronickém obchodu“)

¹⁹ Jedná se o rozhodnutí C- 464/01 ze dne 20. 01. 2005, Sbírka rozhodnutí I-00439/2005

²⁰ ŠVESTKA, J., Spáčil, J. Škárová, M., Hulmák, M. a kol. *Občanský zákoník I. Komentář*. 2. Vydání. Praha: C. H .Beck 2009, 1394 s. ISBN 978-80-7400-108-6, str 469

Ani úprava na úrovni EU není, co se týče definice spotřebitele, zcela jednotná. V některých předpisech subsumuje pojem spotřebitel i právnické osoby²¹ a je nutno říct, že jsou případy, kdy si zcela jistě i právnické osoby zaslouhují „spotřebitelskou“ ochranu, jako jsou například subjekty působící v neziskovém sektoru.²² Tuto ochranu jim definice spotřebitele v OZ ani NOZ neposkytuje. Lze však zcela nepochybně dojít k závěru, že ochrana právnických osob je uskutečnitelná skrze obecnou ochranu slabší strany v soukromém právu.²³

Nová směrnice Evropské Unie 2011/83/ES, které se budeme ještě v dalším textu více věnovat, definuje spotřebitele jako fyzické osoby, které jednají za účelem, který nelze považovat za obchodní činnost, podnikání, řemeslo nebo povolání. Zároveň směrnice uvádí, že pokud má smlouva dvojitý účel, tj. smlouva uzavřena za účelem částečně spadajícím do rámce a částečně mimo rámec obchodní činnosti dané osoby a obchodní účel této činnosti je natolik okrajový, že nepřevažuje v celkovém kontextu dotčené transakce, tato osoba by rovněž měla být považována za spotřebitele.²⁴

Ústavní soud rozhodoval ve výše nastíněné otázce nálezem ze dne 10. 1. 2012 sp. zn. I. ÚS 1930/11, kde uvedl, že *porušení práva na spravedlivý proces představuje taková interpretace ustanovení na ochranu spotřebitele a to i ve vztazích podřízených režimu ObchZ, která vede k odmítnutí jejich aplikace na vztahy, v nichž vystupuje fyzická osoba, která má podnikatelské oprávnění, avšak v těchto vztazích se jako podnikatel nechová*. Meritum sporu, založené na tom, zda měla být stěžovatelka posuzována jako spotřebitel či nikoli, zde vyznělo ve prospěch stěžovatelky. Ta požadovala možnost odstoupit od kupní smlouvy, jejímž předmětem byly diamantové šperky. Tuto smlouvu stěžovatelka uzavřela při reklamní prezentaci žalované společnosti.

Díky úpravě smluv uzavíraných se spotřebiteli tedy zákon poskytuje zvýšenou ochranu výše definovanému spotřebiteli na úkor povinností dodavatele oproti běžným kontrahentům.²⁵ Zároveň lze ochranu spotřebitele charakterizovat „*nejen jako ochranu před dodavatelem, ale mnohdy i před spotřebitelem samým*.“²⁶

²¹ Př. Směrnice 90/314/EHS

²² SELUCKÁ, Markéta. Ochrana spotřebitele v navrhovaném občanském zákoníku. *Právní rozhledy*. 2009, roč. 2009, č. 10.

²³ MELZER, Filip. K úpravě ochrany spotřebitele ve vládním návrhu občanského zákoníku. *Právní rozhledy*. roč. 2009, č. 21.

²⁴ Čl 2. Odst. 1) Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/ES ve spojení s bodem 17) preambule této směrnice.

²⁵ Nejedná se tedy o samostatný smluvní typ, není předepsána ani konkrétní forma.

²⁶ SELUCKÁ, Markéta. *Ochrana spotřebitele v soukromém právu*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2008, xv, 134 s. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-807-4000-379. str. 2.

Tento přístup však optikou soukromého práva není zcela ideální.²⁷ V některých konkrétních případech je spotřebitel chráněn více, než je objektivně nutné. Tak je tomu zejména u spotřebitelů, kteří jsou v jiných situacích sami podnikatelé.

1. 3. Distanční smlouvy

Specifické postavení v rámci takto v předchozí podkapitole vymezených smluv mají ustanovení upravující smlouvy uzavírané prostřednictvím prostředků komunikace na dálku (§ 53 a násl. OZ), a to hlavně vzhledem ke skutečnosti, že jsou ve vztahu k „obyčejným“ spotřebitelským smlouvám speciální a stanovují specifické povinnosti pro silnější stranu, samozřejmě s přihlédnutím k charakteru takto uzavíraných smluv. Dá se také říct, že smlouvy uzavírané tímto způsobem modifikují technologii kontraktace.

Prostředky komunikace na dálku umožňují uzavření smlouvy bez současné fyzické přítomnosti kontrahentů. Tento typ smluv bývá pro tento zvláštní způsob jejich uzavírání nazýván také jako distanční smlouvy.

Zákon uvádí demonstrativním výčtem, co se prostředky komunikace na dálku rozumí- neadresovaný tisk, adresovaný tisk, typový dopis, reklama v tisku s objednávkovým tiskopisem, katalog, telefon s lidskou obsluhou i bez, rozhlas, videotelefon, videotext, elektronická pošta, fax, televize, veřejná komunikační síť, například internet. O tuto poslední položku byl výčet rozšířen až novelou 56/2006 Sb. Výčet prostředků komunikace na dálku vychází ze Směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených na dálku. Zde jsou uvedeny v příloze I. této směrnice, na niž odkazuje článek 2. odst. 4.

Z výše uvedeného výčtu vyplývá, že ne všechny smlouvy uzavřené prostřednickým prostředků komunikace na dálku lze tedy používat za elektronické, resp. internetové smlouvy.

Zároveň však pod pojmem „distanční smlouvy“ nemusíme vždy chápat pouze smlouvy spotřebitelské. Pokud dojde k uzavření smlouvy například mezi dvěma podnikateli prostřednictvím prostředků komunikace na dálku nebo mezi dvěma fyzickými osobami (například přes inzerát), neplatí zde zvýšená zákonná ochrana a jedná se naopak o smlouvy, na něž se vztahuje obecná právní úprava.²⁸ I když je nepochybné, že smlouva byla uzavřena bez jejich současné fyzické přítomnosti.

²⁷ Více např. HAVEL, Bohumil. Poznámky k ustanovení § 53 odstavec 8 občanského zákoníku : (induktivní náhled). *Právník*, 2004, roč. 143, č. 1, s. 79.

²⁸ ŠALOMOUN, Michal. Distanční smlouvy aneb jak nakupovat zajíce v pytli. In: *Současné aktuální otázky spotřebitelského práva: sborník příspěvků z konference konané na PrF MU dne 18.1.2008*. 1. vyd. Brno:

Shrneme-li pojetí současné právní úpravy, je součástí obecného principu spravedlnosti chránit slabší stranu v soukromém právu, za účelem jakéhosi vyvážení sil. Tento obecný princip zákonodárce uplatňuje mimo jiné ve zvýšené ochraně spotřebitele při uzavírání smluv se „zkušenějším“ dodavatelem resp. podnikatelem a z této zvýšené ochrany ještě vybírá určité situace, jako je uzavírání smluv prostřednictvím komunikace na dálku,²⁹ které chrání ještě silněji.

Tato ochrana se projevuje zejména ve zvýšené informační povinnosti, nepřiměřených ujednáních ve spotřebitelských smlouvách a v rozšíření možností odstoupení od smlouvy.

1. 4. Elektronický obchod

Elektronický obchod nebo také E-commerce je pojmem, který zahrnuje celou škálu jednání a není nikde ustáleně definován, neboť se dá chápat v odlišné širší pojetí.³⁰ Tato jednání se poté člení do řady kategorií podle různých kritérií.

V literatuře³¹ je často používané zejména členění podle charakteru subjektů. Subjektem může být podnikatel (B, buissines), spotřebitel (C, consumer) a státní správa (A, administration), a tyto subjekty spolu fungují v různých kombinacích. Proto smlouvy spotřebitelské označujeme jako B2C, smlouvy uzavírané mezi podnikateli B2B, smlouvy, kdy spolu obchodují dvě osoby na úrovni spotřebitele C2C. Elektronická výměna ve státní správě je označována A2A, podání podnikatelských subjektů, směřované státní správě, jako jsou například daňová přiznání B2A, nebo v případě, že takové podání činí přímo spotřebitel, C2A.

Dle nejčastějšího způsobu uzavření elektronické smlouvy ještě dělíme na tzv. Click-wrap smlouvy, případně click-through smlouvy a tzv. Browse-wrap smlouvy.

Click-wrap smlouvy jsou používány při nakupování v e-shopech a jedná se o takové typy smluv, které se uzavírají kliknutím myši na příslušném místě na webové stránce. Často se na místě ke kliknutí objevuje nápis SOUHLASÍM nebo DOKONČIT, čímž je vyjádřena vůle kupujícího být vázán smlouvou. A pokud jsou zachovány ostatní náležitosti právního

Masarykova univerzita, 2008, s. 34-39. Spisy Právnické fakulty Masarykovy univerzity v Brně, sv. 327. ISBN 9788021045682.str.34.

²⁹ Nebo také uzavírání smluv mimo prostory obvyklé k podnikání, § 57 OZ.

³⁰ Více k tomuto srov. SMEJKAL, V. a kol. *Právo informačních a telekomunikačních systémů*. 2.vydání. Praha: C.H.Beck, 2004, str. 346.

³¹ Například SELUCKÁ, Markéta. *Ochrana spotřebitele v soukromém právu*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2008, xv, 134 s. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-807-4000-379 nebo HENDRYCH, Dušan. *Právní slovník*. 3., podstatně rozš. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2009, xxii, 1459 s. Beckovy odborné slovníky. ISBN 978-80-7400-059-1.

úkonu, smlouva vznikne.³² Zde je nejproblematičtějším aspektem skutečnost, zda si je kupující vědom toho, že kliknutím uzavírá smlouvu a souhlasí také se smluvními podmínkami. Musí být tedy splněno kritérium srozumitelnosti. Typickým znakem je pro tento druh smluv tzv. adhezní charakter. To znamená, že spotřebitel nemá možnost měnit obsah smlouvy, vše funguje na principu „take it or leave it“.³³

Možnou podkategorií click-wrap smluv jsou takzvané click-through smlouvy. Jsou založené také na principu klikání, nejde však jen o jedno kliknutí, jako potvrzení celé smlouvy, ale o několik kliknutí na příslušná místa za sebou. Tímto je možné obsah budoucí smlouvy modifikovat, například co do počtu kusů kupovaného zboží, způsobu dodání nebo způsobu zaplacení kupní ceny. Souhlas je však projevěn až konečným kliknutím.³⁴ Tento typ smluv se dle mého názoru objevuje u českých e-shopů asi nejčastěji a je pro účely nakupování na internetu nejvhodnější.

Browse-wrap smlouvy jsou uzavírány samotným prohlížením webové stránky jednoho kontrahenta druhým kontrahentem nebo stahováním dat. Je zde tedy typická jakási konkludentnost. Není totiž třeba výslovné akceptace, jako je tomu u předchozích typů smluv. Nutností je pouze stanovení určitých srozumitelných obchodních podmínek, viditelných na webové stránce, se kterými má spotřebitel možnost se předem seznámit.³⁵ Prakticky to vypadá tak, že potenciální návštěvník určitých webových stránek je předem upozorněn prostřednictvím často krátkého textu na skutečnost, že stránky, které hodlá navštívit, jsou v režimu browse-wrap a zároveň vstupem na tyto stránky souhlasí s obchodními podmínkami, které jsou zde uvedeny. Tento text lze označit jako browse-wrap doložku. Vzhledem k tomu, že zde však v podstatě chybí aktivně projevovaná akceptace ze strany návštěvníka webových stránek, není tento typ smluv dle mého názoru příliš praktický.³⁶

Konkrétnější definici internetu ponechám odborníkům z jiných oblastí vědy. Pro účely této práce budeme internet chápat tak, jako jej zřejmě chápe většina běžných uživatelů, a to jako celosvětový systém propojených počítačových serverů, který umožňuje uživatelům

³² VUČKA, Jan. Elektronické smlouvy - část II: Click-through smlouvy. [online]. 11. 3. 2002 [cit. 2012-11-07].

Dostupné z: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=72344>

³³ Volně přeloženo „ber nebo nech být“. Smlouva je přijímána an block, tak jak je navržena oferentem.

³⁴ VUČKA, Jan. Elektronické smlouvy - část II: Click-through smlouvy. [online]. 11. 3. 2002 [cit. 2012-11-07].

Dostupné z: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=72344>

³⁵ HORBAL, Paul a MACODRUM, Donald. Browse wrap agreements catch notice of courts. [online]. 20. 7 2012 [cit. 2012-11-08]. Dostupné z: <http://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=51bfb5cc-3754-4811-b73d-cdaf52f6a0df>

³⁶ Srov. rozsudek okresního soudu v Nevadě: Zappos.com, Inc., Customer Security Breach Litigation, 3:12-cv-00325 (D. Nev. Sept. 27, 2012)

mezi sebou vzájemně komunikovat.³⁷ Internet již nelze chápat jako prosté médium, neboť se zde objevuje celá řada otázek, které nesouvisí pouze s výměnou informací, ale naopak se zde setkáváme se specifickými subjekty i objekty právních vztahů, společenskými institucemi a instituty, na jejichž existenci a fungování musí právo reagovat.³⁸

³⁷ HENDRYCH, Dušan. *Právní slovník*. 3., podstatně rozš. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2009, xxii, 1459 s. Beckovy odborné slovníky. ISBN 978-80-7400-059-1.

³⁸ POLČÁK, Radim a ŠTĚDRŮ, Bohumil. K některým právním otázkám e-kontraktace. *Právní rozhledy*. roč. 2004, č. 18.

2. Právní úprava související s uzavíráním spotřebitelských smluv přes internet

2. 1. Úprava na úrovni EU

Vzhledem k faktu, že naše dnešní úprava spotřebitelského práva vychází především z úpravy práva Evropské unie, je důležité v první řadě zmínit především tuto úpravu. Všeobecně se spotřebitelského práva týká celá řada směrnic, které se v Evropském právu začali objevovat zejména po roce 1972, kdy se konal tzv. Pařížský summit.³⁹

S ohledem na zaměření této práce vybírám především ty, které se týkají uzavírání smluv distančním způsobem, a to alespoň částečně. Za nejdůležitější je možno považovat směrnici Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES ze dne 20. května 1997, o ochraně spotřebitele, v případě smluv uzavřených na dálku, ve znění pozdějších předpisů. Nutnost harmonizace vychází především z toho, že *volný pohyb zboží a služeb ovlivňuje nejen podnikatelský sektor, ale také soukromé fyzické osoby, že to představuje možnost přístupu spotřebitelů ke zboží a službám jiného členského státu za stejných podmínek, jaké má obyvatelstvo tohoto státu.*⁴⁰ Evropská komise však roku 2005 zahájila proces revize roztržité úpravy spotřebitelského práva.⁴¹ Výsledkem tohoto procesu je „nová“ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 15. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a Směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje Směrnice Rady 85/577/EHS a Směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES.

Tato směrnice musí být provedena členskými státy do 13. prosince 2013.⁴² Směrnice 85/577/ES a 97/7/ES byly přezkoumány za účelem zjednodušení a aktualizace platných pravidel a odstranění nesrovnalostí a mezer. Upouští se zde od koncepce minimální harmonizace, s tím, že prodej na dálku má velký potenciál a není v rámci vnitřního trhu využíván v plné míře. Proto Evropská Unie přechází na tzv. úplnou harmonizaci, která si klade za cíl zvýšit právní jistotu spotřebitelů i obchodníků.

Úroveň harmonizace je zakotvena článkem 4. Těto „nové“ směrnice. *Členské státy nesmí v rámci svého vnitrostátního práva ponechat v platnosti ani zavádět ustanovení*

³⁹ Key dates: Consumer and marketing law. *European commission* [online]. [cit. 2013-03-04]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/dates/index_en.htm

⁴⁰ Čl. 2 preambule ke směrnici 97/7/ES

⁴¹ První výroční zpráva o pokroku v oblasti evropského smluvního práva a přezkumu *acquis*: KOM/2005/0456 v konečném znění

⁴² Viz čl. 28 uvedené směrnice

odchylná od ustanovení této směrnice, včetně více či méně přísných ustanovení za účelem zajištění odlišné úrovně ochrany spotřebitele, pokud není v této směrnici stanoveno jinak.

Směrnice se snaží reflektovat nové technické prostředky komunikace. V čl. 36 preambule uvádí, že *v případě smluv uzavřených na dálku by požadavky na informace měly být přizpůsobeny tak, aby bylo přihlédnuto k technickým omezením určitých médií, například k omezenému počtu znaků na displejích určitých mobilních telefonů nebo k časovému omezení u televizních reklamních šotů.* Zvláštností směrnice je také zavedení vzorového formuláře pro odstoupení od smlouvy, který je určen spotřebitelům ke zjednodušení procesu odstoupení od smlouvy.

Další významnou směrnicí je směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/31/ES ze dne 8. června 2000, o některých aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu („směrnice o elektronickém obchodu“), která ovšem není primárně zaměřená ani tak na ochranu spotřebitele, ale na elektronický obchod všeobecně, bez ohledu na subjekty. Cílem je především posílení hospodářství a zajištění vysoké úrovně integrace pro služby informační společnosti. Hlavními oblastmi, které směrnice upravuje, jsou:⁴³ Určení jurisdikce nad poskytovatelem elektronických služeb, určení odpovědnosti poskytovatelů elektronických služeb, informační povinnosti a omezení překážek pro e-smlouvy.

Ostatní směrnice dotýkající se elektronické kontraktace jsou zejména Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2002/22/ES ze dne 7. března 2002 o univerzální službě a právech uživatelů týkajících se sítí a služeb elektronických komunikací, v dnešní době již změněna směrnicí Evropského parlamentu a Rady 2009/136/ES ze dne 25. listopadu 2009, kterou se mění směrnice 2002/22/ES o univerzální službě a právech uživatelů týkajících se sítí a služeb elektronických komunikací, směrnice 2002/58/ES o zpracování osobních údajů a ochraně soukromí v odvětví elektronických komunikací a nařízení (ES) č. 2006/2004 o spolupráci mezi vnitrostátními orgány příslušnými pro vymáhání dodržování zákonů na ochranu zájmů spotřebitele; a také směrnicí Evropského parlamentu a Rady 2009/140/ES ze dne 25. listopadu 2009, kterou se mění směrnice 2002/21/ES o společném předpisovém rámci pro sítě a služby elektronických komunikací, směrnice 2002/19/ES o přístupu k sítím elektronických komunikací a přiřazeným zařízením a o jejich vzájemném propojení a směrnice 2002/20/ES o oprávnění pro sítě a služby elektronických komunikací. Tyto směrnice a jejich následná implementace měly za následek především zvýšení úrovně ochrany

⁴³ POLČÁK, Radim a ŠTĚDRŮŇ, Bohumil. K některým právním otázkám e-kontraktace. *Právní rozhledy*. roč. 2004, č. 18.

spotřebitele před spamem, viry a dalšími kybernetickými útoky. Nejedná se tedy o ochranu přímo při uzavírání smlouvy, ale o ochranu a zvýšení kvality služeb u elektronických komunikací.

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/93/ES ze dne 13. 12. 1999 o zásadách společenství pro elektronické podpisy. Tato směrnice upravuje elektronické podpisy a související služby umožňující ověřování pravosti dat. Cílem této směrnice však není harmonizace závazkového práva v jednotlivých státech, tj, nedotýká se úpravy uzavírání smluv a to ani způsobu ani formy.⁴⁴

Z hlediska ochrany autorského práva při tvorbě počítačových programů je možno uvést také Směrnici Rady 91/250/EHS ze dne 14. 5. 1991 o právní ochraně počítačových programů

Na závěr kapitoly o předpisech Evropské Unie bych ještě ráda uvedla, že Evropská Unie v souvislosti se změnou na základě tzv. Lisabonské smlouvy navíc zakotvuje právo na ochranu spotřebitele jako jedno ze základních lidských práv v Listině základních práv Evropské Unie v čl. 38, který stanovuje, že „*V politikách Unie je zajištěna vysoká úroveň ochrany spotřebitele.*“ Zajímavé je, že toto právo je zařazeno systematicky do části IV. SOLIDARITA, i když dle mého názoru by se spíše hodilo do části předchozí, nazvané ROVNOST, která lépe vystihuje podstatu ochrany spotřebitele.

2. 2. Účinná úprava

V současné době je úprava kontraktace roztržštěná mezi občanský a obchodní zákoník, kdy úprava v ObchZ je ve vztahu k OZ speciální. Obchodní zákoník v § 261 a § 262 normuje, ve kterých případech použijeme pro oblast závazkového práva právě tohoto předpisu. Toto schizma přináší řadu teoretických i praktických problémů, které řeší NOZ. Zde je dvojkolejnost odstraněna a závazkové vztahy jsou již upraveny komplexně.

Chceme-li pro smlouvu uzavíranou se spotřebitelem použít obchodní zákoník, důležitým ustanovením je § 262 ObchZ. Bude-li se však postavení stran řídit obchodním zákoníkem, a zároveň bude-li smlouva směřovat ke zhoršení postavení účastníka, který není podnikatelem, bude neplatná. Neplatnost je však relativní a spotřebitel se jí musí dovolat.

Ve kterých případech může nastat situace, že se použije úprava obchodního zákoníku? Všeobecně přichází v úvahu tři možnosti, kdy se obchodním zákoníkem řídí

⁴⁴ Články 4. a 17. Preambule Směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/93/ES ze dne 13. 12. 1999 o zásadách společenství pro elektronické podpisy

nepodnikatelé. Za prvé je vždy nutné použití obchodního zákoníku u tzv. absolutních resp. typových obchodů, za druhé tato situace nastává ve vztahu podřízeném dohodou účastníků úpravě obchodního zákoníku (tzv. fakultativní obchody) a navíc také u obchodních vztahů, kdy je jedna ze stran stát nebo samosprávná územní jednotka, popř. jimi řízený podnik, který nemá status podnikatele. V rámci spotřebitelských vztahů se uplatní první dvě možnosti.

Zvýšená ochrana se projevuje tak, že ve vztahu jehož účastníkem je nepodnikatel (v tomto případě spotřebitel) se použije ustanovení občanského zákoníku nebo zvláštních právních předpisů o spotřebitelských smlouvách, adhezních smlouvách, zneužívajících klauzulích a jiných ustanovení směřujících k ochraně spotřebitele, jestliže je to ve prospěch strany, která není podnikatelem a navíc smluvní strana, která není podnikatelem, nese odpovědnost za porušení povinnosti z těchto vztahů podle občanského zákoníku a na její společné závazky se použijí ustanovení občanského zákoníku.

Český právní řád problematiku smluv upravuje obecně v OZ, a to poměrně roztržštěně. Úprava prevence při uzavírání smluv je zakotvena § 43 OZ, technologie kontraktace resp. proces vzniku smlouvy následně v § 43a a násl.

Forma smluv je upravena dále §46, § 48 a násl. navazuje odstoupení od smlouvy. Následně § 51a a násl. jsou od r. 2001 novelou 367/2000 Sb., ve znění novely č. 155/2010 Sb. upraveny smlouvy spotřebitelské. Zde jsou definovány základní pojmy, jako je pojem spotřebitelská smlouva, spotřebitel a dodavatel.

Spotřebitelské smlouvy tzv. distanční jsou zakotveny především v § 53 OZ. Úprava je implementací směrnice o elektronickém obchodu a obsahuje především výčet povinností dodavatele- zejména informačních povinností a následně možnosti odstoupení od smlouvy. Součástí § 53 je i úprava nevyžádaného plnění (odst. 9) a úprava náhrady nákladů při odstoupení od smlouvy (odst. 10). § 53a upravuje speciální povinnosti dodavatele při užití elektronických prostředků. Následuje úprava smluv o finančních službách uzavíraných na dálku (§ 54a a násl.). Nakonec v souvislosti se spotřebitelskými smlouvami upravuje OZ také tzv. timeshare, neboli smlouvy, ve kterých se sjednává dočasné užívání ubytovacího zařízení nebo s tím spojené služby (§ 58 a násl.).

Další úprava závazků se nachází v části osmé OZ, a to v prvním oddílu a násl. hlavy první, obecná úprava a jednotlivé smluvní typy jsou dále upraveny hlavou druhou a násl.

Kromě OZ upravuje ochranu spotřebitele všeobecně na veřejnoprávní úrovni také zákon o ochraně spotřebitele č. 634/1992 Sb., ten stanovuje některé podmínky podnikání významné pro ochranu spotřebitele, úkoly veřejné správy v oblasti ochrany spotřebitele a oprávnění spotřebitelů, sdružení spotřebitelů nebo jiných právnických osob založených

k ochraně spotřebitele. Obsahuje vlastní definice subjektů. Dále je z hlediska státního dozoru důležitý zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci.

Pro účely internetové kontraktace je také nutno uvést zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků a o změně některých zákonů, zákon č. 22/1977 Sb., o technických požadavcích na výrobky a o změně a doplnění některých zákonů, zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, zákon č. 277/2000 Sb., o elektronickém podpisu a také v neposlední řadě zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník.

2. 3. De lege ferenda

Úprava spotřebitelských smluv je samozřejmě obsažena i v NOZ, vychází z původní právní úpravy, která byla od přijetí novely 367/2000 Sb. upravována a zpřesňována. Pojem „spotřebitelské smlouvy“ zde zůstal zachován jako zjednodušené označení usnadňující zpracování zákonného textu a jako legislativní zkratka, jak je již uvedeno výše.⁴⁵

Definice spotřebitele a podnikatele nalezneme v první, obecné části NOZ, hlavě II. o osobách, konkrétně v § 419 a 420.

Ustanovení o závazcích ze smluv uzavíraných se spotřebitelem jsou zakotvena v NOZ v části čtvrté (relativní majetková práva), hlavě 1. (Všeobecná ustanovení o závazcích), Dílu 4. Nás bude zajímat pro účely této práce především oddíl 2., tohoto dílu, který upravuje Uzavírání smluv distančním způsobem a závazky ze smluv uzavíraných mimo obchodní prostory.

Nejprve je ale nutné nahlédnout do obecných ustanovení týkajících se technologie kontraktace, která je oproti úpravě v účinném OZ detailnější. Návrh na uzavření smlouvy musí obsahovat podstatné náležitosti smlouvy a musí z něj plynout vůle navrhovatele být smlouvou vázán stejně jako v OZ. Zároveň ale NOZ již neukládá podmínku, že nabídka (návrh na uzavření smlouvy) musí být učiněna jen vůči určité osobě.⁴⁶ V ustanovení § 1732 NOZ je vyvratitelná domněnka, že *návrh dodat zboží nebo poskytnout službu za určenou cenu učiněný při podnikatelské činnosti reklamou, v katalogu nebo vystavením zboží je nabídkou s výhradou vyčerpání zásob nebo ztráty schopnosti podnikatele plnit*. Tato změna má na uzavírání distančních smluv zásadní dopad. Zvláště vezmeme-li v úvahu, že katalogem nebo

⁴⁵ ELIÁŠ, Karel. *Nový občanský zákoník s aktualizovanou důvodovou zprávou a rejstříkem*. 1. vyd. Ostrava: Sagit, 2012, 1119 s. ISBN 978-807-2089-222. Str. 733

⁴⁶ Srovnání § 43a OZ a § 1731 NOZ resp. § 1732 odst. 2 NOZ

vystavením zboží se myslí také katalog internetový nebo vystavení ve smyslu umístění fotografie například na stránkách e-shopu.

Další významnou změnou relevantní pro distanční smlouvy je v rámci přijetí nabídky ustanovení § 1740 NOZ, které zakotvuje pravidlo, že *odpověď s dodatkem nebo odchylkou, která podstatně nemění podmínky nabídky, je přijetím nabídky, pokud navrhovatel bez zbytečného odkladu takové přijetí neodmítne*. Lze si velmi snadno představit situaci, že bude při internetovém prodeji vyžadovat zákazník např. určitý způsob balení výrobku. Tento dodatek nebude důvodem pro neplatnost smlouvy. OZ tyto situace výslovně neupravoval. Přijetí návrhu s výhradami či doplněním je stále odmítnutím návrhu a považuje se za nový návrh. Výše uvedené ustanovení NOZ však situaci zmírňuje.

Obchodní podmínky a jejich problematika jsou upraveny v § 1751 a násl. NOZ. Vzhledem k tomu, že se jedná o jednu ze zásadních problematických oblastí při uzavírání spotřebitelských smluv přes internet, budu se jim věnovat blíže v následujících kapitolách.

Podrobněji bude také rozebrána informační povinnost, která je v NOZ zakotvena především v ustanoveních § 1811, § 1820 a § 1826.

Speciální výčet pro smlouvy uzavírané elektronickými prostředky je uveden v § 1826 NOZ. Vztahuje se čistě na povinnosti podnikatelů při použití elektronických prostředků. Elektronickým prostředkem podle mého názoru myslí zákonodárce pouze smlouvy uzavírané prostřednictvím internetu. Tato úprava je implementací směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES, o elektronickém obchodu,⁴⁷ a to zejména čl. 10 této směrnice.

Zároveň je, stejně jako je tomu v úpravě účinného OZ, podnikatel povinen, podá-li spotřebitel objednávku prostřednictvím některého prostředku komunikace na dálku, neprodleně potvrdit její obdržení rovněž prostřednictvím některého prostředku komunikace na dálku. Zákon tedy v § 1827 nevyžaduje podmínku, že by muselo být potvrzení o obdržení objednávky učiněno stejným prostředkem komunikace na dálku, jakým byla učiněna sama objednávka. Zde je rozdíl mezi směrnicí a vnitrostátní úpravou, neboť směrnice o elektronickém obchodu v čl. 11 stanovuje, že *„poskytovatel služby je povinen příjemci neprodleně elektronickou cestou potvrdit příjem objednávky“*. Dle naší úpravy tedy může nastat situace, že objednávka prostřednictvím internetu může být potvrzena například telefonátem ze strany podnikatele, přestože podle výše uvedené směrnice by toto možné

⁴⁷ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu („směrnice o elektronickém obchodu“)

nebylo. Zajímavé je, že tato úprava se objevuje i v účinném OZ a zákonodárce ji v nezměněné podobě převzal i do úpravy NOZ, i přesto, že je dle mého názoru chybná.

Mezi další důležité povinnosti patří také to, že podnikatel musí umožnit spotřebiteli zkontrolovat a změnit vstupní údaje, které vložil do objednávky a poskytnout spotřebiteli v textové podobě i znění všeobecných obchodních podmínek.

Další úprava NOZ obsahuje problematiku odstoupení od smlouvy (§ 1829 a násl.) a situace, kdy spotřebitel od smlouvy odstoupit nemůže, s ohledem na jejich specifický charakter.

Změnou oproti OZ je také to, že § 1739 odst. 2) NOZ řeší vliv smrti subjektu na trvání návrhu a přijetí.

Vzhledem ke skutečnosti, že se obchodní a občanské právo stalo díky NOZ součástí jednoho kodexu, je úprava uzavírání smluv v občanském právu doplněna o některé instituty typické dříve pro právo obchodní, jako je například veřejný návrh. Zároveň úprava reflektuje pokusy o kodifikaci evropského smluvního práva, např. Principy evropského smluvního práva (PECL), Evropský zákoník o smlouvách (CEC), Návrh společného referenčního rámce (DCFR).⁴⁸

⁴⁸ HULMÁK, Milan. Uzavírání smluv podle nového občanského zákoníku. *Právní rozhledy*. roč. 2012, č. 1.

3. Problematické aspekty při uzavírání smluv

3. 1. obecně

Motivace k uzavírání smluv přes internet je u spotřebitelů různá. Jistý je ovšem fakt, že využívají internet například jako prostředek k výhodnějšímu a rychlejšímu nákupu stále častěji.⁴⁹ Čím více subjektů možnosti internetu využívá, tím také logicky roste počet problémů s tím spojených.

Za smlouvu uzavřenou prostřednictvím prostředků komunikace na dálku se považuje smlouva, kdy jeden ze subjektů tohoto prostředku při uzavírání smlouvy použil, ačkoli byl například takto podán pouze návrh smlouvy a přijat byl jiným způsobem nebo naopak.⁵⁰ Je tudíž možné, aby byl spotřebiteli v provozovně dodavatele učiněn určitý návrh, který poté potvrdil později z domu zasláním e-mailu. I takto uzavřená smlouva je chráněna §53 a násl. OZ.

Toto však vyplývá z vnitrostátní úpravy, protože úprava na úrovni EU je užší a omezuje ochranu pouze na ty případy, kdy bylo použito výlučně prostředků komunikace na dálku. Vyplývá to i z čl. 20 preambule nové směrnice 2011/83/ES, kde je uvedeno, že definice smlouvy uzavřené prostřednictvím prostředku komunikace na dálku by měla zahrnovat situace, kdy spotřebitel za účelem získání informací navštíví obchodní prostory a následně sjedná a uzavře smlouvu na dálku, ale neměla by zahrnovat situace, kdy je smlouva sjednána v obchodních prostorách a až následně uzavřena smlouvou na dálku. Stejně tak se za smlouvu uzavřenou na dálku nedá považovat ani situace, kdy uzavírání smlouvy je zahájeno prostřednictvím komunikace na dálku, ale smlouva je nakonec uzavřena v obchodních prostorách obchodníka.

S ohledem na cíle a rozsah této práce se budu zaměřovat především na problémy související se samotným vznikem závazkového vztahu, a to zejména co se týče stránky subjektů při uzavírání smlouvy přes internet, okamžiku uzavření smlouvy, samotného předmětu smlouvy a v neposlední řadě také na obchodní podmínky.

Další problematické aspekty související s prodejem prostřednictvím prostředků komunikace na dálku, jako je například odstoupení od smlouvy nebo uplatnění nároků z vad, ponecháme stranou.

⁴⁹ Vyplývá z řady výzkumů např. výzkum *E-commerce 2010: trendy a názory. Výzkum mezi českými internetovými uživateli*, Gemius

⁵⁰ FRIMMEL, Martin. *Elektronický obchod: právní úprava*. 1. vyd. Praha: Prospektrum, 2002, 321 s. ISBN 80-717-5114-6, str. 67.

Otázkou zůstává, jaké závazkové vztahy mohou prostřednictvím internetu vznikat. Bereme-li v úvahu pouze smlouvy spotřebitelské, bude asi nejčastějším a nejtypičtějším příkladem smlouva kupní. Pokud budeme potupovat dál, systematicky dle řazení typizovaných smluv v OZ, přichází v úvahu i smlouva směnná. Jedná se o tzv. barterové obchody, které jsou známy především z historie, z dob, kdy neexistovaly peníze jako univerzální platidlo. Vlivem ekonomických faktorů, jako je nestabilita měny a vlivem myšlenky o ekologickém využívání věcí se ale barterové obchodování stává znovu relevantním, a to i u nás.⁵¹

Dle mého názoru ale uzavírání směnných smluv přes internet není příliš perspektivní. Charakter směny, kdy vyměňují dva subjekty věci (případně služby) co nejpodobnější hodnoty se mi zdá v prostředí internetu velmi nepraktická. Nemožnost si zboží prohlédnout je jedna věc, navíc případné uplatnění nároků z vad věci, po uzavření směnné smlouvy bude v celé řadě situací komplikované.

Další možností je nepochybně smlouva o dílo, smlouva o půjčce, překvapivě často také provozovatelé internetových obchodů využívají smlouvy příkazní,⁵² které se spotřebiteli uzavírají často bez jejich vědomí, namísto smluv kupních.

Dále jsou to smlouvy o úschově, o přepravě, smlouva zprostředkovatelská⁵³ atd. včetně smluv nepojmenovaných.

3. 2. Subjekty

Definice subjektů spotřebitelského závazkového vztahu jsou samy o sobě v některých ohledech problematické. Zároveň se ale jedná o základní předpoklad k možnosti aplikace ustanovení na ochranu spotřebitele, a to především co se týče pojmu spotřebitel a dodavatel, resp. podnikatel. Této záležitosti je věnován prostor v kapitole o pojmovém vymezení.

⁵¹ Například internetová „směnárna“ *E-change.cz* [online]. 2008. vyd. [cit. 2013-07-01]. Dostupné z: <http://www.e-change.cz/>

⁵² MACICH, Jiří. ČOI varuje spotřebitele před příkazní smlouvou namísto smlouvy kupní. [online]. 15. 4. 2010 [cit. 2013-07-01]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/zpravicky/coi-varuje-pred-prikazni-smlouvou/>

⁵³ Např. viz Rozsudek Krajského soudu v Hradce Králové, ze dne 11. 11. 2010, sp. zn. 20 Co 433/2010, kde je stanoveno, že „Smlouva zprostředkovatelská je současně i smlouvou spotřebitelskou, jestliže zprostředkovatel jako podnikatel poskytuje služby realitní kanceláře a v jejich rámci při uzavření a plnění smlouvy jedná, zatímco zájemce, fyzická osoba, v právním vztahu se zprostředkovatelem jako podnikatel nevystupuje.“ Zde se sice jednalo o smlouvu uzavřenou klasickou formou, nicméně nic nebrání tomu, aby byla takto uzavřena i elektronicky.

Jakýkoli subjekt právního vztahu musí splňovat náležitosti, ke kterým patří právní subjektivita a způsobilost k právním úkonům. U fyzických osob vzniká právní subjektivita narozením (s výjimkou nascitura). Způsobilost k právním úkonům se nabývá postupně během života člověka s ohledem na rozumovou a volní vyspělost, v plném rozsahu pak dosažením zletilosti⁵⁴. U právnických osob se ale okamžik nabytí právní subjektivity a způsobilosti k právním úkonům překrývá a závisí na okamžiku vzniku právnické osoby. Právnické osoby, které mají ze zákona povinnost zapisovat se do některého zákonem stanoveného rejstříku, jakým je například obchodní rejstřík nebo živnostenský rejstřík, získávají právní subjektivitu a způsobilost k právním úkonům právě zápisem do tohoto rejstříku.⁵⁵

Z dvojice subjektů spotřebitel a dodavatel je problematičtější dodavatel, a to především proto, že na něj je kladeno větší množství povinností. Celá řada aspektů zasahuje do roviny veřejnoprávní, některé zasahují až do sféry trestního práva. Tyto případy označujeme jako kyberkriminalita,⁵⁶ čemuž se ovšem vzhledem k rozsahu a zaměření této práce hlouběji věnovat nebudeme.

Otevřenost k možnostem provozování internetového obchodu přináší celou řadu problémů. Zejména díky všeobecné neinformovanosti a velkému množství prodávajících dochází k nedostatkům v dodržování právních předpisů. Toto mj. vyplývá z tiskové zprávy ČOI z prvního pololetí roku 2012, která byla zveřejněna dne 13. 08. 2012 na stránkách ČOI.⁵⁷ Ze zprávy vyplývá, že bylo kontrolováno 567 prodejen, a to v době od 1. 1. 2012 do 30. 6. 2012. Jedna či více závad byla objevena u 460 z nich, což je 81, 1% z celku. Podobné výsledky byly dle tiskových zpráv ČOI zaznamenány i při dalších kontrolách, celkově za rok 2012⁵⁸ bylo zjištěno porušení právních předpisů v 82% případů a při dílčí kontrole za první čtvrtletí roku 2013⁵⁹ bylo zjištěno porušení předpisů v 76,06% případů.

Jak uvádí výše uvedené tiskové zprávy, nejedná se o čistě objektivní hodnocení stavu českých internetových obchodů, jak to naznačují některá média.⁶⁰ A to z toho důvodu, že většina kontrol je zaměřena cíleně na rizikové obchody.

⁵⁴ Srov. § 7, § 8 a § 10 OZ

⁵⁵ Srov. § 19 a § 19a OZ

⁵⁶ Například *Kyberkriminalita a právo*. Vyd. 1. Editor Tomáš Gřivna, Radim Polčák. Praha: Auditorium, 2008, 220 s. ISBN 978-809-0378-674.

⁵⁷ <http://www.coi.cz/internetove-obchody-zprava-za-1.-pololeti-2012-nc420/>

⁵⁸ Závěrečná zpráva za rok 2012. www.coi.cz [online]. [cit. 2013-06-19]. Dostupné z: <http://www.coi.cz/e-shopy-2012-nekale-obchodni-praktiky-vedou-nc628/>

⁵⁹ Dílčí zpráva za 1. čtvrtletí 2013. www.coi.cz [online]. [cit. 2013-06-19]. Dostupné z: <http://www.coi.cz/internetovi-prodejci-klamou-nc724/>

⁶⁰ Například: <http://www.novinky.cz/ekonomika/275812-kontroly-e-shopu-dopadly-katastrofalne-podle-inspekce-chybuje-81-procent-z-nich.html>

A co je tedy nejfrekventovanějším nedostatkem internetových prodejců? V polovině zjištění se jednalo o porušení povinnosti zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele v podobě neposkytnutí zákonem stanovených informací, poskytnutí neúplných či jinak zavádějících údajů, a to jak o podmínkách uzavření smlouvy, tak o uplatnění práv z této smlouvy vyplývajících. Druhým nejčastějším prohřeškem je porušení povinnosti informovat spotřebitele o podmínkách reklamace. Dále porušování povinností při přijetí a vyřízení reklamace atd.

Dle mého názoru je třeba vzpomenout také skutečnost, že v poslední době se čím dál více rozšiřuje skupina osob, které provozují neoprávněné podnikání na internetu. Není přitom rozhodné, zda to tyto osoby činní záměrně nebo nikoli.

Aby se osoba, která prodává zboží prostřednictvím internetu, stala neoprávněným podnikatelem, musí splňovat definiční znaky § 2 odst. 1) ObchZ a zároveň tedy § 2 zákona o živnostenském podnikání. Osoba, která naplňuje definiční znaky podnikatele a zároveň není jako podnikatel zapsána do zákonem stanovené evidence a neplní povinnosti z tohoto postavení vyplývající, je neoprávněným podnikatelem.

Musí se tudíž jednat o *soustavnou činnost, provozovanou samostatně, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku*. Tyto znaky celá řada prodejců bezesporu naplňuje. Nejčastěji dvěma možnými způsoby. Neoprávněný podnikatel uveřejňuje inzeráty ve větším množství, po objednávkách zboží ze strany konečných zákazníků potom toto zboží objedná u dodavatele. Druhou možností je, že neoprávněný podnikatel nakoupí větší množství různého zboží, buď s množstevní slevou,⁶¹ nebo jako spotřebitel ze zahraničních e-shopů, které poté sám nabízí a prodává. Mnohdy za několikanásobně vyšší ceny. Podnikatelé také často využívají možnost prodeje skrze internetové aukce, kde může prodávat nové i použité zboží neustále opakovaně.⁶² Další variantou může být prodej vlastních výrobků.⁶³

„Neoprávněné podnikání na internetu může být nebezpečnější a obtížněji odhalitelné než neoprávněné podnikání jinde, protože na internetu existuje velké množství způsobů, jak podnikání zakrýt, simulovat jiný druh podnikání, na které subjekt nemá oprávnění, či jinak obcházet ustanovení zákona.“⁶⁴

⁶¹ LUKÁŠ, Jansa. Neoprávněné podnikání na internetu. [online]. 16. 5. 2010 [cit. 2012-10-11]. Dostupné z: www.pravoit.cz/article/neopravnene-podnikani-na-internetu

⁶² OTEVŘEL, Petr. O podnikání nepodnikatelů v rámci e-aukcí. [online]. 31. 10. 2007 [cit. 2012-11-07]. Dostupné z: <http://www.pravoit.cz/article/o-podnikani-nepodnikatelu-v-ramci-e-aukci>

⁶³ Jak vyplývá například z článku <http://www.mesec.cz/clanky/privydelky-prodejem-na-internetu/>

⁶⁴ KYNCL, Libor. Internet a právní aspekty podnikání na něm. [online]. 3. 5. 2007 [cit. 2012-10-11]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/v01/index.php?s1=3&s2=0&s3=0&s4=0&s5=0&s6=0&m=1&typ=clanky&back%5B1%5>

Úkony neoprávněného podnikatele jsou sice platné, ale taková osoba se vystavuje riziku možné sankce na základě živnostenského zákona, zákona o přestupcích, případně také trestního zákoníku.⁶⁵

Možnosti jak zamezit neoprávněnému podnikání jsou velmi omezené, zpřísnění podmínek pro provozování internetových obchodů neřeší nabízení zboží prostřednictvím aukcí, regulace prodeje jedné osoby na aukci stejně neřeší prodeje přes nejrůznější inzeráty, nebo přes sociální sítě. Jedinou možností je větší míra kontroly v těchto oblastech a důsledné postihy pro neoprávněně podnikající. A samozřejmě i samotný spotřebitel by si měl dobře rozmyslet, s kým uzavírá smlouvu.

I když nemá neoprávněné podnikání vliv na platnost závazku, přece jen je z praktického hlediska daleko snazší domoci se svých práv u subjektu, který je jasně identifikován, a který řádně plní své zákonné povinnosti. V tomto ohledu není ovšem postavení spotřebitele jednoduché, jelikož se v dnešní době často setkáváme s celou řadou „certifikátů“ a jiných označení typu- poctivý obchodník, což má ve spotřebiteli vyvolat zdání, že v tomto případě se opravdu jedná o kvalitní služby. Tato označení mohou být však zcela neopodstatněná.

Různé certifikace případně akreditace mají za cíl potvrdit určitý standard a serióznost e-shopu a tím i chránit spotřebitele. Certifikace jsou však dobrovolné a internetový prodejce se tedy dobrovolně zavazuje plnit určité povinnosti, za které dostane certifikát, tedy osvědčení, nejčastěji v podobě nějakého symbolu nebo odkazu na internetovém serveru.

Certifikace a podmínky jejího udělení nejsou stanoveny žádným právním předpisem, vše je tedy v rukou samotných certifikačních autorit. Těmito autoritami se mohou stát například různá sdružení na ochranu práv spotřebitelů,⁶⁶ jak tomu také bylo dříve u nás- certifikace poskytovalo Sdružení ochrany spotřebitelů.

V současné době nalezneme celou řadu nejrůznějších certifikačních autorit, k pravděpodobně nejstarším u nás patří sdružení APEK (Asociace pro internetovou komerci). APEK kontroluje soulad provozování internetového obchodu s právními předpisy a zároveň poskytuje provozovateli propagaci jeho e-shopu a několik druhů certifikací. Certifikát je

D=3&back%5Bs2%5D=0&back%5Bs3%5D=0&back%5Bs4%5D=0&back%5Bs5%5D=0&back%5Bs6%5D=0&recid_cl=47705

⁶⁵ §63 odst. 3 zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), § 24 z. č. 200/1990 Sb., o přestupcích a § 251 z. č. 40/2009 Sb., trestního zákoníku.

⁶⁶ ŠTĚDRŮŇ, Bohumír. Certifikace elektronických obchodů- krok správným směrem. [online]. 21. 5. 2004 [cit. 2012-11-07]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/certifikace-elektronicky-obchodu-8211-krok-spravnym-smerem/>

platný jeden rok od udělení a jeho „znovuudělení“ na další rok by nečlena asociace stálo celkem 18.000 Kč.⁶⁷

⁶⁷ APEK: Certifikovaný obchod. *Apek.cz* [online]. [cit. 2012-11-07]. Dostupné z: <http://www.appek.cz/appek-certifikovany-obchod/>

3. 3. Informační povinnost

3.3.1 Zvláštní informační povinnost u smluv uzavíraných prostřednictvím prostředků komunikace na dálku

Jak vyplývá z výše uvedeného, právě porušování informační povinnosti je vůbec jedním z nejčastějších prohřešků internetových prodejců, proto se podíváme na úpravu a problematiku informační povinnosti poněkud detailněji.

Jedná se o jeden z univerzálních nástrojů ochrany spotřebitele, který je v podstatě projevem pojetí „aktivního spotřebitele“⁶⁸ v českém právním řádu a také v právu Evropské unie. Potřeba informovanosti navíc vzrůstá u distančních smluv a ještě více u smluv uzavíraných elektronickými prostředky, vzhledem k jejich charakteru.

Podnikatel musí ve své podstatě splnit informační povinnost, kterou zákonodárce dělí na tu část, která musí být spotřebiteli sdělena při jednání, tj. před uzavřením smlouvy⁶⁹ a na část informací, které musí být poskytnuty v době mezi uzavřením smlouvy a plněním.⁷⁰ Třetí skupinou informací jsou informace, které je povinen dodavatel zahrnout do návrhu v případě, že se smlouva uzavírá při použití elektronických prostředků.⁷¹ Informační povinnost je zakotvena také v zákoně o ochraně spotřebitele.

Úprava OZ dává dodavateli povinnost poskytnout spotřebiteli s dostatečným předstihem před uzavřením smlouvy prostřednictvím prostředků komunikace na dálku určité informace zejména údaje sloužící k identifikaci dodavatele nebo jeho následného kontaktování (uvedení obchodní firmy, případně jména a příjmení a identifikačního čísla dodavatele, sídlo právnické osoby, bydliště v případě fyzické osoby, údaje o zápisu v obchodním rejstříku atd.). K těmto informacím musí mít spotřebitel umožněn trvalý veřejný přístup.

Dále údaje o kontrolním orgánu, podléhá-li činnost dodavatele režimu povolení. Stejně jako u předchozí povinnosti, i zde musí mít spotřebitel zajištěn trvalý veřejný přístup. Nezbytné jsou také údaje k identifikaci věci nebo služeb, které jsou předmětem smlouvy (název, charakteristika) a údaje o prostředcích, které bude muset spotřebitel zaplatit a o tom, jakým způsobem platba proběhne (cena zboží nebo služeb, z níž musí jednoznačně vyplývat,

⁶⁸ TOMANČÁKOVÁ, Blanka. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*. Praha: Linde, 2008, 222 s. ISBN 978-80-7201-695-2. Str. 16

⁶⁹ Srov. § 53 odst. 4) OZ

⁷⁰ Srov. § 53 odst. 6) OZ

⁷¹ Srov. § 53a odst. 1) OZ

zda je uvedena včetně všech daní a poplatků, které k ní mají být připočítány a náklady dodání, způsob platby, dodání nebo plnění, náklady na použití komunikačních prostředků na dálku).

Spotřebitel musí být také informován o době, po kterou zůstává nabídka nebo cena v platnosti a v neposlední řadě je také velmi důležité poučení o právu na odstoupení.

Pro tyto informace je charakteristická jejich předběžnost, tj. spotřebitel musí mít možnost se s nimi seznámit ještě předtím, než dojde k samotnému závazku. Mohou být součástí návrhu, ale také pouhé výzvy k podání návrhu.⁷² Poskytnutí těchto informací má za cíl ovlivnit spotřebitele v tom smyslu, aby se rozmyslel, zda vstoupí do závazkového vztahu v konkrétním případě s konkrétním dodavatelem, či nikoli.

Svou povinnost nesmí dodavatel plnit pouze formálně, zatěžování spotřebitele nepřiměřenými úkony nebo požadavky, na základě kterých následně obdrží předšmluvní informace, je nepřijatelné, jak vyplývá z judikatury EU.⁷³

Naopak na rozdíl od těchto čistě předběžných informačních povinností jsou zde informace, které musí být poskytnuty po uzavření smlouvy, nejpozději však před plněním. Jedná se o identifikaci dodavatele (sídlo právnické osoby, příp. bydliště fyzické osoby), informace o podmínkách a postupech pro uplatnění práva odstoupit od smlouvy, informace o službách po prodeji a zárukách, a také podmínky pro zrušení smlouvy, pokud není stanovena platnost smlouvy nebo je platnost delší než jeden rok. Zde zákon vyžaduje explicitně písemnou formu těchto poskytnutých informací.

Další skupinou informačních povinností jsou specifické povinnosti v případě, že je smlouva uzavírána elektronickými prostředky.⁷⁴ V takovém případě musí být již součástí návrhu informace, jak je nakládáno u dodavatele se smlouvou po jejím uzavření, tj. zda je archivována a zda je přístupná, dále o technických krocích vedoucích k uzavření smlouvy, jazycích, v nichž lze smlouvu uzavřít, možnosti zjištění a opravování chyb vzniklých při zadávání dat před podáním objednávky a informace o kodexech chování, které jsou pro něj závazné nebo které dobrovolně dodržuje a jejich přístupnost. Tato povinnost však neplatí, dochází-li k jednání výlučně formou výměny e-mailu nebo jinou formou individuální komunikace.

Neposkytnutí těchto informací v příslušné formě má vliv na běh lhůty pro odstoupení od smlouvy bez udání důvodu. Ta se počítá od řádného předání výše uvedených informací.

⁷² ŠVESTKA, Jiří a DVOŘÁK, Jan. *Občanské právo hmotné*. 5., jubilejní aktualiz. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009, 459 s. ISBN 978-807-3574-680, str. 483-484.

⁷³ SELUCKÁ, Markéta. *Ochrana spotřebitele v soukromém právu*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2008, xv, 134 s. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-807-4000-379. Str. 77.

⁷⁴ Srov. § 53a OZ

Pokud by nebyly předány vůbec, lhůta se prodlužuje ze 14 dnů na 3 měsíce od převzetí plnění. Jako sankce za nedodržení informační povinnosti přichází v úvahu zejména náhrada škody.

Judikatura, která se týká povinností poskytovat informace, se objevuje ze zákona na ochranu spotřebitele. Nejvyšší správní soud judikoval otázku informovanosti o ceně zboží. Dle § 12 zákona o ochraně spotřebitele je normována povinnost prodávajícího informovat spotřebitele o ceně výrobků. Tato povinnost je splněna jen tehdy, pokud jsou poskytované informace spotřebiteli přístupné okamžitě, bez toho, že by byl nucen činit jakýkoliv úkon směřující k zjištění ceny konkrétního výrobku, tj. *„nelze spravedlivě požadovat po spotřebiteli, aby u každého výrobku nebo služby zkoumal, zda uvedená cena je již cenou konečnou...“*⁷⁵ Došlo tedy k porušení informační povinnosti.

3. 3. 2 Informační povinnost dle NOZ

Stejně jako v účinné právní úpravě i de lege ferenda je upravena informační povinnost v souladu s evropskou legislativou. Můžeme také vymezit tři okruhy informačních povinností, jako je tomu v OZ, jak je již uvedeno v předchozí podkapitole.

Nejobecněji v rámci spotřebitelských smluv je upravena informační povinnost v § 1811 NOZ, kdy veškerá sdělení vůči spotřebiteli musí být učiněna jasně, srozumitelně a zároveň v tom jazyce, ve kterém je uzavírána smlouva. V dostatečném předstihu před uzavřením smlouvy nebo před učiněním závazné nabídky ze strany spotřebitele musí podnikatel sdělit údaje a informace stanovené odst. 2.

Další sdělení před uzavřením smlouvy, a to konkrétně smlouvy uzavírané distančním způsobem jsou uvedena ve výčtu § 1820.

Zákonodárce navíc umožňuje řešit situace, kdy není možné poskytnout spotřebiteli všechny údaje. Pro tyto případy je v § 1824 NOZ výčet písmen z jednotlivých ustanovení, které musí být sděleny spotřebiteli vždy v dostatečném předstihu bez dalšího a ostatní údaje, které tento výčet neobsahuje, sdělí podnikatel spotřebiteli v textové podobě nejpozději do doby plnění.

Při sjednávání smluv distančním způsobem za použití elektronických prostředků je informační povinnost normována § 1826 NOZ, který zároveň vymezuje, že zde uvedený výčet povinností se nevztahuje na komunikaci e-mailem a obdobnou komunikací.

⁷⁵ Rozsudek NSS ze dne 8. 11. 2007, sp. zn. 3 As 49/2007 (1467/2008 Sb. NSS)

Podnikatel je nucen uvádět při použití elektronických prostředků zejména údaje o tom, zda je smlouva u něj uložena a zda k ní umožní přístup, o jazycích v nichž lze smlouvu uzavřít, o technických krocích vedoucích k uzavření smlouvy, o možnostech zjištění a opravování chyb vzniklých při zadávání dat před podáním objednávky a o kodexech chování, které jsou pro podnikatele závazné nebo které dobrovolně dodržuje a o jejich přístupnosti s využitím elektronických prostředků.

3. 3. 3 Obecná informační povinnost a poskytování nesprávných informací

V současné právní úpravě neobsahuje ObchZ ani OZ obecnou pozitivně formulovanou informační povinnost, ta je ukládána pouze vzhledem ke konkrétním situacím, resp. vzhledem k určitým kvalifikovaným subjektům. S informační povinností se setkáváme pouze v oblasti ochrany spotřebitele, u povinností prodávajícího podle § 596 a 617 OZ nebo v §14 z. o pojistné smlouvě.⁷⁶ Toto vychází z předpokladu, že jestliže je jedna ze stran v závazkovém vztahu zvýhodněna, musí poskytnout slabší straně všechny relevantní informace, které by pro slabší stranu mohly být důležité pro uzavření smlouvy, např. z hlediska budoucího uplatnění nároků z vad zboží nebo aby se předcházelo možnému omylu.

NOZ tento stávající stav mění a zavádí navíc obecnou informační povinnost v § 1728 odst. 2) NOZ. Zde je stanoveno, že *při jednání o uzavření smlouvy si smluvní strany vzájemně sdělí všechny skutkové a právní okolnosti, o nichž ví nebo vědět musí tak, aby se každá ze stran mohla přesvědčit o možnosti uzavřít platnou smlouvu a aby byl každé ze stran zřejmý její zájem smlouvu uzavřít.*

Tato změna bude mít jistě vliv na uzavírání běžných smluv, i když se nedá říct, že by doposud tento institut, byť v nevýslovné formě, neexistoval.⁷⁷ Projeví se tato změna také u spotřebitelských smluv uzavíraných přes internet? Pravděpodobně ne, neboť úroveň ochrany prostřednictvím informační povinnosti je u těchto smluv vysoká už v současné úpravě a stejně tak je výslovně a speciálně upravena i v NOZ.

Co by ale mohlo mít na tuto problematiku dopad je § 2950 NOZ, který normuje odpovědnost za škodu způsobenou nesprávnou informací. Doposud se daly nároky za nesplnění informační povinnosti vymáhat pouze přes obecnou náhradu škody (pomineme-li

⁷⁶ HULMÁK, Milan a VLČEK, Karel. Obecná informační povinnost při sjednávání smlouvy- 1. část. *Právní rozhledy*. 2012, roč. 2012, č. 17.

⁷⁷ Vyvozuje se například z požadavků kladených na obsah smlouvy nebo z obecné prevenční povinnosti zakotvené v § 415 OZ, toto viz HULMÁK, Milan a Karel VLČEK. Obecná informační povinnost při sjednávání smlouvy- 1. část. *Právní rozhledy*. 2012, roč. 2012, č. 17.

veřejnoprávní důsledky vyplývající ze zákona o ochraně spotřebitele), tedy § 420 OZ, resp. určitou sankcí je prodloužení 14 denní lhůty pro odstoupení ze smlouvy.

Odpovědnost za škodu způsobenou nesprávnou informací znamená, že ten, kdo se hlásí jako příslušník určitého stavu nebo povolání k odbornému výkonu nebo jinak vystupuje jako odborník, je povinen nahradit škodu, způsobí-li ji nesprávnou informací nebo škodlivou radou danou za odměnu v záležitosti svého vědění nebo dovednosti. Lze si velmi dobře představit situaci, kdy internetový prodejce např. výživových doplňků se bude živit prodejem přípravků na hubnutí s obsahem určité látky, na kterou bude mít kupující spotřebitel alergii. Tím, že prodejce prodává přípravky, označované jako doplňky stravy, lze jej považovat za odborníka, a tudíž bude odpovědný za škodu způsobenou nesprávnou informací.

Druhá věta § 2950 NOZ normuje odpovědnost za vědomě mylnou informaci. Tato úprava by mohla mít také vliv na internetové obchodování, neboť mnozí obchodníci uvádějí na svých internetových stránkách celou řadu informací, které lze dle mého názoru považovat za vědomě nesprávné (viz. nejrůznější přípravky na hubnutí, nebo přípravky podporující růst svalů).

3. 4. Právní úkony

Ke vzniku smlouvy je třeba právního úkonu,⁷⁸ resp. dvoustranného právního úkonu, který pro svou existenci vyžaduje určité zákonem stanovené pojmové znaky. OZ v § 34 definuje právní úkony jako projev vůle směřující ke vzniku, změně nebo zániku práv a povinností nebo ke způsobení jiných právních následků, které právní předpisy s takovými projevy vůle spojují.⁷⁹

Pro vznik právního úkonu jsou tedy rozhodující projev vůle a jejich náležitosti. Vůle musí být skutečná, svobodná, vážná a prostá omylu a tísně. Při uzavírání smluv přes internet je proto nejprve nutné jednoznačně vymezit jak, kdy a kým je vůle vlastně projevována.

Je jednoznačné, že vzhledem k technickým prostředkům využívaným při internetovém obchodování počítače nejsou schopny přijímat rozhodnutí a vytvářet vlastní vůli. Proto se při uzavírání smluv přes internet vždy projevuje vůle lidská a to prostřednictvím počítače.⁸⁰

⁷⁸ Definice právního úkonu je v § 34 OZ. V NOZ se tento pojem zcela vytrácí a je zde užito termínu právní jednání-srov. § 545 NOZ

⁷⁹ ŠVESTKA, Jiří a DVOŘÁK, Jan. *Občanské právo hmotné*. 5., jubilejní aktualiz. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009, 459 s. ISBN 978-807-3574-680, str. 118.

⁸⁰ FRIMMEL, Martin. *Elektronický obchod: právní úprava*. 1. vyd. Praha: Prospektrum, 2002, 321 s. ISBN 80-717-5114-6, str. 23.

K náležitostem projevu vůle patří srozumitelnost, určitost a případně forma. Zatímco vůle projevená prostřednictvím internetu bude bez větších potíží srozumitelná a určitá zejména jedná-li se o uzavírání smluv typu click-wrap nebo click-through, problematická je především účinnost projevu vůle a také forma.

OZ upravuje účinnost projevu vůle nebo resp. účinnost návrhu na uzavření smlouvy obecně a také speciálně pro případy, kdy je osoba, vůči které návrh směřuje, nepřítomná. Projev vůle působí vůči nepřítomné osobě v okamžiku, kdy jí dojde.⁸¹

Nepřítomnost osoby je pojmem, který je vykládán a *contratio* tak, že za přítomné osoby se považují ti, kteří spolu vedou komunikaci v reálném čase, bez časového zdržení, což subsumuje situace jednání tváří v tvář, ale i například komunikaci přes telefon nebo chat. Při použití prostředků komunikace na dálku spolu komunikují osoby, které sice nejsou fyzicky přítomné, ovšem mohou spolu vést komunikaci v reálném čase, jak je tomu tedy i u již výše uvedeného telefonu nebo chatu.

E-mail nebo e-shop se však takto podřadit nedá,⁸² bez ohledu na možnou situaci, že skutečně oba subjekty sedí za počítačem ve stejnou dobu.

V těchto případech projev vůle dojde adresátu, jakmile se octne ve sféře jeho dispozice. Tj. měl možnost se seznámit s obsahem projevu vůle. Není rozhodné, zda si adresát skutečně projev vůle např. přečetl, ale postačí, že zde existovala ta možnost.

Zachytit časový okamžik doručení do sféry dispozice je problematické jak při komunikaci e-mailem, tak při nakupování na internetových serverech.

Teorie zastává názor, že e-mail je doručen v okamžiku, kdy je e-mail uložen na poštovním serveru. Tedy od chvíle, kdy bylo možné jej vyvolat a tím se s jeho obsahem seznámit.⁸³ Je to tedy jakási doba vhození obálky do poštovní schránky. Doručení do sféry dispozice při nákupu v e-shopu nastane tedy také pravděpodobně okamžikem, kdy se vyplněná objednávka doručí na server prodejce a bude možné ji vyvolat, tedy zobrazit prodejcem.

Ne zcela jasná je také otázka formy právního úkonu při uzavírání smluv přes internet. Dle některých názorů⁸⁴ konkludentní způsob uzavření smlouvy nepřichází v úvahu⁸⁵

⁸¹ Srov. § 45 odst. 1) OZ

⁸² VUČKA, Jan. Elektronické smlouvy - část I. Obecně o uzavírání smluv elektronickou cestou. [online]. 28. 2. 2002 [cit. 2012-11-07]. Dostupné z: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=71656>

⁸³ FRIMMEL, Martin. *Elektronický obchod: právní úprava*. 1. vyd. Praha: Prospektrum, 2002, 321 s. ISBN 80-717-5114-6, str. 27.

⁸⁴ Oproti tomu stojí možnost reálné akceptace

⁸⁵ KYNCL, Libor. Internet a právní aspekty podnikání na něm. [online]. 3. 5. 2007 [cit. 2012-10-11]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/v01/index.php3?s1=3&s2=0&s3=0&s4=0&s5=0&s6=0&m=1&typ=clanky&back%5Bs1%5>

a je v podstatě logické, že právní úkony budou výslovné, nedá se však vždy hovořit o formě písemné.

Zákon vyžaduje písemnou formu tam, kde je uzavírána smlouva o převodu nemovitosti nebo tam, kde to stanoví zákon nebo dohoda účastníků. Je tedy zřejmé, že požadavek písemné formy může zcela nepochybně nastat i při uzavírání smluv přes internet, což bude pravděpodobně nejčastěji na základě dohody účastníků.

Písemná forma vyžaduje ke své existenci psaný text a podpis. Zatímco „textovost“, tj. podmínka psaného textu je u závazkových vztahů vznikajících přes internet splněna, problematika podpisu je zajímavá a obsáhlá, dosud jednoznačně nevyřešená. Soudní praxe dovodila, že pokud smlouva musí být písemná, avšak nebyla podepsána, nemohla ani vyvolat právní následky.⁸⁶ Písemná forma může být v rámci elektronické kontraktace naplněna užitím elektronického podpisu.⁸⁷

Ten upravuje zákon č. 277/2000 Sb., o elektronickém podpisu, kde je uvedeno v § 2, písm. a), že elektronickým podpisem se rozumí údaje v elektronické podobě, které jsou připojené k datové zprávě nebo jsou s ní logicky spojené, a které umožňují ověření totožnosti podepsané osoby ve vztahu k datové zprávě.

Zákon o elektronickém podpisu rozlišuje, stejně jako Směrnice Evropského parlamentu a Rady 99/933/ES o zásadách Společenství pro elektronické podpisy, čtyři základní druhy podpisu. V české právní úpravě je vyzdvihována technická neutralita, když právní důsledky spojuje s jakýmkoliv elektronickým podpisem. Ve směrnici je tomu jinak, jsou zde upřednostňovány zaručené elektronické podpisy v čl. 5.⁸⁸

Prvním typem elektronického podpisu je tedy běžný elektronický podpis, jehož definice je uvedena již výše. Zaručený elektronický podpis *musí být jednoznačně spojen s podepisující osobou, musí umožňovat identifikaci podepisující osoby ve vztahu k datové zprávě, a byl vytvořen a připojen k datové zprávě pomocí prostředků, které podepisující osoba může udržet pod svou výhradní kontrolou a je k datové zprávě, ke které se vztahuje připojen takovým způsobem, že je možno zajistit jakoukoliv následnou změnu dat.* Třetí možností je zaručený elektronický podpis založený na kvalifikovaném certifikátu (§ 6), kdy je nutné mít k užití takového podpisu vystavený certifikát kvalifikovaným poskytovatelem

D=3&back%5Bs2%5D=0&back%5Bs3%5D=0&back%5Bs4%5D=0&back%5Bs5%5D=0&back%5Bs6%5D=0&recid_cl=47705

⁸⁶ ŠVESTKA J., Spáčil, J. Škárová, M., Hulmák, M. a kol. Občanský zákoník I. Komentář. 2. Vydání. Praha: C. H. Beck 2009, 1394 s. ISBN 978-80-7400-108-6, str. 411.

⁸⁷ FRIMMEL, Martin. *Elektronický obchod: právní úprava*. 1. vyd. Praha: Prospektrum, 2002, 321 s. ISBN 80-717-5114-6, str. 33.

⁸⁸ HULMÁK, Milan. Elektronický právní styk. *Právní rozhledy*. roč. 2005, č. 7.

certifikačních služeb. Čtvrtý je potom zaručený elektronický podpis založený na kvalifikovaném certifikátu od akreditovaného poskytovatele. Tento tzv. uznávaný elektronický podpis se využívá v oblasti orgánů veřejné moci.

Jak je to ale s existencí písemné formy bez elektronického podpisu? Můžeme považovat například uvedení jména na konci e-mailu za relevantní podpis? Záleží na výkladu slova podpis,⁸⁹ který nám zákonodárce v tomto směru nepodává a názory teoretiků se různí. Lze se setkat s názorem, že pouhé uvedení jména je relevantním podpisem,⁹⁰ avšak oproti tomu se objevují názory zcela opačné.⁹¹ Podle mého názoru pouhé napsání jména nelze považovat za podpis ve smyslu § 40 odst. 3 OZ.

Význam podpisu spočívá mimo jiné v ověření totožnosti podepisovaného, což pouhé uvedení jména nemůže splňovat, neboť kdokoli může pod text e-mailu uvést jakékoli jméno, aniž by bylo běžnému uživateli internetu patrné, kdo činí právní úkon. Dalším významem podpisu může být také funkce důkazní, která by byla v případě pouhého uvedení jména značně oslabena.

V § 40 odst. 3 OZ je uvedeno, že *podpis může být nahrazen mechanickými prostředky v případech, kdy je to obvyklé*. Jako příklady mechanických prostředků se uvádí použití razítka nebo naskenovaného podpisu. Pod tuto kategorii by se pouhé uvedení jména na e-mailu dalo podřadit. *„Požadavek obvyklosti je však nutné vztáhnout k situacím, kdy se takto podepsaný právní úkon používá, tedy kdy lze nahradit vlastnoruční podpis mechanickým prostředkem, nikoliv pouze k tomu, že se k listině připojuje mechanický prostředek, u e-mailu jméno a příjmení. Nelze tedy říci, že e-mail je písemný právní úkon, protože uvedení jména a příjmení je obvyklý postup, ale je nutné se zamyslet, zda použití takto učiněného projevu vůle je v dané situaci obvyklé.“*⁹²

Řešení výše uvedených otázek nepřináší ani NOZ. Pokud se strany smlouvy dohodnou na písemné formě nebo je písemná forma obligatorní ex lege, je nutný k platnosti

⁸⁹ Dle ŠVESTKA J., Spáčil, J. Škárová, M., Hulmák, M. a kol. Občanský zákoník I. Komentář. 2. Vydání. Praha: C. H. Beck 2009, 1394 s. ISBN 978-80-7400-108-6, str. 364 „Podpis představuje obvykle uvedení jména a příjmení, akceptuje se i pouhé příjmení. U cizinců bude ovšem nezbytné přijmout i jiný obsah podpisu (znaky, symboly), kterými stvrzují obvykle své písemné právní úkony, přestože nevyjadřují příjmení. Za podmínky určitelnosti podpisující osoby může jako podpis stačit i uvedení pouhého jména, což je praktické zejména v oblasti závětí. Podpisem může být obecně i pseudonym, za předpokladu určitelnosti podpisující osoby. Podpis nemusí být čitelný. Podpis se připojuje na konec textu, který je obsahem vůle jednajícího subjektu. Z hlediska dodržení formy je nepodstatné, zda se subjekt s textem seznámil či nikoliv.“

⁹⁰ například FRIMMEL, Martin. *Elektronický obchod: právní úprava*. 1. vyd. Praha: Prospektrum, 2002, 321 s. ISBN 80-717-5114-6, str. 32.

⁹¹ ČERMÁK, Karel. Elektronický podpis: pohled soukromoprávní. [online]. 21. 1. 2003 [cit. 2012-10-20].

Dostupné z: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=114821> (původně z Bulletinu advokacie)

⁹² HULMÁK, Milan. Elektronický právní styk. *Právní rozhledy*. roč. 2005, č. 7

právního jednání podpis. Stejně jako v OZ, tak i v § 561 NOZ *podpis může být nahrazen mechanickými prostředky tam, kde je to obvyklé*. Navíc je zde ale § 562, kde je uvedeno, že *písemná forma je zachována i při právním jednání učiněném elektronickými nebo jinými technickými prostředky umožňujícími zachycení jeho obsahu a určení jednající osoby*. Zachycení obsahu při e-mailové komunikaci problém nečiní, určení jednající osoby je již opět sporné.

Dle mého názoru by k těmto otázkám měla judikatura zaujmout jednoznačné stanovisko s přihlédnutím k současnému stavu technických prostředků a jejich relevance používání spotřebiteli.

V České republice dosud nevznikla ustálená judikatura týkající se spotřebitelských smluv uzavíraných prostřednictvím elektronických prostředků.

Je zde však nedávné rozhodnutí Nejvyššího soudu alespoň částečně dotýkající se dané problematiky. Soud se zabýval otázkou spotřebitelské smlouvy zprostředkovatelské uzavřené přes internet.⁹³ Vzhledem k tomu, že se jedná o jedno z mála rozhodnutí zabývajících se touto tematikou, uvedu alespoň stručně také skutkový stav. Žalobkyně si v tomto případě vyhlédla nabídku zájezdu na internetových stránkách žalované společnosti. Žalovaná přes internet odeslala elektronický návrh smlouvy, který jí žalobkyně rovněž přes internet poslala vyplněný zpět.

Na účet žalované společnosti poté zaplatila cenu zájezdu, na zájezd se pak ale rozhodla neodcestovat a požadovala zpět kupní cenu zájezdu, neboť dle jejího tvrzení nedošlo k uzavření smlouvy, jelikož nebyla dodržena písemná forma zákonem stanovená pro cestovní smlouvu⁹⁴, a tím vzniklo na straně žalované společnosti bezdůvodné obohacení. Žalovaná společnost ovšem v tomto případě tvrdila, že byla pouze zprostředkovatelem smlouvy, neboť toto bylo uvedeno na cestovní smlouvě a peníze ihned přeposlala jiné společnosti. Soud prvního stupně posoudil smlouvu jako neplatnou pro nedostatek formy a bezdůvodné obohacení na straně jiné společnosti, se kterou měla být smlouva uzavřena. Krajský soud poté rozhodnutí změnil tak, že uložil žalované povinnost zaplatit žalobkyni částku ve výši kupní ceny (tedy vydat bezdůvodné obohacení), jelikož usoudil, že nebylo dostatečně jasné, že se jedná o zastoupení a tudíž v pochybnostech platí výklad pro spotřebitele příznivější.

Žalovaná společnost proto podala dovolání, kde tvrdila, že žalobkyni muselo být z různých dokumentů jasné, že se jedná pouze o zprostředkování zájezdu, a to včetně internetové komunikace, z níž byla tato skutečnost seznatelná. Žalovaná byla pouze platebním

⁹³ Rozsudek NS ze dne 19. 7. 2012, sp. zn. 28 Cdo 2552/2011

⁹⁴ Srov. § 852b, odst., 1) OZ

místem a ne smluvní stranou a podle § 455 odst. 1 OZ se plnění přijaté z neplatného právního úkonu jen pro nedostatek formy nepovažuje za bezdůvodné obohacení.

NS dovedl, že pro určení nároků z bezdůvodného obohacení je rozhodující faktický stav, tj, na čí účet bylo v konečném důsledku tedy plněno. Navíc na uvedenou situaci se nevztahuje ustanovení o příznivějším výkladu pro spotřebitele, neboť v tomto případě se myslí smluvní ujednání, které stanovuje práva nebo povinnosti a nikoli určení toho, kdo je smluvní stranou.

Informační povinností elektronicky uzavíraných smluv se týká také rozhodnutí Evropského soudního dvora C-298/07 Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände - Verbraucherzentrale Bundesverband eV proti deutsche internet versicherung AG. Soudní dvůr zde na základě předložené předběžné otázky týkající se uveřejnění kontaktních údajů na společnost, rozhodl, že Článek 5 odst. 1 písm. c) směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 směrnice o elektronickém obchodu, musí být vykládán v tom smyslu, že poskytovatel služeb je povinen poskytnout příjemcům služby ještě před uzavřením smlouvy vedle adresy své elektronické pošty také další informace, jež umožňují rychlé navázání kontaktu a také přímou a účinnou komunikaci. Těmito informacemi nemusí být nutně telefonní číslo.

Mohou spočívat v elektronickém kontaktním formuláři, pomocí něhož se příjemci služby mohou obracet prostřednictvím internetu na poskytovatele služeb a na který poskytovatel služeb odpoví elektronickou poštou, s výjimkou situací, kdy příjemce služby, který po navázání kontaktu elektronickými prostředky s poskytovatelem služeb nemá přístup k elektronické síti, požádá uvedeného poskytovatele o přístup k jinému než elektronickému prostředku komunikace.

3. 5. Okamžik uzavření smlouvy

Předpokladem pro vznik smlouvy je existence návrhu na uzavření smlouvy (nabídka, oferta), jeho včasné přijetí (akceptaci) a konsenzus, který je obsahovou shodou oferty a akceptace. Tato úprava podle OZ platí, až na určité výjimky, i pro uzavírání obchodních smluv mezi podnikateli.⁹⁵ Rozhodujícím faktorem pro vznik smlouvy je dosažení konsenzu smluvních stran.

Okamžik uzavření smlouvy se stává často velmi důležitým teprve tehdy, kdy je nutné plnění druhé strany nějakým způsobem vynutit poté, co nezačala plnit dobrovolně. Abychom dosáhli svého nároku, je třeba prokázat existenci dluhu vzniklého ze závazkového vztahu, který byl platně uzavřen.

Při elektronické kontraktaci je třeba identifikovat, která strana je navrhovatelem, tedy oferentem a která adresátem návrhu, resp. použijeme-li terminologii NOZ, nabídky. Právě tato identifikace nám umožní rozpoznat okamžik, kdy byla smlouva uzavřena.

3. 5. 1. Návrh

Návrhem je podle OZ adresovaný projev vůle směřující k uzavření smlouvy. Musí být dostatečně určitý a musí z něj vyplývat vůle navrhovatele být jím vázán.

Každý návrh musí splňovat podmínky § 43a OZ, obecné náležitosti právního úkonu dle § 37 a násl. OZ⁹⁶ a navíc musí obsahovat zákonem stanovené informace, jak je uvedeno dále.

Určitost návrhu je jeden z definičních znaků. Určitý právní úkon je takový, jehož obsah lze zjistit výkladem podle interpretačních pravidel. Návrh bude dostatečně určitý, i když v něm nebudou náležitosti všechny stanoveny explicitně, ale budou objektivně zjistitelné. Tzn. například v návrhu odkážeme na dopis obláta nebo jinou předchozí e-mailovou komunikaci. Požadavek určitosti bude tedy naplněn i v případě určitelnosti.⁹⁷ Obsah návrhu lze tedy nepochybně určit odkazem na vzorník nebo obchodní podmínky.⁹⁸ O obchodních podmínkách blíže v příslušné kapitole.

⁹⁵ ŠVESTKA J., Spáčil, J. Škárová, M., Hulmák, M. a kol. Občanský zákoník I. Komentář. 2. Vydání. Praha: C. H. Beck 2009, 1394 s. ISBN 978-80-7400-108-6, str. 401.

⁹⁶ ŠVESTKA, J., Spáčil, J. Škárová, M., Hulmák, M. a kol. Občanský zákoník I. Komentář. 2. Vydání. Praha: C. H. Beck 2009, 1394 s. ISBN 978-80-7400-108-6, str. 402.

⁹⁷ HULMÁK, Milan. *Uzavírání smluv v civilním právu*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2008, xiii, 203 s. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-80-7400-062-1. str. 54

⁹⁸ HULMÁK, Milan. *Uzavírání smluv v civilním právu*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2008, xiii, 203 s. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-80-7400-062-1. str. 57

Návrh musí v případě spotřebitelských smluv uzavíraných přes internet obsahovat informace dle § 53 odst. 3 OZ. Tyto informace musí být ex lege poskytnuty určitým a srozumitelným způsobem. Podmínky zde uvedené však jsou „zřejmě nadbytečné, neboť pod obecnými náležitostmi upravenými v části první občanského zákoníku je zřejmě třeba chápat obecné náležitosti právního úkonu, a pod podstatnými náležitostmi smlouvy v části osmé poté podstatné náležitosti příslušného smluvního typu.“⁹⁹ Z uvedeného vyplývá, že bez těchto základních podmínek by potom nemohla vzniknout jakákoliv smlouva, nejen spotřebitelská distanční.

Z § 53 odst. 3) OZ vyplývá, že zde uvedené informace mají být přímo obsahem návrhu. Pokud uvedené informace nejsou součástí obsahu návrhu, spotřebitelská smlouva nevznikne. Na rozdíl od § 53 odst. 4) OZ, kde se vyžaduje poskytnutí informací s dostatečným předstihem. Mohou být tedy stejně jako informace dle § 53 odst. 3 OZ součástí obsahu návrhu, ale stejně tak mohou být pouze součástí výzvy k podání návrhu.¹⁰⁰

Návrhem v prostředí internetu by mohla být webová stránka s nabídkou zboží nebo katalogem, případně adresovaný e-mail. U smluv pro které zákon předepisuje písemnou formu, je navíc nutné, aby byl celý obsah smlouvy zachycen na stejném místě a přijetí návrhu musí obsahovat celý text smlouvy.¹⁰¹ To vše z důvodu posílení právní jistoty kontrahujících subjektů, případně pro usnadnění následného možného dokazování.

Zatímco s e-mailem konkrétně adresovaným určité osobě nejsou žádné větší potíže, u webových stránek není splněn právě požadavek adresnosti, což je hlavním argumentem, proč by takovéto stránky neměli být návrhem k uzavření smlouvy. Vyvěšení obrázků určitého zboží spolu s jeho popisem na internetových stránkách, které spíše připomíná reklamní leták nějakého obchodního centra, totiž zcela nepochybně adresné není, naopak by se jednalo o veřejný návrh, který je jasně normován v obchodním zákoníku. Ustanovení § 43a odst. 1) OZ

⁹⁹ FRIMMEL, Martin. *Elektronický obchod: právní úprava*. 1. vyd. Praha: Prospektrum, 2002, 321 s. ISBN 80-717-5114-6, str. 52.

¹⁰⁰ ŠVESTKA, J., Spáčil, J., Škárová, M., Hulmák, M. a kol. *Občanský zákoník I. Komentář*. 2. Vydání. Praha: C. H .Beck 2009, 1394 s. ISBN 978-80-7400-108-6, str. 484

¹⁰¹ FRIMMEL, Martin. *Elektronický obchod: právní úprava*. 1. vyd. Praha: Prospektrum, 2002, 321 s. ISBN 80-717-5114-6, str. 56

je přitom považováno za kogentní,¹⁰² kdy závěr o kogentnosti této normy není nijak blíže odůvodněn.¹⁰³

S účinností NOZ by měl být tento problém vyřešen a webové stránky e-shopů by byly jakousi výkladní skříní návrhů.

3. 5. 2. Přijetí návrhu (akceptace)

Česká právní úprava, jak je již zmiňováno výše, stojí na tzv. teorii příjemce.¹⁰⁴ Přijetí návrhu, jakožto včasné prohlášení osobou, které byl návrh určen, je dalším významným prvkem uzavření smlouvy. Příjemcem je tedy osoba, které je návrh určen. OZ vyžaduje u přijetí návrhu adresnost (oproti NOZ, jak je rozebráno již výše, kde je podmínka adresnosti vypuštěna) a včasnost. Včasnost je předpokladem, z něhož jsou umožněny výjimky stanovené § 43c odst. 3. a 4. OZ, stejný institut zakotvuje i NOZ v § 1743 odst. 1) a 2).

K odpovědi na otázku ve kterém okamžiku dochází k přijetí návrhu, je nutné první určit, co považujeme vůbec za návrh.

V úvahu přicházejí různé varianty. Přijetí návrhu může být odpověď na adresovaný e-mail, případně odeslání vyplněné objednávky prostřednictvím e-shopu. Případně je možná jiná varianta, a to že nabídkou je vlastně odeslání vyplněné objednávky a následné potvrzení o obdržení objednávky, kterou je podnikatel povinen spotřebiteli poskytnout je jakýmsi přijetím nabídky. V tomto případě by bylo zboží zveřejněné na internetové stránce pouze výzvou k uzavření smlouvy, tzv. *invitatio ad offerendum*. Jak je již uvedeno v kapitole o návrhu, česká právní úprava vyžaduje adresnost návrhu, což vystavení zboží na internetových stránkách nesplňuje, a proto je nutné najít nějaké východisko, aby mělo ustanovení § 53 a násl. vůbec nějaký smysl.

Hlavním problematickým bodem je interpretační nesrovnalost. Není totiž zcela zřejmé, zda úprava § 53 a násl. OZ je výjimkou z ust. § 43a nebo ne. Dovozuje se z účelu a smyslu evropské legislativy, že se jedná o výjimku z obecného pravidla, čímž je zároveň modifikována úprava přijetí návrhu. Jelikož zákon uvádí, že se musí jednat o včasné

¹⁰² a to i judikaturou např. rozhodnutí Nejvyššího soudu 33 Cdo 2994/99, ze dne 26. března 2001 "*Pouze zákon tak může stanovit zvláštní kontraktační proces odlišný od běžného uzavření smlouvy upravený v ust. § 43a a násl. obč. zák., kdy např. návrh na uzavření smlouvy není určen určitým osobám. Tato obecná právní úprava uzavírání smluv má ve smyslu ust. § 2 odst. 3 obč. zákona kogentní povahu a účastníci občanskoprávních vztahů se od ní dohodou nemohou odchýlit.*"

¹⁰³ HULMÁK, Milan. *Uzavírání smluv v civilním právu*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2008, xiii, 203 s. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-80-7400-062-1. str.68

¹⁰⁴ VUČKA, Jan. *Elektronické smlouvy - část I. Obecně o uzavírání smluv elektronickou cestou*. [online]. 28. 2. 2002 [cit. 2012-11-07]. Dostupné z: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=71656>

prohlášení osobou, které je návrh určen, což zde splněno není tím, že chybí adresnost, musí se tedy navíc jednat i o osobu na základě neadresovaného návrhu ve smyslu § 53 odst. 1) OZ.¹⁰⁵

Obecně platí, že lze přijmout návrh jakoukoli formou, tj. konkludentně nebo písemně.¹⁰⁶ V praxi provozovatelů internetových obchodů bude nejčastěji přicházet v úvahu konkludentní přijetí, bude-li návrhovatelem kupující a písemné přijetí, bude-li návrhovatelem prodávající.

I přesto, že OZ stanovuje dodavateli povinnost neprodleně potvrdit obdržení objednávky, nesplnění této povinnosti nemá bez dalšího žádný vliv na platnost již dříve uzavřené smlouvy.

Jestliže byla smlouva řádně uzavřena, tedy došlo k akceptaci oferty, může nesplnění následné povinnosti dodavatele zapříčinit pouze nárok na náhradu škody podle obecného ustanovení § 420 OZ.

Přichází při uzavírání smluv se spotřebiteli přes internet v úvahu reálná akceptace? K reálné akceptaci může dojít například zaplacením kupní ceny podle návrhu smlouvy.¹⁰⁷ Jestliže bychom si představili situaci, kdy dojde spotřebiteli e-mailem nabídka určitého zboží, o které má zájem a on neudělá nic jiného, než pošle kupní cenu na účet oferenta, je třeba uvažovat o tom, zda došlo k uzavření smlouvy. Pokud by se nabídka týkala jen jednoho druhu zboží a byla by řádně splněna informační povinnost, dle mého názoru by to možné bylo. Bylo by ale zapotřebí posoudit celou řadu dalších faktorů, jako například to, jakým způsobem došlo k platbě a zda bude možná identifikace akceptanta.

Další možnou variantou reálné akceptace je také možnost ponechat si neobjednané zboží, užívat je jako vlastní a zaplatit za něj kupní cenu. O této problematice více v následující podkapitole.

České e-shopy ve svých obchodních podmínkách¹⁰⁸ často uvádí, že nabídkou je odeslání objednávky spotřebitelem (vyplnění formuláře, typ click-through) a přijetím této nabídky prodávajícím vzniká smlouva, která je následně potvrzena informativním mailem, který však nemá na kupní smlouvu vliv. Dochází tedy ze strany kupujícího spotřebitele k

¹⁰⁵ ŠVESTKA, J., Spáčil, J., Škárová, M., Hulmák, M. a kol. *Občanský zákoník I. Komentář. 2. Vydání.* Praha: C. H. Beck 2009, 1394 s. ISBN 978-80-7400-108-6, str 480 stejně tak i HULMÁK, Milan. *Uzavírání smluv v civilním právu.* Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2008, xiii, 203 s. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-80-7400-062-1. str 81.

¹⁰⁶ HULMÁK, Milan. *Uzavírání smluv v civilním právu.* Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2008, xiii, 203 s. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-80-7400-062-1. str 129

¹⁰⁷ ŠVESTKA, J., Spáčil, J., Škárová, M., Hulmák, M. a kol. *Občanský zákoník I. Komentář. 2. Vydání.* Praha: C. H. Beck 2009, 1394 s. ISBN 978-80-7400-108-6, str. 405.

¹⁰⁸ Obchodní podmínky. *Alza.cz* [online]. [cit. 2012-11-21]. Dostupné z: <http://www.alza.cz/article/10.htm>, Obchodní podmínky. *Kasa.cz* [online]. [cit. 2012-11-21]. Dostupné z: <http://www.kasa.cz/obchodni-podminky/>, Obchodní podmínky. *Mall.cz* [online]. [cit. 2012-11-21]. Dostupné z: <http://www.mall.cz/obchodni-podminky>

adresované nabídce prodávajícímu, který konkludentně přijímá, čímž dochází k uzavření smlouvy.

3. 6. Poskytnutí plnění bez objednávky

Dalším problematickým aspektem e-kontraktace je situace, kdy vlastně nedošlo ke vzniku žádného závazku, a přesto bylo ze strany jednoho ze subjektů plněno. Právní řád nazývá tyto případy poskytnutí plnění bez objednávky v teorii, která vychází z úpravy Evropské Unie, se užívá pro tyto případy pojmu „setrvačný prodej“¹⁰⁹.

V prostředí internetového obchodování tyto situace mohou nastat zejména tak, že je jménem internetového prodejce zasláno spotřebiteli určité neobjednané plnění, nebo což bude zřejmě častější, je toto plnění zasláno v rámci jiné objednávky. Spotřebitel si tedy například objedná přes internet krmivo pro psy a k tomu mu bez objednání přichází i psí vodítko.

Tuto problematiku řeší ust. § 53 odst. 9) OZ. Účelem úpravy je ochrana spotřebitele před možným nátlakem dodavatele, který by musel řešit otázku, co udělat s nevyžádaným zbožím, popřípadě být nucen k zaplacení. Zároveň má odrazovat dodavatele od toho, aby spotřebitele šikanovali zasíláním například nejrůznějších reklamních předmětů.

Otázkou tedy je, jakou povahu má neobjednané plnění? Dle mého názoru není možné bez dalšího říci, že adresát neobjednaného plnění nabývá vlastnické právo.¹¹⁰

Nabytí vlastnického práva není v tomto případě možné vzhledem k charakteru tohoto institutu. Nabytí vlastnictví by bylo ve své podstatě také nevyžádané, tedy „vnucené“ což dle mého názoru odporuje základním zásadám soukromého práva. K nabytí vlastnického práva uvádí Melzer:¹¹¹ „Zcela nad rámec požadavku i smyslu (...), jde však požadavek, aby spotřebitel ex lege nabyl vlastnické právo. S ohledem na princip rovnosti, podle kterého nelze jinému jednostranně zakládat nejen povinnosti, ale i práva, je dokonce naprosto vyloučeno, aby vlastnické právo nabyl zcela bez ohledu na svou vůli či dokonce proti své vůli.“ Tento institut neslouží k obohacení spotřebitele na úkor dodavatele, ale cílem je, jak je uvedeno již výše spotřebitele nezatěžovat. Tomu odpovídá situace, kdy spotřebitel zboží převezme a dále se jím již nijak nezabývá.

¹⁰⁹ V angličtině inertia selling, kdy slovo inertia znamená jednak setrvačnost, ale také nečinnost.

¹¹⁰ I když v ŠVESTKA, Jiří a Jan DVOŘÁK. *Občanské právo hmotné II.* 5., jubilejní aktualiz. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009, 550 s. ISBN 978-807-3574-734., str. 47 uvádí, že se takové plnění stává vlastnictvím spotřebitelů.

¹¹¹ MELZER, Filip. K úpravě ochrany spotřebitele ve vládním návrhu občanského zákoníku. *Právní rozhledy*. roč. 2009, č. 21.

Jiná situace ovšem dle Havla¹¹² nastává v případě, kdy spotřebitel neobjednané plnění převezme, užije nebo zaplatí a tím vyjádří vůli být reálným návrhem vázán, tj. dochází k reálné akceptaci a tím dojde k převodu vlastnického práva.

Výhodou spotřebitele je, že pokud nechce být návrhem vázán, nemusí činit žádné kroky k navrácení zboží dodavateli, jeho nárok však nezaniká. OZ v § 53 odst. 9) používá termín „...není spotřebitel povinen dodavateli jeho plnění vrátit“, kdežto v úpravě bezdůvodného obohacení,¹¹³ do kterého by jistě neobjednané plnění mohlo spadat, je užito termínu „Musí být vydáno vše...“.

Nabízí se tedy dvě řešení. Pokud bychom připustili, že dochází ke vzniku bezdůvodného obohacení, jednalo by se o speciální případ, kdy by sice spotřebitel byl bezdůvodně obohacen, ale neměl by vzhledem k dikci ustanovení § 53 odst. 9) OZ povinnost „vracet“, tedy se aktivně podílet na navrácení zboží zpět do dispozice prodejce, pouze by byl povinen v případě aktivity prodejce zboží vydat. Druhou variantou¹¹⁴ by bylo zcela vyloučit vznik bezdůvodného obohacení, jelikož bychom vzali celé ustanovení § 53 odst. 9) OZ jako *lex specialis*.

V NOZ je úprava jasnější, neboť normuje, že na spotřebitele, jemuž bylo dodáno bez objednávky, se hledí jako na poctivého držitele.¹¹⁵ Bezdůvodné obohacení se zde tedy zcela nepochybně neuplatní. Poctivý držitel má právo nakládat s dodaným zbožím dle libosti.¹¹⁶ K převodu vlastnického práva bez dalšího nedojde, což je samozřejmou podstatou držby.

Poctivým držitelem je ten, kdo má za to, že mu náleží určité právo, které vykonává. Zároveň musí být splněna podmínka přesvědčivého důvodu takovéto domněnky. Poctivému držiteli náleží stejná práva jako držiteli řádnému, tzn., že se jeho držba zakládá na platném právním důvodu.¹¹⁷ Užívání věci je tímto subsumováno. V případě, že by se spotřebitel rozhodl na základě vlastní dobré vůle nevyžádané plnění podnikateli vrátit, jednalo by se pravděpodobně o jednatelství bez příkazu a tím by vznikl spotřebiteli nárok na náhradu vzniklých nákladů.¹¹⁸

¹¹² HAVEL, Bohumil. Poznámky k ustanovení § 53 odstavec 8 občanského zákoníku : (induktivní náhled). *Právník*, 2004, roč. 143, č. 1, s. 76

¹¹³ § 458 odst. 1) OZ, pojem „vydat“ se ale užívá v celé úpravě bezdůvodného obohacení.

¹¹⁴ HAVEL, Bohumil. Poznámky k ustanovení § 53 odstavec 8 občanského zákoníku : (induktivní náhled). *Právník*, 2004, roč. 143, č. 1, s. 78

¹¹⁵ § 1838 NOZ

¹¹⁶ ELIÁŠ, Karel. *Nový občanský zákoník s aktualizovanou důvodovou zprávou a rejstříkem*. 1. vyd. Ostrava: Sagit, 2012, 1119 s. ISBN 978-807-2089-222. Str. 746.

¹¹⁷ Srov. § 991 a § 992 NOZ

¹¹⁸ MELZER, Filip. K úpravě ochrany spotřebitele ve vládním návrhu občanského zákoníku. *Právní rozhledy*. roč. 2009, č. 21.

Na úrovni evropské legislativy je tato problematika upravena čl. 27 Směrnice 2011/83/ES.

3. 7. Předmět kupní smlouvy

Při uzavírání smluv v internetových obchodech postupuje spotřebitel nejčastěji tak, že si prostřednictvím internetových stránek vybírá zboží a ukládá ho do virtuálního nákupního koše, poté potvrdí objednávku.

Předmět kupní smlouvy je spolu s cenou podstatnou náležitostí smlouvy. Při uzavírání smlouvy přes internet musí být zřejmé, co tedy kupující skutečně kupuje a za jakou cenu.

Problémem je situace, kdy je do virtuálního koše vloženo více kusů zboží, není totiž jasné, zda tímto vznikne jedna smlouva nebo více samostatných smluv s rozdílným plněním.

Vyřešení otázky, co je předmětem smlouvy, má později vliv na posouzení vad zboží nebo odstoupení od smlouvy.¹¹⁹ Pokud by jednou objednávkou vznikala pouze jedna smlouva, znamenalo by to, že pokud se jedno objednané zboží spotřebiteli zamlouvalo a druhé ne, musel by při případném odstoupení od smlouvy vrátet obojí, neboť nelze odstoupit jen od části závazku. Pravděpodobně bude tedy docházet k uzavření většího počtu smluv s různým plněním. Nebo resp. toto řešení by bylo pro spotřebitele zcela jistě výhodnějším.

V tomto ohledu je třeba poukázat na ustanovení §1727 NOZ, které nově stanovuje, že každá z několika smluv uzavřených při téže jednání nebo zahrnutých na téže listině, se posuzuje samostatně. Pokud z povahy těchto smluv nevyplývá vzájemná závislost. V současnosti je tento institut upraven v § 275 ObchZ.

V souvislosti s předmětem kupní smlouvy se nakupováním na internetu také zabýval Německý Spolkový soudní dvůr, netypicky se však jednalo o neplatnost kupní smlouvy pro omyl prodávajícího.¹²⁰ Jednalo se o rozsudek VIII ZR 79/04 ze dne 26. 1. 2005.¹²¹ Omyl zde byl způsoben technickou chybou software. Proávající provozovatel internetového obchodu

¹¹⁹ ŠALOMOUN, Michal. Distanční smlouvy aneb jak nakupovat zajíce v pytli. In: *Současné aktuální otázky spotřebitelského práva: sborník příspěvků z konference konané na PrF MU dne 18.1.2008*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2008, s. 34-39. Spisy Právnické fakulty Masarykovy univerzity v Brně, sv. 327. ISBN 9788021045682. str. 38

¹²⁰ OTEVŘEL, Petr. Neplatnost kupní smlouvy uzavřené na internetu pro omyl prodávajícího. *Právo IT* [online]. 7. 11. 2006 [cit. 2013-03-09]. Dostupné z: <http://www.pravoit.cz/article/neplatnost-kupni-smlouvy-uzavrene-na-internetu-pro-omyl-prodavajiciho>,

¹²¹ Dostupné z: <http://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=en&sid=01bd4a59f7b25dcca2d9a7533e1770a8&nr=31721&pos=2&anz=5>

zařadil do katalogu svého nabízeného zboží správnou cenu, software však na internetové stránky přiřadil cenu asi desetinásobně nižší, než byla cena zboží uvedená prodávajícím.

Kupující, který zboží zakoupil za takto nízkou cenu, poté odmítal zboží vrátit nebo rozdíl v ceně doplatit, neboť dle jeho názoru byla smlouva platně uzavřena. Spolkový soudní dvůr však toto posoudil jako omyl a smlouva byla tedy neplatná. Zajímavá je také skutečnost, že prodávajícímu nebyl přiznán nárok na náhradu škody. Důvodem byla právní nejistota, protože v obdobné věci neexistuje jiné relevantní rozhodnutí.

3. 8. Všeobecné obchodní podmínky

Obchodní podmínky jsou předem stanovené podmínky, kterými lze nahradit část obsahu smlouvy.¹²² Pojem „obchodní“ však neznamená, že by se musely uplatňovat pouze v obchodněprávních vztazích, i když je nejčastěji jedna ze stran podnikatelem. Význam těchto podmínek spočívá v tom, že je konkrétní subjekt využívá při provozování obchodu. Přesnější pojem by proto byl „všeobecné smluvní podmínky“.¹²³

Tam, kde se náležitosti smluv ve velkém rozsahu často opakují, lze využít smluvních podmínek za účelem urychlení a usnadnění celého kontraktačního procesu. Jedním z typických příkladů je právě uzavírání smluv přes internet, neboť by bylo velmi nepraktické vypracovávat náležitosti pro každou jednotlivou uzavíranou smlouvu zvlášť. Pokud chybí ve smlouvě úprava vztahu mezi samotnou smlouvou a smluvními podmínkami tak platí, že ujednání přímo ve smlouvě mají přednost.

OZ explicitně úpravu smluvních podmínek neobsahuje, zmiňuje se však o nich v ustanovení § 53a odst. 3), kde je uvedeno, že *smlouva a všeobecné obchodní podmínky musí být spotřebiteli poskytnuty ve formě, která umožňuje archivaci a reprodukci*. Tato úprava vychází ze směrnice 2001/31/ES o elektronickém obchodu. Smyslem je umožnit zachování obsahu takové smlouvy a tím chránit spotřebitele.¹²⁴

ObchZ upravuje smluvní podmínky v § 273 odst. 1. Část obsahu smlouvy lze nahradit odkazem na všeobecné obchodní podmínky vypracované odbornými nebo zájmovými organizacemi nebo odkazem na jiné obchodní podmínky, jež jsou stranám uzavírajícím smlouvu známé nebo k návrhu přiložené. Jsou tedy jakýmsi nepřímým smluvním

¹²²HENDRYCH, Dušan. *Právní slovník*. 3., podstatně rozš. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2009, xxii, 1459 s. Beckovy odborné slovníky. ISBN 978-80-7400-059-1..

¹²³HULMÁK, Milan. *Uzavírání smluv v civilním právu*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2008, xiii, 203 s. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-80-7400-062-1. Str. 62

¹²⁴ŠVESTKA, J., Spáčil, J., Škárová, M., Hulmák, M. a kol. *Občanský zákoník I. Komentář*. 2. Vydání. Praha: C. H. Beck 2009, 1394 s. ISBN 978-80-7400-108-6. Str. 500

ujednáním, které se stane součástí smlouvy v okamžiku, kdy s tím obě strany projeví souhlas. Souhlas musí být výslovný. Nemusí se však jednat o formu písemnou, tj. není nutné, aby byly obchodní podmínky podepsány.

Z hlediska pozdějšího dokazování při vzniklém sporu je to ale zjevně problematické. Z judikatury totiž vyplývá, že *kdo se těchto obchodních podmínek dovolává, musí v případě pochybností prokázat, že byly druhé smluvní straně známy, nebo že byly ke smlouvě přiloženy.*¹²⁵ U smluv uzavíraných za použití elektronických prostředků navíc zákon vyžaduje již výše uvedenou podmínku formy, která umožňuje archivaci a reprodukci.

Problematické se také může zdát uplatnění výkladového pravidla contra proferentem. Toto výkladové pravidlo znamená, že pokud je ve smlouvě použito nějakého nejasného pojmu, vykládá se tento pojem k tíži osoby, která jej použila poprvé. Pokud by e-shop fungoval tak, že „vystavené“ zboží by bylo výzvou k podání návrhu, mohly bychom uvažovat tak, že obchodní podmínky se stávají součástí návrhu, který činí spotřebitel. Nejasný pojem v obchodních podmínkách by byl v tom případě k tíži spotřebitele. S přihlédnutím ke smyslu tohoto pravidla však dojdeme k závěru, že nejasnost bude spíše k tíži autora nejasného textu a nikoli subjektu, který jej v rámci kontraktace předložil.¹²⁶ To především proto, že spotřebitel v podstatě neměl jinou možnost, pokud chtěl s konkrétním podnikatelem kontrahovat. U smluv uzavíraných se spotřebitelem navíc pravidlo contra proferentem naráží na pravidlo interpretace spotřebitelských smluv, kde je nutné vykládat nejasná ustanovení pro spotřebitele nejpříznivěji. Při střetu těchto dvou pravidel upřednostnil Ústavní soud¹²⁷ ochranu spotřebitele.

Obchodní podmínky se stávají součástí smlouvy až jejich akceptací, což má velký vliv i na jejich následnou změnu. Nelze totiž změnit tyto podmínky jednostranně, pokud není dána možnost spotřebiteli při jejich změně odstoupit od smlouvy. Absolutní nemožnost změny obchodních podmínek by byla pro podnikatele, kteří uzavírají každodenně obrovské množství smluv, velmi nepraktická. Z toho důvodu NOZ od této „přísnosti“ upouští a umožňuje jednostrannou změnu, je-li to předem ujednáno.¹²⁸

Zajímavá je také otázka „přiložení“ obchodních podmínek. Pokud jsou k samotné smlouvě podmínky přiloženy, nezkoumá se dále, jestli se s nimi oblat skutečně seznámil.¹²⁹

¹²⁵ FRIMMEL, Martin. *Elektronický obchod: právní úprava*. 1. vyd. Praha: Prospektrum, 2002, 321 s. ISBN 80-717-5114-6, str. 60. Zde Vrchní soud v Praze dne 24. 2. 1988 č.j. 5 Cmo 318/97.

¹²⁶ CSACH, Kristián. *Štandardné zmluvy*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2009, 331 s. Autorské publikácie. ISBN 978-80-7380-199-1, str. 80

¹²⁷ Nález Ústavního soudu ze dne 1. 11. 2007, sp. zn. I. ÚS 312/05

¹²⁸ Srov. § 1752 NOZ

¹²⁹ Např. Usnesení Krajského soudu v Hradci Králové 17 Co 15/2004 ze dne 31. 1. 2005

Jestliže je smlouva uzavírána v listinné podobě, tak přiložení obchodních podmínek žádný problém nečiní. Pokud je však uzavírána smlouvy prostřednictvím prostředků komunikace na dálku, a to elektronických prostředků, často bývají obchodní podmínky poskytnuty pouze hypertextovým odkazem. Oblát má tedy možnost se s nimi seznámit, o přiložení se však hovořit nedá. V již zmiňovaném § 53a OZ je požadavek „poskytnutí“, pouhý odkaz (hyperlink) na smluvní podmínky se tedy nemusí jevit jako dostatečný.¹³⁰

Csach uvádí několik možností zobrazení obchodních podmínek. První z nich je zobrazování obchodních podmínek v tzv. pop-up-okně, které není integrováno do internetové stránky, ale otevře se jako nové okno a může být také samostatně uzavřeno. Tento způsob je zcela nedostačující, neboť takové okno můžeme snadno považovat za spam¹³¹ nebo můžeme mít použití takovýchto oken přímo zakázáno nastavením prohlížeče.¹³² Druhou možností je zobrazování přes tzv. frame techniku, kdy jsou obchodní podmínky zobrazeny na hlavní stránce, ale v samostatném rámci.¹³³ Tato technika je přípustná a dle mého názoru mnohdy vhodnější, než zobrazení podmínek prostřednictvím odkazu. Například při nakupování má kupující takto obchodní podmínky ihned před očima a nemusí klikat na další odkazy. Právě uvedení odkazu je však také velmi častým způsobem inkorporace obchodních podmínek.

V NOZ je úprava obchodních podmínek zakotvena v § 1751 a úprava je zde podrobnější než v ObchZ.

Odkáží-li strany na obchodní podmínky, které si odporují, je smlouva přesto uzavřena v rozsahu, v jakém obchodní podmínky nejsou v rozporu. To platí i v případě, že to obchodní podmínky vylučují. Při uzavření smlouvy mezi podnikateli lze část obsahu smlouvy určit i pouhým odkazem na obchodní podmínky vypracované odbornými nebo zájmovými organizacemi.

Z toho tedy vyplývá, že při uzavírání smluv, kdy na jedné straně závazku stojí spotřebitel, pouhý odkaz na obchodní podmínky nestačí. „*Nejedná-li se o právní styk mezi podnikateli, vyžaduje se, aby takové podmínky byly k nabídce přiloženy anebo aby byly stranám při uzavření smlouvy známy, ledaže akceptant prohlásí, že tyto podmínky zná.*“¹³⁴ V tomto případě je tedy více chráněn nejen spotřebitel, který uzavírá smlouvu elektronicky.

¹³⁰ HULMÁK, Milan. *Uzavírání smluv v civilním právu*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2008, xiii, 203 s. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-80-7400-062-1. Str. 64

¹³¹ Tento způsob zobrazení se často používá jako reklama a je obecně považován za velmi obtěžující

¹³² CSACH, Kristián. *Štandardné zmluvy*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2009, 331 s. Autorské publikácie. ISBN 978-80-7380-199-1, str. 82

¹³³ tamtéž

¹³⁴ ELIÁŠ, Karel. *Nový občanský zákoník s aktualizovanou důvodovou zprávou a rejstříkem*. 1. vyd. Ostrava: Sagit, 2012, 1119 s. ISBN 978-807-2089-222, str. 716

Stejně jako v OZ je podnikatel povinen, při použití elektronických prostředků poskytnout znění smlouvy spolu s obchodními podmínkami. V NOZ je však výslovně uvedeno, že se musí jednat o textovou podobu.

Novinkou je ustanovení § 1753 NOZ, kde je stanoveno, že *ustanovení obchodních podmínek, které druhá strana nemohla rozumně očekávat, je neúčinné, nepřijala-li je tato strana výslovně.*

Tento institut lze nazvat jako ochranu před překvapivými ujednáními.¹³⁵ Posuzuje se zde nejen obsah, ale i způsob vyjádření obsahu smluvní podmínky. Pod způsob vyjádření, který je neočekávaný, lze podřadit zejména situace, kdy by obchodní podmínky byly vyjádřeny velmi malým, nečitelným písmem. Toto ustanovení je převzato ze Zásad mezinárodních obchodních smluv UNIDROIT.¹³⁶

Speciální ustanovení je věnováno obchodním podmínkám u smluv uzavíraných adhezním způsobem. Podle NOZ se jedná o takový typ smluv, jejíž základní podmínky byly určeny jednou ze smluvních stran a slabší strana neměla možnost obsah těchto podmínek ovlivnit.¹³⁷ Doložka adhezní smlouvy, která odkazuje na obchodní podmínky, které by byly uvedeny mimo hlavní text smlouvy, by byla platná, byla-li slabší strana s doložkou a jejím významem seznámena nebo prokáže-li se, že význam doložky musela znát. Tato ustanovení o smlouvách uzavíraných adhezním způsobem jsou ochranou nejen pro spotřebitele, ale i pro jakoukoli slabší stranu.

¹³⁵ HULMÁK, Milan. Uzavírání smluv podle nového občanského zákoníku. *Právní rozhledy*. roč. 2012, č. 1.

¹³⁶ ELIÁŠ, Karel. *Nový občanský zákoník s aktualizovanou důvodovou zprávou a rejstříkem*. 1. vyd. Ostrava: Sagit, 2012, 1119 s. ISBN 978-807-2089-222, str. 716, UNIDROIT = The United Nations Commission on International Trade Law, jedná se o nezávislou nevládní organizaci se sídlem v Římě, má 63 členských států. Více na <http://www.unidroit.org/dynasite.cfm?dssid=5189&dsmid=83372>

¹³⁷ Srov. § 1798 NOZ

4. Uzavírání smluv prostřednictvím internetové aukce

V poslední době se stalo velmi moderním a praktickým způsobem uzavírání smluv využívání internetových aukčních portálů, jako jsou například Aukro.cz apod. Typické je, že takto uzavírané smlouvy jsou vlastně obdobou běžné aukce a často zde bývají uzavírány smlouvy, které nemusí být vždy smlouvami spotřebitelskými, neboť se může jednat o nahodilý prodej zboží fyzickou osobou. Na druhou stranu zde nic nebrání obchodování podnikatelským subjektům a tím také k uzavírání smluv se spotřebiteli.

Stranou nechávám aukce podle zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, neboť se jedná o specifickou oblast přesahující rozsah této práce.

Výhodou a cílem aukce je uzavírání smluv za co nejvýhodnějších podmínek. Z právního hlediska lze aukce dělit na tři typy:¹³⁸ zaprvé ty, které jsou vyhlášovány jako obchodní veřejná soutěž podle § 281 a násl. ObchZ, zadruhé na ty, co mají charakter výzvy k podání návrhu dle § 276 odst. 2) ObchZ, a v poslední řadě na ty, které jsou veřejným návrhem na uzavření smlouvy podle § 267 a násl. ObchZ.

Obchodní veřejná soutěž funguje na principu, kdy vyhlášovatel vyzývá neurčité osoby k podání nejvhodnějšího návrhu na uzavření smlouvy. Sám vyhlášovatel se tedy staví do pozice obláta a skrze veřejnou soutěž hledá nejvýhodnější ofertu. Tímto návrhem je poté vázán, ledaže si vyhradil možnost odmítnout všechny nabídky.¹³⁹ Na tomto konceptu stojí například výše zmiňované Aukro.cz (ale i další internetové aukce¹⁴⁰), které má navíc ve svých obchodních podmínkách¹⁴¹ výslovně vyloučenou možnost prodávajícího odmítnout všechny nabídky.

Kupující podávají své návrhy prostřednictvím příhozů v aukci. Prodávající je poté povinen¹⁴² uzavřít smlouvu s tím, kdo navrhne nejvyšší nabídku, tedy s tím, kdo učiní nejvyšší příhoz,¹⁴³ a jestliže je takových víc, přednost má ten, který tuto nabídku učinil jako první. Smlouva je zde uzavřena přijetím návrhu prodávajícím. Jak vyplývá z výše uvedeného,

¹³⁸ MOKRÝ, Lukáš. Právní povaha e-aukce. *Právo IT* [online]. 7. 11. 2006 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://www.pravoit.cz/article/pravni-povaha-e-aukce>

¹³⁹ Srov. § 287 ObchZ

¹⁴⁰ Např. Obchodní podmínky. *Akutiva.cz* [online]. [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://www.auktiva.cz/podminky/>, Obchodní podmínky. *Ikup.cz* [online]. [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://www.ikup.cz/contents.php?show=terms> apod.

¹⁴¹ Obchodní podmínky užívání systému Aukro. Aukro.cz [online]. [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: http://aukro.cz/country_pages/56/0/user_agreement.php#1

¹⁴² Srov. § 287 ObchZ, jedná se o kogentní ustanovení.

¹⁴³ Vhodnost návrhu se tedy posuzuje podle navržené ceny, kterou je kupující ochoten za zboží zaplatit.

na rozdíl od vzniku běžného závazku, zde se jedná o kontraktaci rozdělenou do tří etap¹⁴⁴, kdy standardnímu návrhu a přijetí předchází vyhlášení veřejné soutěže.

Obligatorní náležitosti pro veřejnou obchodní soutěž stanovuje ObchZ v § 282, kde je vyžadováno písemné vymezení předmětu požadovaného závazku, zásady ostatního obsahu závazku zamýšlené smlouvy, určení způsobu podávání návrhů, stanovení lhůty, do které lze návrhy podávat a lhůta pro oznámení vybraného návrhu. Tyto náležitosti zákon subsumuje do pojmu „podmínky soutěže“, jejichž obsah musí být zveřejněn vhodným způsobem.

Lze říci, že obecné podmínky soutěže stanovují všeobecné obchodní podmínky daných aukčních portálů, které jsou zveřejněny na jejich internetových stránkách, což jistě splňuje vhodný způsob zveřejnění požadovaný zákonem. Výjimku tvoří předmět závazku, který vymezuje sám prodávající, a to nejčastěji spolu s připojením fotografie. Také určení lhůty k podávání návrhů je často v dispozici prodávajícího.

Sám aukční portál tedy nenabízí žádné zboží a nijak se neúčastní na samotném závazku prodávajícího a kupujícího, ale pouze poskytuje systém umožňující uveřejňování nabídek a stanovení podmínek soutěže.

Pro veřejný návrh na uzavření smlouvy ObchZ stanovuje jako podmínky projev vůle, obrácení se na neurčitou osobu, účelem musí být uzavření smlouvy a obsah s dostatečně určeným předmětem. Problémem je, že zde kontrahenti ztrácí výhody klasické internetové aukce, neboť zde vyhlášovatel stanovuje jednotlivá ujednání smlouvy a smlouva je uzavřena s tím, kdo návrh akceptuje jako první a v okamžiku, kdy navrhovatel uzavření smlouvy potvrdí. Tím tedy mizí účel aukce, a to sice uzavření co nejvýhodnějšího závazku, protože podmínky jsou již stanoveny předem.

Nemá-li návrh výše uvedené náležitosti, jedná se pouze o výzvu k podání návrhu na uzavření smlouvy, zde je velká výhoda v nezávaznosti pro vyhlášovatele i pro navrhovatele a možnost stanovení vlastních podmínek. Tato volnost však vyžaduje velkou pečlivost při jejich stanovování, jelikož chybí výslovná právní úprava. Velkým rizikem je to, že původní navrhovatel může vyhlášovateli konečné uzavření smlouvy odmítnout. Riziko odmítnutí lze omezit pouze vhodnou formulací smluvních podmínek.¹⁴⁵

Nahlédneme-li do úpravy NOZ, nalezneme zde nástroje obdobné jako v ObchZ, zejména bude relevantní úprava veřejné soutěže o nejvhodnější nabídku (§ 1772 a násl.), případně veřejná nabídka (§ 1780 a násl.). Navíc NOZ upravuje výslovně také dražbu v

¹⁴⁴ ŠTENGLOVÁ, Ivana a kol. *Obchodní zákoník: komentář*. 13. vyd. V Praze: Beck, 2010. ISBN 978-807-4003-547. Str. 932

¹⁴⁵ MOKRÝ, Lukáš. Právní povaha e-aukce. *Právo IT* [online]. 7. 11. 2006 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://www.pravoit.cz/article/pravni-povaha-e-aukce>

§1771, kdy smlouva uzavíraná skrze dražbu je uzavřena příklepem, tj. podáním nejvyšší nabídky.

Je zapotřebí odlišovat aukční portály typu Aukro a pojem veřejná dražba. Směrnice 2011/83/EU, čl. 24 preambule výslovně uvádí, že veřejná dražba je *taková, které se obchodníci a spotřebitelé účastní osobně nebo je jim dána možnost se účastnit osobně. Využití platforem on-line k dražebním účelům, které mají spotřebitelé a obchodníci k dispozici, by nemělo být považováno za veřejnou dražbu.*¹⁴⁶

¹⁴⁶ Čl. 24 preambule Směrnice Evropského Parlamentu a Rady 2011/83/ES

5. Uzavírání smluv prostřednictvím slevových portálů

Dalším specifickým způsobem uzavírání smluv na internetu je uzavírání smluv prostřednictvím tzv. „slevových“ portálů. Jedná se o internetové stránky, na kterých je možno zakoupit zboží, služby nebo například také zájezdy, většinou s výraznou slevou. V našem prostředí se začaly podobné servery objevovat v roce 2009, asi nejznámější server Slevomat.cz v roce 2010.¹⁴⁷

K tomuto tématu doposud nebyla v literatuře věnována téměř žádná pozornost. Dle mého názoru je to zejména z toho důvodu, že je velice obtížné fungování takovýchto portálů nějakým způsobem zobecnit, jelikož fungují na různých principech. Dále je nutné podotknout, že se jedná o zcela nový fenomén a je relativní, jak dlouhého trvání bude mít. Avšak vzhledem k jejich rozšíření a oblíbenosti by bylo škoda tuto problematiku v práci opomenout.

Některé slevové portály jsou sdružovány v Asociaci portálů hromadného nakupování (APHN), která si klade za cíl zvyšování kvality poskytovaných služeb a rozpoznávání poctivých prodejců od těch nepoctivých. Trh se slevovými portály se totiž značně rozrostl, tím se zvýšil počet podvodných jednání a také došlo k jakémusi nasycení trhu. Díky tomu dochází v poslední době ke slučování menších portálů nebo k jejich zánikání.¹⁴⁸

Riziko spojené s nákupem přes slevové portály dopadá nejen na spotřebitele, ale také na podnikatele, kteří s provozovatelem slevového portálu vstupují do smluvního vztahu. Není totiž vždy zcela jasné, kdo v případě vzniku škody za ní odpovídá apod. Záleží totiž vždy na konkrétních obchodních podmínkách provozovatele. Na rizika pro podnikatele upozorňuje například i Asociace cestovních kanceláří České republiky,¹⁴⁹ neboť i prodej zájezdů touto cestou je poměrně rozšířen.

Jak slevové portály vlastně fungují? Podstatou je to, že zákazník, tedy kupující, zaplatí za určité zboží, které je „vystaveno“ na internetových stránkách slevového portálu. Za tuto platbu mu slevový portál vystaví tzv. voucher, kupón nebo poukaz, na základě něhož

¹⁴⁷ ČURDA, Pavel. Přišla Grouponmánie, slevy kam se podíváš. [online]. 16. 9. 2010 [cit. 2013-06-24]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/prisla-grouponmanie-slevy-kam-se-podivas/>

¹⁴⁸ Zkrachoval portál Hypersleva.cz, poškozených jsou stovky. *Asociace Portálů Hromadného Nakupování*[online]. 20. 2. 2013 [cit. 2013-03-09]. Dostupné z: <http://www.nakupujemhromadne.cz/clanek/zobrazit/zkrachoval-portal-hypersleva-cz-poskozenych-jsou-stovky>

¹⁴⁹ HAVLÍČKOVÁ, Klára. Rizika prodeje služeb CK na slevovém portálu. *Ackcr.cz* [online]. 2009 [cit. 2013-03-10]. Dostupné z: <http://www.ackcr.cz/pravni-okenko/rizika-prodeje-sluzeb-ck-na-slevovem-portalu>

může uplatnit příslušnou slevu, resp. je mu za něj poskytnuto plnění. Někdy je možnost nákupu omezena tím, že si nejprve musí slevu koupit určitý předem stanovený počet osob.¹⁵⁰

Z peněz kupujícího si slevový portál vezme pro sebe provizi a zbytek přikáže dodavateli služby nebo zboží, který plnění poskytl. Otázkou však zůstává, jaký charakter mají tyto jednotlivé kroky po právní stránce.

K podrobnější analýze je nutné nahlédnout do obchodních podmínek slevových portálů. V podmínkách užití¹⁵¹ slevový portál Slevomat.cz uvádí, že pouze pronajímá portál Slevomat.cz a vyvíjí činnost k tomu, aby zájemce, tedy osoba prodávajícího nebo dodavatele, mohl prostřednictvím portálu uzavírat smlouvy se třetími osobami, tj. zákazníky. Sám portál se vztahu mezi zájemcem a zákazníkem neúčastní a mimo jiné uvádí, že nenese žádnou odpovědnost za takový závazek. Z výše uvedeného tedy vyplývá, že mezi portálem a zájemcem je vztah pronajímatele a nájemce a mezi zájemcem a zákazníkem poté vztah prodávajícího a kupujícího, případně pokud by se jednalo o smlouvu o dílo, tak vztah zhotovitele a objednatele.

Podle OZ nájemní smlouvou přenechává pronajímatel za úplatu nájemci věc, aby ji dočasně užíval nebo z ní bral užítky.¹⁵² Dočasné užívání nebo úplatnost jsou, co se týče smluv mezi portálem a zájemcem splněny. Důležitým aspektem bude to, zda můžeme „umístění na internetové stránce“ považovat za věc.

Vycházíme-li pouze z dikce zákona, který uvádí, že věci jsou movité a nemovité, bude dle mého názoru nemožné toto plnění pod pojem věc subsumovat. Za věc mohou být považovány *hmotné předměty, jsou-li ovladatelné, užitečné a slouží potřebám lidí*.¹⁵³ Ač jsou ostatní aspekty naplněny, nejedná se o hmotný předmět, nelze tedy hovořit o věci. I když zákon hovoří výslovně pouze o věci, teorie vyvozuje, že předmětem nájmu ale mohou být i jiné majetkové hodnoty a práva,¹⁵⁴ a právě za nájem práva bychom výše popsanou situaci mohli označit.

Navíc nám zde zůstává požadavek, aby portál „vyvíjel činnost“ k uzavření smlouvy, již se sám neúčastní. Tento požadavek je charakteristický pro smlouvu příkazní nebo pro zprostředkovatelskou smlouvu. V těchto situacích se bude zřejmě jednat o

¹⁵⁰ Např. Zapakatel.cz

¹⁵¹ *Slevomat.cz: Podmínky užití* [online]. 2011 [cit. 2013-03-09]. Dostupné z: <http://www.slevomat.cz/podminky-uziti>

¹⁵² Srov. § 663 OZ

¹⁵³ ŠVESTKA, Jiří a DVOŘÁK, Jan. *Občanské právo hmotné*. 5., jubilejní aktualiz. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009, 459 s. ISBN 978-807-3574-680

¹⁵⁴ ŠVESTKA, J., Spáčil, J., Škárková, M., Hulmák, M. a kol. *Občanský zákoník I. Komentář*. 2. Vydání. Praha: C. H. Beck 2009, 1394 s. ISBN 978-80-7400-108-6. Str. 1876

zprostředkovatelskou smlouvu (mj. z důvodu, že se slevový portál do vztahů s třetí osobou sám nezapojuje), kterou se zprostředkovatel zavazuje obstarat zájemci za odměnu uzavření smlouvy a zájemce se zavazuje zprostředkovateli poskytnout odměnu, bylo-li dosaženo výsledku přičiněním zprostředkovatele.

Objevuje se nám zde tedy další plnění- odměna, která musí být sjednána v uzavírané smlouvě, označována též jako provize.

Slevový portál a zájemce spolu uzavírají innominát, který je spojením nájemní smlouvy a smlouvy zprostředkovatelské, kdy důležitým faktorem bude sjednání peněžního plnění, které může mít spíše charakter nájmu nebo spíše charakter provize, případně může portál vyžadovat obojí.

Jiný slevový server Zapakatel.cz ve svých obchodních podmínkách¹⁵⁵ uvádí, že závazek vzniklý mezi provozovatelem portálu a zákazníkem je smlouvou zprostředkovatelskou. Objednávka odeslaná zákazníkem je návrhem na uzavření smlouvy, která je konkludentně uzavřena akceptací provozovatele. Smlouva však vzniká až v případě, že si stanovené zboží nebo službu objedná dostatečný počet zákazníků. Jedná se tedy o smlouvu s odkládací podmínkou.

Pro srovnání uvedu ještě jeden server, tentokrát Pepa.cz, který ve svých všeobecných obchodních podmínkách¹⁵⁶ uvádí, že provedením objednávky dává zákazník svolení zakoupit pro něj poukaz. Provozovatel tedy prodává pouze poukazy. Zboží nebo služby prodává následně podnikatel, u něhož byl poukaz zakoupen.

V poslední době je větší tendence přibližovat systém fungování slevových serverů a e-shopů.¹⁵⁷ V mnoha případech se tedy již nejedná o zprostředkování, ale přímo o prodej.

Z výše uvedených příkladů vyplývá, že kontraktace na slevových portálech není ani zdaleka jednotná, i když všechny způsoby pracují na obdobném principu. Potíže mohou nastat zejména v případě, že je zboží nebo služba vadná (kde uplatnit v takovém případě odpovědnost za vady) a také v případě, kdy dojde k neshodám mezi provozovatelem serveru a poskytovatelem zboží nebo služeb.

¹⁵⁵ Všeobecné obchodní podmínky. *Zapakatel.cz* [online]. 2010. vyd. [cit. 2013-03-10]. Dostupné z: <http://www.zapakatel.cz/cs/praha/vop>

¹⁵⁶ Všeobecné obchodní podmínky. *Pepa.cz* [online]. [cit. 2013-03-10]. Dostupné z: <http://www.pepa.cz/cs/podminky-uziti/>

¹⁵⁷ DOČEKAL, Daniel. Jak se dařilo a daří slevovým serverům? Stále více se přibližují e-shopům. [online]. 10.4 2013 [cit. 2013-06-24]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/jak-se-darilo-a-dari-slevovym-serverum-stale-vice-se-priblizuji-e-shopum/>

6. Závěr

Závěrem bych ráda podotkla, že přesto, že uzavírání smluv přes internet spotřebiteli je fenoménem, který se neustále rozšiřuje, v některých otázkách doposud není zcela jasno.

Co se týče ochrany spotřebitele jako takové, je podle mého názoru tato úprava dostatečná. I přesto, že jde o úpravu roztržistou a v mnoha případech ne zcela správně transponovanou z evropských norem. Především uvážíme-li blížíci se datum účinnosti NOZ, který řeší některé problematické aspekty, které prozatím v účinné právní úpravě přetrvávají. Stejně tak ochrana pro smlouvy uzavírané na dálku uplatňuje instituty, jako je informační povinnost podnikatele a možnost odstoupit od smlouvy bez udání důvodu, díky kterým má spotřebitel vyvážený nevhody, plynoucí z tohoto způsobu uzavírání smluv. A právě toto vyvážení nevhod naplňuje účel úpravy distančních smluv, zvláště hovoříme-li o pojetí spotřebitele jako spotřebitele aktivního.

Nevyjasněnost však nalézáme v oblasti uzavírání závazku (samotné kontraktace) v době, kdy není občanským právem upraven obecně neadresovaný návrh na uzavření smlouvy. Chybí jasné vymezení, zda je ust. § 53 OZ lex specialis vůči obecné úpravě a modifikuje tedy obecnou úpravu kontraktace.

OZ stejně jako NOZ také poskytují příliš široce možnost poskytnout potvrzení objednávky podnikatelem jakýmkoli způsobem umožňujícím komunikaci na dálku. Tato širší by měla být dle mého názoru de lege ferenda odstraněna, neboť poskytuje podnikateli prostor pro nepoctivé jednání.

Nepříliš jasná je také problematika subjektů spotřebitelského závazku, především s ohledem na přijetí nové směrnice 2011/83/ES, která vyžaduje na rozdíl od současné evropské legislativy opustit koncepci minimální harmonizace. V souvislosti s implementací této směrnice se jistě setkáme s řadou dalších změn v úpravě spotřebitelského práva.

Další podstatný problém vidím také v otázce týkající se formy právního úkonu. Jak vyplývá z této práce, není zcela zřejmé, jak je to s právními úkony učiněnými prostřednictvím internetu, pro které zákon nebo ti, kteří sjednávají závazek, vyžadují písemnou formu. Řešením této situace by byla relevantní judikatura. Jak je naznačeno již výše, v České republice judikatura k této problematice téměř není.

Co se týče zdrojů této práce, čerpala jsem na nejobecnější úrovni z komentářové literatury, následně z monografií, věnujících se ochraně spotřebitele, obligačnímu právu nebo konkrétně záležitostem internetu. Nejvíce relevantních zdrojů konkrétně zaměřených na

danou problematiku jsem našla v řadě článků. Tyto články jsem vyhledávala jak v odborných tištěných časopisech, tak na internetu.

Stále zde zůstávají oblasti, kterým nebyla v literatuře věnována téměř žádná pozornost. Jedním z příkladů budiž nakupování přes slevové portály, o jejichž problematičnosti informují organizace na ochranu spotřebitelů i zpravodajské servery.

Seznam použitých zdrojů:

Komentářová literatura:

ELIÁŠ, Karel. *Nový občanský zákoník s aktualizovanou důvodovou zprávou a rejstříkem*. 1. vyd. Ostrava: Sagit, 2012, 1119 s. ISBN 978-807-2089-222

ŠVESTKA J., Spáčil, J. Škárová, M., Hulmák, M. a kol. *Občanský zákoník I. Komentář*. 2. Vydání. Praha: C. H. Beck 2009, 1394 s. ISBN 978-80-7400-108-6

ŠTENGLOVÁ, Ivana a kol. *Obchodní zákoník: komentář*. 13. vyd. V Praze: Beck, 2010. ISBN 978-807-4003-547.

Monografie:

CSACH, Kristián. *Štandardné zmluvy*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2009, 331 s. Autorské publikácie. ISBN 978-80-7380-199-1.

FRIMMEL, Martin. *Elektronický obchod: právní úprava*. 1. vyd. Praha: Prospektrum, 2002, 321 s. ISBN 80-717-5114-6

HENDRYCH, Dušan. *Právní slovník*. 3., podstatně rozš. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2009, xxii, 1459 s. Beckovy odborné slovníky. ISBN 978-80-7400-059-1.

HULMÁK, Milan. *Uzavírání smluv v civilním právu*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2008, xiii, 203 s. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-80-7400-062-1.

Kyberkriminalita a právo. Vyd. 1. Editor Tomáš Gřivna, Radim Polčák. Praha: Auditorium, 2008, 220 s. ISBN 978-809-0378-674.

POLČÁK, Radim. *Introduction to ict law (selected issues)*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2007, 185 s. Spisy Právnické fakulty Masarykovy univerzity v Brně, sv. 314. ISBN 978-802-1043-022.

POLČÁK, Radim. *Právo na internetu: spam a odpovědnost ISP*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2007, v, 150 s. Spisy Právnické fakulty Masarykovy univerzity v Brně, sv. 314. ISBN 978-80-251-1777-4.

SELUCKÁ, Markéta. *Ochrana spotřebitele v soukromém právu*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2008, xv, 134 s. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-807-4000-379

ŠVESTKA, Jiří a DVOŘÁK, Jan. *Občanské právo hmotné II*. 5., jubilejní aktualiz. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009, 550 s. ISBN 978-807-3574-734.

ŠVESTKA, Jiří a DVOŘÁK, Jan. *Občanské právo hmotné*. 5., jubilejní aktualiz. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009, 459 s. ISBN 978-807-3574-680

TOMANČÁKOVÁ, Blanka. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*. Praha: Linde, 2008, 222 s. ISBN 978-80-7201-695-2.

Články:

ČERMÁK, Karel. Elektronický podpis: pohled soukromoprávní. [online]. 21. 1. 2003 [cit. 2012-10-20]. Dostupné z: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=114821> (původně z Bulletinu advokacie)

ČURDA, Pavel. Přišla Grouponmánie, slevy kam se podíváš. [online]. 16. 9. 2010 [cit. 2013-06-24]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/prisla-grouponmanie-slevy-kam-se-podivas/>

DOČEKAL, Daniel. Jak se dařilo a daří slevovým serverům? Stále více se přibližují e-shopům. [online]. 10.4 2013 [cit. 2013-06-24]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/jak-se-darilo-a-dari-slevovym-serverum-stale-vice-se-priblizuji-e-shopum/>

GRIVNA, Tomáš a HERCZEG, Jiří. Právo na přístup k internetu, blokace stránek a digitální gilotina. *Trestněprávní revue*. roč. 2010, č. 5.

HAVEL, Bohumil. Poznámky k ustanovení § 53 odstavec 8 občanského zákoníku : (induktivní náhled). *Právník*, 2004, roč. 143, č. 1, s. 68-81. ISSN: 0231-6625

HAVLÍČKOVÁ, Klára. Rizika prodeje služeb CK na slevovém portálu. *Ackcr.cz* [online]. 2009 [cit. 2013-03-10]. Dostupné z: <http://www.ackcr.cz/pravni-okenko/rizika-prodeje-sluzeb-ck-na-slevovem-portalu>

HORBAL, Paul a MACODRUM, Donald. Browse wrap agreements catch notice of courts. [online]. 20. 7 2012 [cit. 2012-11-08]. Dostupné z: <http://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=51bfb5cc-3754-4811-b73d-cdaf52f6a0df>

HULMÁK, Milan. Elektronický právní styk. *Právní rozhledy*. roč. 2005, č. 7.

HULMÁK, Milan. Uzavírání smluv podle nového občanského zákoníku. *Právní rozhledy*. roč. 2012, č. 1.

KYNCL, Libor. Internet a právní aspekty podnikání na něm. [online]. 3. 5. 2007 [cit. 2012-10-11]. Dostupné z: http://www.epravo.cz/v01/index.php3?s1=3&s2=0&s3=0&s4=0&s5=0&s6=0&m=1&typ=clanky&back%5Bs1%5D=3&back%5Bs2%5D=0&back%5Bs3%5D=0&back%5Bs4%5D=0&back%5Bs5%5D=0&back%5Bs6%5D=0&recid_cl=47705

LUKÁŠ, Jansa. Neoprávněné podnikání na internetu. [online]. 16. 5. 2010 [cit. 2012-10-11]. Dostupné z: www.pravoit.cz/article/neopravnene-podnikani-na-internetu

MACICH, Jiří. ČOI varuje spotřebitele před příkazní smlouvou namísto smlouvy kupní. [online]. 15.4. 2010 [cit. 2013-07-01]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/zpravicky/coi-varuje-pred-prikazni-smlouvou/>

MELZER, Filip. K úpravě ochrany spotřebitele ve vládním návrhu občanského zákoníku. *Právní rozhledy*. roč. 2009, č. 21.

MOKRÝ, Lukáš. Právní povaha e-aukce. *Právo IT* [online]. 7. 11. 2006 [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://www.pravoit.cz/article/pravni-povaha-e-aukce>

OTEVŘEL, Petr. O podnikání nepodnikatelů v rámci e-aukcí. [online]. 31. 10. 2007 [cit. 2012-11-07]. Dostupné z: <http://www.pravoit.cz/article/o-podnikani-nepodnikatelu-v-ramci-e-aukci>

OTEVŘEL, Petr. Neplatnost kupní smlouvy uzavřené na internetu pro omyl prodávajícího. *Právo IT* [online]. 7. 11. 2006 [cit. 2013-03-09]. Dostupné z: <http://www.pravoit.cz/article/neplatnost-kupni-smlouvy-uzavrene-na-internetu-pro-omyl-prodavajiciho>

POLČÁK, Radim a ŠTĚDRŇ, Bohumil. K některým právním otázkám e-kontraktace. *Právní rozhledy*. roč. 2004, č. 18.

ŠALOMOUN, Michal. Distanční smlouvy aneb jak nakupovat zajíce v pytli. In: *Současné aktuální otázky spotřebitelského práva: sborník příspěvků z konference konané na PrF MU dne 18.1.2008*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2008, s. 34-39. Spisy Právnické fakulty Masarykovy univerzity v Brně, sv. 327. ISBN 9788021045682.

ŠTĚDRŇ, Bohumil. Certifikace elektronických obchodů- krok správným směrem. [online]. 21. 5. 2004 [cit. 2012-11-07]. Dostupné z: <http://www.lupa.cz/clanky/certifikace-elektronickych-obchodu-8211-krok-spravnym-smerem/>

VUČKA, Jan. Elektronické smlouvy - část I. Obecně o uzavírání smluv elektronickou cestou. [online]. 28. 2. 2002 [cit. 2012-11-07]. Dostupné z: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=71656>

VUČKA, Jan. Elektronické smlouvy - část II: Click-through smlouvy. [online]. 11. 3. 2002 [cit. 2012-11-07]. Dostupné z: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=72344>

Právní předpisy:

Zákon č. 227/2000 Sb., o elektronickém podpisu, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti a o změně některých zákonů.

Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

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

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

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

Směrnice Evropské Unie:

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES ze dne 20. května 1997, o ochraně spotřebitele, v případě smluv uzavřených na dálku, ve znění pozdějších předpisů

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 15. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a Směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje Směrnice Rady 85/577/EHS a Směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES.

směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/31/ES ze dne 8. června 2000, o některých aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu („směrnice o elektronickém obchodu“)

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2009/136/ES ze dne 25. listopadu 2009, kterou se mění směrnice 2002/22/ES o univerzální službě a právech uživatelů týkajících se sítí a služeb elektronických komunikací, směrnice 2002/58/ES o zpracování osobních údajů a ochraně soukromí v odvětví elektronických komunikací a nařízení (ES) č. 2006/2004 o spolupráci mezi vnitrostátními orgány příslušnými pro vymáhání dodržování zákonů na ochranu zájmů spotřebitele;

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/93/ES ze dne 13. 12. 1999 o zásadách společenství pro elektronické podpisy.

Směrnici Rady 91/250/EHS ze dne 14. 5. 1991 o právní ochraně počítačových programů

Judikatura:

Nález Ústavního soudu ze dne 1. 11. 2007, sp. zn. I. ÚS 312/05

Nález Ústavního soudu ze dne 10. 1. 2012, sp. zn. I. ÚS 1930/11

Rozhodnutí ESD ze dne 20. 01. 2005, C- 464/01, Sbíрка rozhodnutí I-00439/2005

Rozsudek ESD ze dne 16. 10. 2008, C-298/07, Sbíрка rozhodnutí. I-7841

Rozsudek Evropského soudního dvora ze dne 14. 12. 1977, C-59/77

Rozsudek Krajského soudu v Českých Budějovicích, ze dne 6. 2. 2009, sp. zn. 5 Co 2864/2008

Rozsudek Krajského soudu v Hradce Králové, ze dne 11. 11. 2010, sp. zn. 20 Co 433/2010

Rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 19. 7. 2012, sp. zn. 28 Cdo 2552/2011

Rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 26. března 2001, sp. zn. 33 Cdo 2994/99,

Rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 8. 11. 2007, sp. zn. 3 As 49/2007 (1467/2008 Sb. NSS)

Rozsudek Nevadského soudu Zappos.com, Inc., Customer Security Breach Litigation, 3:12-cv-00325 (D. Nev. Sept. 27, 2012) [online]. [cit. 2013-03-07]. Dostupné z: <http://intellectualip.files.wordpress.com/2012/11/in-re-zappos-com.pdf>

Rozsudek Spolkového soudního dvora ze dne 26. 1. 2005, VIII ZR 79/04

Rozsudky ESD ze dne 22. 11. 2001, C- 541/99 a C 542/99

Usnesení Krajského soudu v Hradci Králové ze dne 31. 1. 2005, sp. zn. 17 Co 15/2004

Ostatní:

APEK: Certifikovaný obchod. *Apek.cz* [online]. [cit. 2012-11-07]. Dostupné z: <http://www.appek.cz/appek-certifikovany-obchod/>

Dílčí zpráva za 1. čtvrtletí 2013. *www.coi.cz* [online]. [cit. 2013-06-19]. Dostupné z: <http://www.coi.cz/internetovi-prodejci-klamou-nc724/>

E-change.cz [online]. 2008. vyd. [cit. 2013-07-01]. Dostupné z: <http://www.e-change.cz/>

Key dates: Consumer and marketing law. *European commission* [online]. [cit. 2013-03-04]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/dates/index_en.htm

Obchodní podmínky užívání systému Aukro. *Aukro.cz* [online]. [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: http://aukro.cz/country_pages/56/0/user_agreement.php#1

Obchodní podmínky. *Alza.cz* [online]. [cit. 2012-11-21]. Dostupné z: <http://www.alza.cz/article/10.htm>,

Obchodní podmínky. *Kasa.cz* [online]. [cit. 2012-11-21]. Dostupné z: <http://www.kasa.cz/obchodni-podminky/>,

Obchodní podmínky. *Mall.cz* [online]. [cit. 2012-11-21]. Dostupné z: <http://www.mall.cz/obchodni-podminky>

Obchodní podmínky. *Aktiva.cz* [online]. [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://www.auktiva.cz/podminky/>

Obchodní podmínky. *Ikup.cz* [online]. [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://www.ikup.cz/contents.php?show=terms>

Podmínky užití. *Slevomat.cz*: [online]. 2011 [cit. 2013-03-09]. Dostupné z: <http://www.slevomat.cz/podminky-uziti>

Všeobecné obchodní podmínky. *Pepa.cz* [online]. [cit. 2013-03-10]. Dostupné z: <http://www.pepa.cz/cs/podminky-uziti/>

Všeobecné obchodní podmínky. *Zapakatel.cz* [online]. 2010. vyd. [cit. 2013-03-10]. Dostupné z: <http://www.zapakatel.cz/cs/praha/vop>

Závěrečná zpráva za rok 2012. *www.coi.cz* [online]. [cit. 2013-06-19]. Dostupné z: <http://www.coi.cz/e-shopy-2012-nekale-obchodni-praktiky-vedou-nc628/>

Zkrachoval portál Hypersleva.cz, poškozených jsou stovky. *Asociace Portálů Hromadného Nakupování*[online]. 20. 2. 2013 [cit. 2013-03-09]. Dostupné z: <http://www.nakupujemhromadne.cz/clanek/zobrazit/zkrachoval-portal-hypersleva-cz-poskozenych-jsou-stovky>

Shrnutí (abstrakt)

V diplomové práci na téma Uzavírání spotřebitelských smluv přes internet je uvedená problematika vymezena pomocí pojmů s tím souvisejících, a to od obecnějších ke konkrétnějším. Rozebrána jsou specifika těchto smluv s ohledem na způsob jejich uzavírání.

Toto téma je velmi aktuální a zároveň praktické pro všechny subjekty závazkového vztahu. Pozornost je proto věnována především praktickým situacím, které mohou při internetovém obchodování podnikatelů se spotřebiteli nastat.

Uzavírání spotřebitelských smluv přes internet je provázáno celou řadou problémů, především vzhledem ke specifickému způsobu kontraktace a také vzhledem k právní úpravě. Ta je u nás sice dostatečná, ale poměrně roztříštěná. Roztříštěnost pramení z několika důvodů. Jedním z nich je skutečnost, že daná oblast právní úpravy prochází četnými změnami v souvislosti s technickým vývojem, druhým může být také to, že česká úprava má původ v evropské legislativě, která je u nás ne vždy zcela správně transponována.

V této práci je v prvních částech vymezena obecná úprava ochrany spotřebitele, dále je rozebírána problematika subjektů závazkového vztahu, problematika informační povinnosti, všeobecných obchodních podmínek, neobjednaného plnění apod.

Stěžejní část je pak věnována právnímu jednání směřujícímu k uzavření smlouvy, tedy samotnému procesu kontraktace.

Téma je zpracováno s přihlédnutím k blížícímu se datu účinnosti nového občanského zákoníku.

Summary

Presented diploma thesis called „Consumer contracts concluded online“ defines the listed issue by using relevant terms which are stated gradually from general to specific ones. Having regard to the way of contracting, specific nature of such contracts is analyzed.

This topic is currently often addressed and at the same time, it is highly practical for all of the obligation subjects. Therefore, the attention is given primarily to practical situations which can occur between consumers and businessman on a daily basis.

Consumer contracting online is accompanied by series of problems, especially as far as the specific way of contraction is concerned and also with regard to the legal regulation. This regulation is sufficient in our country, yet it is rather fragmented. The fragmentation is caused by several reasons. First of all, this part of legislation constantly goes through many changes that result from infinite technical progress. As a second reason leading to fragmentation, we may state that Czech regulation originates from the European legislation which might not be always transposed properly.

The initial parts of my diploma thesis define general legislation of consumer protection. Subsequently, the issue of obligation subjects, the issue of information requirements, inertia selling etc. are dealt with.

Key part is dedicated to legal proceedings which head towards contract formation or more precisely towards the contractation process itself.

This topic is processed taking into account efficacy of the new civil code.

Klíčová slova

Smlouvy uzavírané se spotřebitelem, smlouva uzavíraná prostřednictvím internetu, veřejný návrh, písemná forma, všeobecné obchodní podmínky, informační povinnost, výzva k podání návrhu

Keywords

Consumer contract, contract concluded online, public offer, written form, contract terms, information requirements, invitation to make offers,