

Ochrana spotřebitele na internetu

Ochrana spotřebitele na internetu

Odvětví elektronického obchodu patří k nejrychleji rostoucím na světě. Zejména spotřebitelům nabízí v online prostředí obrovský výběr produktů a služeb, a podtrhuje tak význam potřeby specifického přístupu v dané oblasti. Neustále rostoucí počet uživatelů internetu má pak vliv na růst podnikání v tomto odvětví. V důsledku toho je elektronický obchod nejběžnější formou vnitrostátního i přeshraničního nakupování v EU. V první části této kapitoly se tak zaměříme na problematiku ochrany spotřebitele při uzavírání distančních smluv. Jedním z hlavních cílů ochrany spotřebitele je poskytnout mu rovněž v online prostředí dostatečné záruky pro kvalitní obchodování, a podpořit tak jeho důvěru. Při uzavírání smluv v oblasti elektronického obchodování se ochrana spotřebitele projevuje především v tom, že je třeba jej dostatečně informovat (nejenom charakteristikách zboží, ale rovněž o prodeji, konkrétních specifikách smluvního vztahu, možnosti ukončit smlouvu atd.), dbát o zvýšenou ochranu jeho práv a rovněž mu poskytnout možnost jednoduše řešit vzniklé spory. Hlavním důvodem zvýšené ochrany spotřebitele (nejen v online prostředí) je nerovné postavení zúčastněných stran – podnikatelé jsou na rozdíl od spotřebitelů dobře informováni a vystupují obecně v silnější pozici.

V případě elektronického obchodování v online prostředí se asymetrické postavení může projevit ještě více vzhledem k jednoduchosti výměny informací a provedení dané transakce. Může tak dojít ke zneužití postavení více informovaných a zkušených subjektů na úkor subjektů méně informovaných. Základní mechanismy, kterými je možné zabránit zneužití silnějšího postavení v online prostředí, jsou, kromě obecných mechanismů ochrany spotřebitele, zejména zvýšená předmluvní informační povinnost spotřebitele, zvýšená ochrana v případě vadného zboží a možnost odstoupit od smlouvy bez udání důvodu. Rovněž je specificky upravena problematika sjednávání smluv formulářovým způsobem.

Elektronický obchod (zejména za situace, kdy je jednou ze stran spotřebitel) nicméně poskytuje velkou výzvu tradičním metodám řešení sporů, neboť se jej účastní strany, které se nachází na různých místech (a často i v různých státech). Spotřebitelům je proto vhodné poskytnout adekvátní nástroje pro řešení jejich sporů v online prostředí. Použití tradičních soudních mechanismů pro spory vzniklé v tomto prostředí je kvůli nízké hodnotě transakcí a fyzické vzdálenosti mezi stranami často nepohodlné, nepraktické, časově náročné a drahé (a případně i zcela nedostupné). Tím, že právní úprava této problematice nevěnovala dostatek pozornosti, informační společnost začala hledat a posléze využívat alternativní způsoby, jak dané spory co nejefektivněji a nejvhodněji řešit.

Aktuální právní úprava ochrany spotřebitele při uzavírání distančních smluv

Přestože se v rámci této kapitoly budeme primárně věnovat právní úpravě smluv uzavíraných distančním způsobem, je nutné zdůraznit, že na tuto problematiku rovněž dopadají ustanovení obecně se vztahující k uzavírání spotřebitelských smluv (bez specifikace způsobu jejich uzavírání). Ta jsou systematicky řazena před ustanovení upravující distanční způsob uzavírání spotřebitelských smluv; relevantní ustanovení tedy rozebíráme dále.

Spotřebitel je v rámci soukromého práva definován v § 419 občanského zákoníku jako člověk, který uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání. České soukromé právo pak vychází z předpokladu rozumného a informovaného spotřebitele, který je schopen posoudit důsledky svých činů. Základním předpokladem pak je, že spotřebitel je osoba, která má dostatek informací, aby mohla zodpovědně rozhodnout o tom, zda smlouvu uzavře, nebo ne.

Smlouvy uzavírané spotřebitelem

Obecně je právní úprava ochrany spotřebitele související s uzavíráním spotřebitelských smluv upravena § 1810 a násl. občanského zákoníku. Základní premisou, ze které občanský zákoník v této oblasti vychází, je fakt, že k ujednáním, která se odchyľují od zákona v otázkách ochrany spotřebitele, se nepřihlíží. Zakázána jsou tak ujednání, která zakládají významnou nerovnováhu v neprospěch spotřebitele. V případě nutnosti výkladu smlouvy je pak třeba vždy přistoupit k interpretaci pro spotřebitele příznivější. Ustanovení týkající se ochrany spotřebitele (ať už obecná, nebo související s uzavíráním distančních smluv) jsou tak dle Melzera jednostranně kogentní. Odchýlení se od normy v neprospěch slabší strany, jejímž účelem je ochrana této slabší strany, vede zásadně k relativní neplatnosti. Zakázáno je rovněž, aby podnikatel požadoval další platby po spotřebiteli bez jeho souhlasu. Podnikatel je ale vždy umožněno zvolit přístup, který je ve prospěch spotřebitele nad rámec zákonných požadavků. Jedná se tedy o obecné zajištění transparentních podmínek, pokud jde o rozsah sjednaného plnění a jeho cenu. V rámci posílení postavení spotřebitele je mu umožněno za určitých podmínek odstoupit od smlouvy sjednané s podnikatelem bez udání důvodu a bez dalšího postihu. Takovým postihem mohou být například i zvláštní náklady, které spotřebitel uplatněním práva na odstoupení od smlouvy vyvolá; mezi takové ale nelze řadit náklady spojené se samotným prováděním smlouvy. Jedná se typicky o náklady spojené s vrácením zboží nebo náklady na komunikaci s podnikatelem. Podnikatel však nemůže požadovat v souvislosti s odstoupením od smlouvy úhradu nákladů, které mu vzniknou v souvislosti s ním. Stejně tak nemůže stanovit podmínky pro odstoupení od smlouvy, které vyvolají zvláštní náklady.

V přístupu ke spotřebiteli se však nelze omezit jen na stanovení zákazů silnější straně a stále intenzivněji chránit stranu slabší. Je nutno také spotřebitele náležitým způsobem informovat a vzdělávat a tím zvyšovat standard jeho ochrany. Zákonodárce se toho snaží dosáhnout zejména rozsáhlou informační povinností podnikatele v předmluvní fázi. Ustanovení § 1811 občanského zákoníku vyjmenovává informace, které musí být spotřebiteli sděleny. Účelem není, aby podnikatel sepsal výčet informací, ale aby skutečně spotřebitele srozumitelně informoval. Je tak vyloučena povinnost spotřebitele informovat v případě smluv týkajících se záležitostí každodenního života, ale rovněž smluv o dodání digitálního obsahu na hmotném nosiči. Sdělované informace musí být jasné a průměrnému spotřebiteli, sdělení musí mít čitelný obsah a musí být jasně formulováno. Taxativně jsou informace vymezeny jako informace praktické (týkající se osoby podnikatele či předmětu smlouvy) a informace právní (možnost odstoupení od smlouvy, práva plynoucí z vad zboží).

Rozsah informační povinnosti však má negativní dopady na spotřebitele, který je postupně zahlcen více údaji, než jaké je schopen zpracovat (vzhledem k časové náročnosti a případně jeho nechuti). Poskytnuté informace je tak nutno vždy poměřovat s uvedenými principy (jasnost, srozumitelnost, přehlednost). České právo výslovně nezakazuje podnikateli poskytovat dodatečné (dobrovolné) informace, pokud splňuje tyto hlavní podmínky. Dodatečné informace nicméně nesmí mást spotřebitele a odvádět pozornost od povinně zveřejňovaných informací.

Smlouvy uzavírané spotřebitelem distančním způsobem

Na distanční smlouvy jsou obecně kladeny specifické požadavky, jelikož jejich uzavírání přináší spotřebiteli některé nevýhody. Účelem právní úpravy je tak kompenzovat fakt, že spotřebitel nemá možnost si fyzicky prohlédnout zboží, blíže se s ním seznámit a informovat se více o jeho vlastnostech. Právě zvláštní úprava ochrany spotřebitele v případě uzavírání distančních smluv se snaží tento nedostatek zmírnit.

Právní úprava obsažena v občanském zákoníku neobsahuje legální definici pojmu smlouva uzavíraná distančním způsobem; definice je nicméně obsažena v čl. 2 odst. 7 směrnice o právech spotřebitelů. Z ustanovení § 1820 občanského zákoníku lze nicméně vyvodit, že se jedná o smlouvy, které je možno uzavřít bez současné fyzické přítomnosti stran a při kontraktaci byl použit prostředek pro komunikaci na dálku. Distanční smlouva tak musí splňovat tři základní podmínky: (i) jedná se o smluvní ujednání, (ii) smlouva je uzavřena bez fyzické přítomnosti smluvních stran a (iii) jsou využity prostředky komunikace na dálku. Nezáleží na tom, jakým způsobem došlo k plnění samotného závazku (tedy například, jak bylo zboží převzato), ale jakým způsobem byla sjednána smlouva.

Ustanovení týkající se uzavírání smluv distančním způsobem obsažená v § 1820 až 1840 občanského zákoníku se nicméně nezaměřují pouze na online prodej (tedy uzavírání smlouvy elektronickými prostředky). Obecně se vztahují i na uzavírání smluv po telefonu či smluv uzavíraných mimo obchodní prostory podnikatele. Dále v textu se však zaměříme jen na

uzavírání spotřebitelských smluv elektronickými prostředky, jelikož ty jsou v současné době v rámci dané oblasti zdaleka nečastější. V případě definice elektronických prostředků je pak možné inspirovat se § 2 písm. c) zákona o některých službách informační společnosti, který je definuje zejména jako síť elektronických komunikací, elektronická komunikační zařízení, automatické volací a komunikační systémy, telekomunikační koncová zařízení a elektronickou poštu.

Informační povinnost v souvislosti s uzavíráním smluv distančním způsobem

Na distanční uzavírání smluv dopadá zvláštní režim informační povinnosti vůči spotřebiteli. Pro podnikatele je tak stanoven dodatečný soubor informací týkajících se vzdáleného prodeje. V případě sjednání smlouvy prostřednictvím prostředků komunikace na dálku tak podnikatel spotřebiteli sdělí nejen obecné informace (dle § 1811 odst. 2 občanského zákoníku), ale rovněž údaje dodatečně vymezené v § 1820 odst. 1 občanského zákoníku a v případě využití elektronických prostředků pak rovněž informace vymezené v § 1826 občanského zákoníku. Tato informační povinnost musí být splněna před uzavřením smlouvy nebo před tím, než spotřebitel učiní závaznou nabídku; hlavním účelem je tak poskytnout spotřebiteli dostatečné informace o celém smluvním procesu.

Informace poskytnuté spotřebiteli lze rozdělit do čtyř hlavních kategorií: (I) informace týkající se platby, (II) informace o závaznosti smlouvy (např. minimální doba, po kterou je spotřebitel vázán smlouvou), (III) informace o odstoupení od smlouvy (možnosti odstoupení, podmínky odstoupení, způsob, jakým by měl spotřebitel postupovat) a (IV) informace o mimosoudním řešení sporů včetně uvedení orgánu, na který je možno se obrátit. Občanský zákoník však nestanoví formu takové informace (vzhledem k šíři a rozdílnosti způsobů distančního sjednávání smluv se nemusí jednat o písemnou formu). Podnikatel ale musí být schopen prokázat, že takovou informační povinnost splnil a informace poskytuje trvale. Informace tak mohou být spotřebiteli například zaslány elektronickou poštou.

Nad rámec výše uvedeného je pro případ uzavírání smluv elektronickými prostředky v § 1826 stanoveno, že je třeba rovněž uvést údaje o technickém zpracování smlouvy, o jejím uložení, různých jazykových verzích a případných kodexech chování, kterými může být podnikatel vázán. Spotřebitel by také měl být seznámen zejména s jednotlivými technickými kroky, které vedou k uzavření smlouvy. Měl by mu být tedy objasněn proces uzavírání smlouvy elektronickými prostředky a rovněž sděleno, kdy a jak dochází k uzavření smlouvy a jakým jednáním je vázán. V rámci těchto informací by měl být spotřebitel rovněž informován o tom, kdy se zavazuje objednávku zaplatit a jakým způsobem může opravit a zkontrolovat uvedené údaje. Tato úprava je tak zaměřena typicky na smlouvy, které jsou uzavírány mezi spotřebitelem a elektronickým obchodem.

Porušení informační povinnosti může mít různé důsledky. Podnikatel má povinnost pokrýt vzniklou škodu, pokud je dohoda se spotřebitelem nepřiměřená (a navíc taková dohoda nemá na spotřebitele žádný závazný účinek, pokud se jí spotřebitel explicitně nedovolává). Pokud podnikatel

neposkytuje spotřebiteli informace o nákladech na dodání nebo vrácení, o daních či dodatečných poplatcích, není spotřebitel povinen tyto náklady hradit. Spotřebitel je pak povinen zaplatit pouze poměrnou část nákladů, pokud byly závazky ze smlouvy již částečně splněny. Spotřebitele o jeho možnosti odstoupit od smlouvy je sankcionováno prodloužením lhůty k odstoupení od smlouvy o jeden rok. takovém případě také spotřebitel neodpovídá za znehodnocení zboží nebo zhoršení jeho kvality od převzetí po navrácení podnikateli., který spotřebitele chybně informuje, hrozí i veřejnoprávní sankce dle zákona o ochraně spotřebitele. Je zakázáno používat nekalé praktiky při prodeji, porušit zákaz či porušit informační povinnost.

Obchodní podmínky

Vzhledem k tomu, že v případě distančního prodeje zboží či nabízení služeb (nejtypičtěji pak formou elektronickou), je obvyklé, že podnikatel oslovuje velký počet potenciálních zákazníků (což vede k uzavírání velkého počtu obdobných smluv). Zákonem je mu k tomu poskytnut adekvátní nástroj pro unifikaci smluvního ujednání ve formě obchodních podmínek. Využití obchodních podmínek nicméně může fakticky omezit možnost slabší strany změnit smluvní ujednání – konkrétní podmínky jsou jí vnuceny (jedná se o tzv. smlouvy uzavírané adhezním způsobem)., Mnohdy se pak zejména spotřebitel s obsahem takové smlouvy (a obchodních podmínek) ani neseznámí. Uzavírání smluv adhezním způsobem však nemusí být nikterak škodlivé (či protizákonné), jelikož to samo o sobě neznamená, že by taková smlouva obsahovala zneužívající ustanovení. Adhezní smlouva totiž může být (a měla by být) vyvážená a může odpovídat tomu, co by si strany ujednaly i individuálně. pak zavádí vyvratitelnou domněnku toho, že formulářové smlouvy (tedy zejména obchodní podmínky) je nutno považovat za smlouvy uzavírané adhezním způsobem, jelikož slabší strana typicky nedisponuje skutečnou příležitostí (faktickou možností) smluvní (obchodní) podmínky ovlivnit.

Obchodní podmínky mají obvykle obecný charakter, jsou navrženy jednou ze smluvních stran a jsou zpravidla užívány při obchodování. podmínky mají obvykle podobu psaného textu. Pro závaznost obchodních podmínek není nutné, aby splňovaly požadavek písemné formy, jelikož samy o sobě nemusí být podepsány. Je však nutno je se smluvním ujednáním náležitě provázat (například odkazem) a spotřebitel s nimi musí být skutečně seznámen. V případě, že obchodní podmínky nejsou v souladu se samotnou smlouvou, považuje se za platné ustanovení takové, které je zakotveno ve smlouvě. Pokud druhá strana (bez ohledu na to, jestli se jedná o spotřebitele či nikoli) nemohla určité překvapivé ujednání v obchodních podmínkách rozumně očekávat, bez jejího výslovného je pak dané ujednání neúčinné.,

Obsah obchodních podmínek je možno změnit i po uzavření samotné smlouvy, což bývá typické v případě, že vzniká mezi stranami dlouhodobý závazek (jedná se například o opakované plnění). Možnosti pro změnu obchodních podmínek jsou totožné s podmínkami pro změnu smlouvy. Proto musí být vždy naplněny stejné předpoklady, jakými jsou zejména souhlas druhé strany a stanovení konkrétních mechanismů pro změnu. Dojde-li tedy k jednostranné změně obchodních podmínek, má spotřebitel právo zvážit, jestli změněné podmínky bude akceptovat, nebo závazek bez sankce vypoví. Strany mají rovněž možnost sjednat způsob, jakým může dojít ke změně podmínek, a možnost přijetí změny tak lze učinit například konkludentně. K tomu, aby se nové znění

obchodních podmínek stalo součástí uzavřené smlouvy (a není nikterak sjednán mechanismus pro změnu obchodních podmínek), nepostačuje, aby strana, která nové znění navrhla, oznámila jejich změnu a požadovala, že pokud druhá strana nesdělí nesouhlas do určité doby, platí změna za schválenou. V takovém případě je třeba sjednat smlouvu novou.

Závazky ze smluv uzavřených distančním způsobem

V případě, že dojde k uzavření smlouvy, stávají se předmluvní informace součástí smlouvy, jsou tedy závazné a smluvní strany je mohou změnit pouze po vzájemné dohodě a jen ve prospěch spotřebitele. To ale neznamená, že informace musí být součástí smlouvy – i v případě jejich absence v obsahu smlouvy jsou mezi stranami závazné. V případě změny obsahu smlouvy oproti informacím sděleným spotřebiteli před jejím uzavřením musí být odchylky výslovně uvedeny (nestačí tedy předložit jen změněnou smlouvu) a odsouhlaseny. Pokud k takovému výslovnému sdělení změn (odchylek) oproti původním informacím vůči spotřebiteli nedojde, neznamená to, že by se taková smluvní ujednání stala neplatnými – v rámci smluvního vztahu se použijí ta ujednání, která jsou pro spotřebitele výhodnější. Po uzavření smlouvy je pak podnikatel povinen vydat spotřebiteli vyhotovení smlouvy tak, aby mu byly dostupné informace o vzájemných ujednáních a bylo tak zlepšeno jeho postavení při případných sporech. Formu vyhotovení smlouvy je nutno vykládat v kontextu konkrétního způsobu uzavírání smlouvy, jelikož pro ni nejsou předepsány specifické požadavky.

Specifická situace nastává v případě neobjednaného plnění spotřebitelem. Pokud podnikatel dodá zboží spotřebiteli, aniž by si jej spotřebitel objednal, nastává fikce poctivé držby spotřebitele. Spotřebitel pak takto dodané zboží není povinen vrátit ani za něj platit. Účelem dané úpravy je ochrana spotřebitele před nežádoucím obtěžováním ze strany podnikatele. V případě omylu podnikatele by ale takováto fikce neměla nastoupit.

Odstoupení od smlouvy uzavřené distančním způsobem

V případě, že dojde k uzavření smlouvy, stávají se předmluvní informace součástí smlouvy, jsou tedy závazné a smluvní strany je mohou změnit pouze po vzájemné dohodě a jen ve prospěch spotřebitele. To ale neznamená, že informace musí být součástí smlouvy – i v případě jejich absence v obsahu smlouvy jsou mezi stranami závazné. V případě změny obsahu smlouvy oproti informacím sděleným spotřebiteli před jejím uzavřením musí být odchylky výslovně uvedeny (nestačí tedy předložit jen změněnou smlouvu) a odsouhlaseny. Pokud k takovému výslovnému sdělení změn (odchylek) oproti původním informacím vůči spotřebiteli nedojde, neznamená to, že by se taková smluvní ujednání stala neplatnými – v rámci smluvního vztahu se použijí ta ujednání, která jsou pro spotřebitele výhodnější. Po uzavření smlouvy je pak podnikatel povinen vydat spotřebiteli vyhotovení smlouvy tak, aby mu byly dostupné informace o vzájemných

ujednáních a bylo tak zlepšeno jeho postavení při případných sporech.

V případě, že dojde k uzavření smlouvy, stávají se předsmuvní informace součástí smlouvy, jsou tedy závazné a smluvní strany je mohou změnit pouze po vzájemné dohodě a jen ve prospěch spotřebitele. To ale neznamená, že informace musí být součástí smlouvy – i v případě jejich absence v obsahu smlouvy jsou mezi stranami závazné. V případě změny obsahu smlouvy oproti informacím sděleným spotřebiteli před jejím uzavřením musí být odchylky výslovně uvedeny (nestačí tedy předložit jen změněnou smlouvu) a odsouhlaseny. Pokud k takovému výslovnému sdělení změn (odchylek) oproti původním informacím vůči spotřebiteli nedojde, neznamená to, že by se taková smluvní ujednání stala neplatnými – v rámci smluvního vztahu se použijí ta ujednání, která jsou pro spotřebitele výhodnější. Po uzavření smlouvy je pak podnikatel povinen vydat spotřebiteli vyhotovení smlouvy tak, aby mu byly dostupné informace o vzájemných ujednáních a bylo tak zlepšeno jeho postavení při případných sporech. Formu vyhotovení smlouvy je nutno vykládat v kontextu konkrétního způsobu uzavírání smlouvy, jelikož pro ni nejsou předepsány specifické požadavky. V případě prodeje využívajícího elektronickou kontraktaci je pak nutno spotřebiteli poskytnout potvrzení o uzavření smlouvy a její znění na trvalém nosiči. Tato povinnost se rovněž vztahuje na nutnost poskytnutí znění všeobecných obchodních podmínek. Důkazní břemeno, že náležité znění smlouvy bylo poskytnuto, pak leží na podnikateli.

V případě, že spotřebitel odešle s využitím nástroje pro komunikaci na dálku, musí podnikatel obdržení takové objednávky potvrdit. Zákon však nestanovuje konkrétně, že se musí jednat o stejný nástroj, který využil spotřebitel; přes to však spotřebitel typicky očekává, že v případě elektronicky uzavřené smlouvy bude objednávka potvrzena stejnou formou. Účelem dané úpravy nicméně je, aby byl spotřebiteli poskytnut dostatečný důkaz o doručení jeho objednávky. V daném případě se ale jedná o špatnou implementaci směrnice o elektronickém obchodu, ve které je stanoveno, že podnikatel má příjem objednávky potvrdit elektronickou cestou.

K prostředkům typicky souvisejícím s ochranou spotřebitele v případě uzavírání smluv distančním způsobem náleží možnost jednostranně ukončit smluvní závazek zpravidla ex tunc slabší stranou bez udání důvodu a bez jakéhokoli postihu v rámci stanovené čtrnáctidenní lhůty. Jedná se tak o kompenzaci toho, že v případě distančního prodeje je pro spotřebitele obtížnější důkladně se seznámit s konkrétními vlastnostmi výrobku. V daném případě se tak jedná nikoli o sankci pro podnikatele, ale o výhodu poskytnutou spotřebiteli, aby se se zbožím mohl ve větší míře seznámit ve chvíli, kdy zboží fyzicky drží. V případě, že spotřebitel není v rámci předsmuvních či smluvních informací poučen o možnosti odstoupit od smlouvy sjednané distančním způsobem do čtrnácti dní, prodlužuje se tato lhůta (tedy možnost odstoupit od smlouvy) na jeden rok a čtrnáct dní. Pokud spotřebitele podnikatel o této lhůtě dodatečně informuje, počne běžet standardní čtrnáctidenní lhůta od okamžiku informování.

Budoucí vývoj

Prodej zboží a poskytování služeb online stále vzrůstá. V rámci evropské politiky pro jednotný digitální trh tak Evropská komise přijala strategii pro harmonizaci pravidel v oblasti prodeje zboží online a poskytování digitálního obsahu. Tato iniciativa se promítla zejména do návrhu dvou směrnic:

(i) směrnice o některých aspektech smluv o prodeji zboží online a jinými prostředky

(ii) směrnice o některých aspektech smluv o poskytování digitálního obsahu.

Hlavním účelem těchto dvou je zvýšit ochranu spotřebitelů v online prostředí a obecně podpořit oblast elektronického obchodování. Za hlavní problém je v současnosti považována stále roztržitá právní úprava v oblasti spotřebitelského elektronického obchodování, která obecně odrazuje zúčastněné strany.

Hlavním cílem směrnice o některých aspektech smluv o poskytování digitálního obsahu je sjednotit právní úpravu smluvních vztahů, které se týkají poskytnutí digitálního spotřebiteli, jelikož pro ně v současné chvíli neexistuje společná právní regulace a přístup jednotlivých členských států se do jisté míry liší. Směrnice pak například specifikuje, za jakých okolností není digitální obsah v souladu se smlouvou (tedy, kdy je považován za vadný), jaká je možnost změny digitálního obsahu, jaké jsou možnosti nápravy v případě plnění, které není v souladu se smlouvou, či možnosti ukončení smlouvy (i například dlouhodobé).

Aktuální právní úprava řešení spotřebitelských sporů online

Zakotvení mimosoudního řešení spotřebitelských sporů, jako vhodného nástroje pro řešení sporů z elektronického obchodování, vychází primárně z evropské právní úpravy – ze směrnice o alternativním řešení spotřebitelských sporů a nařízení o řešení spotřebitelských sporů online. V první části této kapitoly se tak budeme věnovat představení jednotlivých mechanismů, které z této právní úpravy vyplývají. V případě, že dojde k porušení vzájemného ujednání mezi stranami a ty individuálně neuspějí v urovnání sporu, měl by právě tento režim spotřebiteli poskytnout vhodnou možnost pro řešení sporů s podnikatelem. Ve většině případů je totiž nereálné, aby spotřebitel daný spor řešil soudní cestou. V druhé části se pak zaměříme na konkrétní dopady evropské právní úpravy na tu českou a v závěru na kritiku poskytnutého řešení.

Směrnice o alternativním řešení spotřebitelských sporů

Jedním ze základních problémů možnosti řešit spory mimosoudně v rámci EU byla rozdílnost nabízených ADR (alternative dispute resolution) mechanismů v jednotlivých členských státech. V některých je totiž tradice řešení sporů tímto způsobem poměrně silně zakotvena (zejména ve státech západní Evropy a v severských státech), v postkomunistických státech pak není téměř žádná (a zejména ve spotřebitelských sporech je v rámci závazné fáze obecně vnímána spíše negativně – případně je zcela vyloučena). Mimosoudní řešení sporů tak bylo obecně v minulosti často územně omezeno, nebylo dostupné ve všech členských státech a mnohdy bylo limitováno jen na specifické oblasti.

Směrnice však v rámci harmonizace právních úprav neposkytuje soubor konkrétních pravidel (jak to v případě ODR činí například Třetí pracovní skupina Komise OSN pro mezinárodní obchodní právo), ale stanovuje hlavní zásady a minimální standardy pro poskytování mimosoudního rozhodování spotřebitelských sporů v jednotlivých členských státech.

Směrnice o alternativním řešení spotřebitelských sporů měla být implementována členskými státy do jejich právních řádů nejpozději 9. 7. 2015; v České republice se tak stalo až s účinností k 28. 12. 2015 na základě zákona č. 378/2015 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a některé další zákony.

Nařízení o řešení spotřebitelských sporů online

Směrnice o alternativním řešení spotřebitelských sporů je v případě možnosti řešit spory mimosoudně online doplněna nařízením o řešení spotřebitelských sporů on-line. Tyto dva legislativní nástroje tak tvoří vzájemně propojené řešení. Cíl nařízení o řešení spotřebitelských sporů online je v zásadě jediný – zřízení platformy pro řešení sporů online a poskytnutí ODR. Tato platforma (ODR platforma) by měla být jednotným virtuálním kontaktním místem pro spotřebitele a podnikatele v případě, že chtějí řešit své spory mimosoudně online. ODR platforma je tedy internetovou stránkou, která umožňuje stranám elektronický přístup k řešení sporů ve všech jazycích členských států. Spotřebitele a podnikatele, kteří mezi sebou vedou spor, pak může ODR platforma v případě, že s tím zúčastněné strany souhlasí, propojit s konkrétním subjektem alternativního řešení sporů.

Revision #1

Created 2025-05-28 12:49:20 UTC by Magdalena Dobešová

Updated 2025-05-28 12:56:10 UTC by Magdalena Dobešová