

Slabší strana a spotřebitel v e-commerce

Abstrakt

Mezi vůdčí zásady soukromého práva patří zásada rovnosti a autonomie vůle. Pro uzavírání smluv v e-commerce je, vzhledem k takřka výlučné adhezni povaze kontraktace, vysoce relevantní právě otázka přístupu ke smluvní svobodě. Faktická nerovnost a omezení smluvní svobody zmíněné zásady narušuje, přičemž jednou z funkcí právního řádu je vzniknuvší asymetrii v postavení osob vyvažovat, o což i zákonodárce, zejména ten evropský, dlouhodobě usiluje.

Ambicí tohoto pojednání je nejprve pomyslně poodstoupit a díky vlastní právní specializaci v oboru úsilí zákonodárce kriticky zhodnotit, což činím uceleněji v kapitolách č. 4 a 5. Pro tyto účely zasazuji relevantní právní úpravu (do které řadím i právní úpravu nepřímé ochrany spotřebitele jako je např. GDPR nebo ePrivacy směrnice) do širšího společenského kontextu světa e-commerce. Přitom postupuji systematicky. Nejprve se věnuji otázkám jako je pozice e-commerce v ekonomice, digitalizace a automatizace práce a v neposlední řadě dojde i na otázky datové ekonomiky. Následně rozvádím legislativní cíle ze strany zákonodárce a na základě zjištěných dat, obohacených o vlastní praktické zkušenosti, vyhodnocuji, zda se zákonodárci podařilo tyto cíle naplnit a zda přijímáním vybrané legislativy postupoval dle principů nejlepší praxe, tedy vhodně, účelně a hospodárně, tj. s minimalizací negativních vedlejších dopadů přijímané legislativy na společnost. Pozornosti neujde ani samotný pohled na proces, jak se zákonodárce rozhoduje - zda tak činí na základě kvalitních dat a analýz, což je v soukromé sféře světa e-commerce zlatým standardem, či spíše na základě pocitů, což je soukromé sféře naopak díky snadné dostupnosti nepřeborného množství dat vnímáno jako eufemismus amatérismu. Zjištěné poznatky obohacuji o své praktické zkušenosti, což mi umožňuje upozornit na již zcela konkrétní nedostatky mnohdy až ledabylého legislativního přístupu zákonodárce a jím přijímané legislativy. Závěrem této části je řada námětů *de lege ferenda*.

Logicky navazujícím cílem práce je věnovat se konkrétní právní úpravě na ochranu spotřebitele a slabší strany e-commerce. Kritického pohledu na legislativu ani praktického vzhledu záměrně nešetřím. Již u definic základních pojmů upozorňuji na problematické aspekty a je-li to možné, tak vždy se zaměřením na oblast e-commerce. V kapitole č. 6 shrnuji *status quo* obecného regulatorního rámce, který je pro e-commerce relevantní. Následně se na takřka 80 stranách textu věnuji aktuálním problematickým otázkám ochrany spotřebitele a slabší strany v e-commerce. A to jak otázce využití kognitivních zkreslení v online marketingu, ale i otázkám jako je zneužívání práv ze strany spotřebitelů. V poslední řadě se zabývám i rozbořem těch částí regulace omnibus

směrnice, která je pro e-commerce nejvýznamnější (*in concreto* se zde věnuji otázkám jako je komunikace slev, uživatelské recenze, administrativní přezkum smluv uzavíraných se spotřebitelem, dále otázkám souvisejícím s kontraktací a obsahem smluv v e-commerce a dalším). Postupem od obecného ke konkrétnímu docházím ke konzistentnímu závěru, že stav právní úpravy se postupem času zhoršuje a práce Komise nepřináší v e-commerce v souhrnu pozitivní výsledky.

Klíčová slova: ochrana slabší strany, ochrana spotřebitele, e-commerce právo