

Můžete vrátit zboží zakoupené přes sociální sítě?

25.6.2026 - Lucie Korbeliusová | DTest

V poslední době se stále častěji setkáváme se situacemi, kdy spotřebitelé nakupují zboží, jako je například oblečení, přes sociální sítě. Na rozdíl od oblečení, které kupují v kamenné prodejně, si jej nemohou předem vyzkoušet. U nakupování přes e-shopy je nemožnost vyzkoušení si produktu před uzavřením smlouvy kompenzována nárokem na odstoupení od smlouvy bez udání důvodu do 14 dnů od převzetí zboží. Za jakých podmínek může spotřebitel vrátit oblečení zakoupené přes sociální sítě?

Nemožnost vyzkoušení

Nákupy přes sociální sítě jsou čím dál tím častější. „Nově vznikají profily, které vystupují například jako second handy nebo nově vzniklé značky oblečení. Mnohdy nemají zprovozněné webové stránky a jediná možnost nákupu je právě přes jejich sociální síť. Spotřebitel se ale může se zbožím fyzicky seznámit až po převzetí,“ uvádí Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest.

Spotřebitelská smlouva

Abyste měli stejná práva jako při nákupu na běžném e-shopu, musí se v první řadě jednat o spotřebitelskou smlouvu. To znamená, že kupujícím musí být spotřebitel a prodávajícím podnikatel nebo osoba, která se jako podnikatel jeví. Spotřebitelem je fyzická osoba jednající pro vlastní potřebu (mimo podnikání či zaměstnání), podnikatelem poté mimo jiné osoba, která vykonává na vlastní účet a odpovědnost soustavně výdělečnou činnost. Rozhodující okolností přitom je, jak se prodávající jeví spotřebiteli. Jestliže má z jeho chování oprávněně za to, že jedná s podnikatelem, může tak spoléhat na spotřebitelskou ochranu.

„Naopak v situacích, kdy si někdo založí profil z důvodu prodeje svého starého oblečení, které už dále nevyužívá, zpravidla se nebude jednat o podnikatele. Možnost odstoupení bez uvedení důvodu se v těchto situacích tedy neuplatní,“ doplňuje Eduarda Hekšová.

Distanční způsob uzavření smlouvy

Druhou nedílnou podmínkou pro zachování nároku na odstoupení do 14 dnů od převzetí zboží je distanční způsob uzavření smlouvy. Jedná se o smlouvu sjednanou prostřednictvím prostředku komunikace na dálku. „Sjednaná smlouva přes profil na sociálních sítích znamená právě distanční způsob uzavření smlouvy a s tím spojenou možnost využít právo na odstoupení od smlouvy do 14 dnů,“ dodává Eduarda Hekšová.

Práva jako na e-shopu

Jak již bylo uvedeno výše, aby zůstalo právo na odstoupení od smlouvy sjednané přes sociální sítě zachováno, jako je tomu například při nákupu přes e-shopy, musí se jednat o spotřebitelskou smlouvu, která bude uzavřena distančním způsobem. Spotřebitel poté má nárok na odstoupení od smlouvy do 14 dnů od převzetí zboží bez uvedení důvodu. Zároveň má v těchto situacích zachována i další práva, na která je jinak zvyklý, jako například možnost reklamace vad.

A co další povinnosti?

Umožnění spotřebiteli odstoupit od smlouvy do 14 dnů nebo vyřízení reklamace nejsou jediné povinnosti, které podnikatel musí v souvislosti s nabízením a prodejem zboží dodržovat. Podnikatel totiž musí vůči spotřebiteli splnit i potřebnou informační povinnost, tedy jej informovat například o svých kontaktních údajích, o samotných podmínkách uplatnění práva na odstoupení bez uvedení důvodu nebo o možnostech uplatnění reklamace. Tyto informace bývají u běžných e-shopů uvedeny v obchodních podmínkách. Při prodeji přes sociální sítě ale občas chybějí.

Prodejem přes sociální sítě by však podnikatelé neměli obcházet povinnosti, které by měli, pokud by zboží prodávali přes běžný e-shop. V opačném případě riskují, že při kontrole České obchodní inspekce bude nesplnění informační povinnosti posouzeno jako přestupek, za který může být podnikateli uložena pokuta.

Po prodávajícím se zem slehla

Pozor si také dejte na to, zda není profil zcela anonymní. Jeho existence na sociálních sítích totiž ještě není zárukou, že jej jeho autoři v budoucnu nesmažou. „*Před koupí zboží je dobré se zajímat také o další údaje podnikatele, jako je jeho adresa, IČ nebo telefonní číslo,*“ uzavírá Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest.

Kontakt pro média:

Lucie Korbéliusová, media@dtest.cz, tel.: +420 604 556 874

dTest, o.p.s. je největší českou spotřebitelskou organizací, která v ČR působí již od roku 1992. Je vydavatelem spotřebitelského časopisu dTest, na jehož stránkách jsou publikovány výsledky nezávislých a objektivních testů produktů, varování před nebezpečnými a zdravotně závadnými výrobky, informace o spotřebitelských právech a rady, jak tato práva účinně uplatňovat. dTest je součástí mezinárodní organizace International Consumer Research and Testing (ICRT) a evropské spotřebitelské organizace BEUC.

Poradenská linka časopisu dTest - 299 149 009 - je v provozu každý pracovní den od 9 do 17 hodin a spotřebitelé na ní mohou konzultovat s právními poradci dTestu nejrůznější spotřebitelské problémy, a to za cenu běžného tarifu volání. Od spuštění v roce 2010 této možnosti využily již statisíce spotřebitelů a poradenská linka časopisu dTest se tak stala první a nejvyhledávanější cestou k řešení potíží, se kterými se zákazníci na trhu setkávají.

<https://www.dtest.cz/clanek-12380/dtest-muzete-vratit-zbozi-zakoupene-pres-socialni-site>