

dTest: Co se skrývá za pojmem dropshipping?

26.3.2025 - Lucie Korbeliusová | DTest

Oblíbený obchodní model

Na rizika spojená s on-line nakupováním upozorňujeme spotřebitele pravidelně. Nejčastěji se jedná o problémy s nedoručeným zbožím, nemožností vrácení nebo komplikacemi při reklamaci, ať už u tuzemských, nebo zahraničních e-shopů. I když pro vás může být pojem dropshipping nový, mnoho těchto případů právě s tímto obchodním modelem souvisí. Nejedná se o zakázanou praktiku, naopak se jedná o rozšířený model, který využívá velká část podnikatelů. Problematika dropshippingu souvisí také s on-line tržišti, protože právě na těchto platformách se s tímto obchodním modelem setkávají spotřebitelé nejčastěji, aniž by si to uvědomovali. O to důležitější je rozpoznat, kdy na takovém webu nakupujete, a vědět, jaká rizika to může přinášet.

Dropshipping zjednodušeně funguje tak, že provozovatel e-shopu pouze nabízí produkty svého dodavatele nebo výrobce. *„Spotřebitel si zboží objedná prostřednictvím e-shopu, který následně předá objednávku dodavateli. Ten ji zabalí a odešle přímo zákazníkovi, často například z Asie,”* vysvětluje Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest. Komunikace mezi e-shopem a dodavatelem pak bývá zcela automatizovaná. *„Tento obchodní model je oblíbený zejména mezi začínajícími podnikateli, protože nevyžaduje investice do vlastní výroby ani náklady na skladování,”* doplňuje Hekšová.

Jaké jsou nástrahy dropshippingu?

Pokud nakupujete z dropshippingového e-shopu, může vás potkat celá řada nepříjemností. Často chybí jasné informace o tom, kdo obchod provozuje a nemusí tak být jasné, jak a kam zboží vrátit. *„I když e-shop tvrdí, že sídlí v Evropě, uvedená adresa může být jen anonymní poštovní schránka nebo nemusí vůbec existovat. Navíc provozovatelé těchto e-shopů po spotřebitelích často požadují, aby zboží vrátili přímo dodavateli, což může být značně nákladné,”* upozorňuje Hekšová. V nejhorších případech se může stát, že obchod po zaplacení objednávky úplně zmizí z internetu.

Právě nedostatek kontaktních údajů vám může pomoci odhalit nepoctivého dropshippera. Tento nedostatek by ale měl být varovným signálem při jakémkoli on-line nákupu. *„Spotřebitelé by měli sledovat také to, jestli e-shop neobsahuje špatně přeložené texty, nápadně vysoké slevy nebo přehnaně pozitivní recenze,”* doplňuje Hekšová. V ideálním případě se o tom, že podnikatel využívá tento model dozvíte tak, že vás o tom informuje přímo na webu u vybraného produktu.

Setkat se můžete i s tím, že na své zboží budete čekat týdny, přestože e-shop sliboval rychlé doručení. Někdy je zboží již u dodavatele vyprodané, ale objednávku si přesto můžete vytvořit a rovnou ji zaplatit. Navíc vám obchod nemusí předem oznámit, že budete muset doplatit clo nebo DPH. Častým problémem také bývá nízká kvalita zboží.

Navrhovaná řešení

Síť Evropských spotřebitelských center (dále jen ECC-Net) navrhuje zavedení konkrétních pravidel pro dropshippingové obchody na úrovni EU, protože stávající legislativa pokrývá pouze obecná pravidla pro on-line prodej. ECC-Net apeluje, aby bylo povinné informovat zákazníky, že objednávka bude odeslána třetí stranou, zejména pokud jde o země mimo EU. Obchody by dále měly uvádět nejen kontaktní údaje prodávajícího, ale i dodavatele, adresu odeslání zboží a veškeré náklady

spojené s dovozem či odstoupením od smlouvy.

ECC-Net rovněž doporučuje, aby bylo vždy možné zboží vrátit na adresu v rámci EU bez neúměrně vysokých nákladů. Pokud obchod prodává zákazníkům v EU, měl by být povinen uvádět jasnou evropskou zpětnou adresu. Dále by měly být zpřísněny podmínky pro platformy typu Shopify či jiné platformy, které nabízejí e-shopové šablony, tak aby nebylo možné zveřejnit obchod, pokud neobsahuje povinné právní informace v souladu s legislativou EU.

Kontakt pro média:

Lucie Korbeliusová

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 časopisu dTest 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-11485/dtest-co-se-skryva-za-pojmem-dropshipping>