

**VYSOKÁ ŠKOLA EVROPSKÝCH A REGIONÁLNÍCH
STUDIÍ, O. P. S., ČESKÉ BUDĚJOVICE**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BEZPEČNOST A OCHRANA SPOTŘEBITELE V ČR A EU

Autor práce: Miluše Fialová

Studijní obor: Bezpečnostně právní činnost ve veřejné správě

Forma studia: Kombinované studium

Vedoucí práce: Ing. Jiří Dušek, Ph.D.

Katedra: Katedra právních oborů a bezpečnostních studií

2010

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně s využitím uvedených pramenů a literatury.

Souhlasím, aby práce byla uložena v knihovně Vysoké školy evropských a regionálních studií v Českých Budějovicích a zpřístupněna ke studijním účelům.

.....

Děkuji vedoucímu bakalářské práce Ing. Jiřímu Duškovi, Ph.D. za cenné rady, připomínky a metodické vedení práce.

OBSAH

ÚVOD	6
1 CÍL A METODIKA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	8
2 TEORETICKÉ VYMEZENÍ POJMŮ	9
2.1 Spotřebitel.....	9
2.1.1 Pojem spotřebitele ve vnitrostátním právu ČR.....	9
2.2 Prodejce, výrobce, dovozce, dodavatel a výrobek	10
3 PRÁVA A POVINNOSTI SPOTŘEBITELE	12
3.1 Práva spotřebitele	12
3.2 Povinnosti spotřebitele	15
4 OCHRANA SPOTŘEBITELE	17
4.1 Zásady ochrany spotřebitele	17
4.2 Cíle ochrany spotřebitele	17
4.3 Prostředky ochrany spotřebitele	18
5 LEGISLATIVNÍ ÚPRAVA OCHRANY SPOTŘEBITELE V ČESKÉ REPUBLICĚ	20
5.1 Zákon č. 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele	22
5.2 Zákon č. 110/1997 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích	24
5.2.1 Obsah zákona o potravinách	24
5.2.1.1 Potraviny	25
5.2.1.2 Potraviny živočišného původu.....	25
5.2.1.3 Zdravotně nezávadné potraviny.....	25
5.2.1.4 Datum použitelnosti	25
5.2.1.5 Datum minimální trvanlivosti.....	26
5.2.1.6 Označení potravin.....	26
5.3 Zákon č. 22/1997 Sb. o technických požadavcích na výrobky	26
5.3.1 Informace o výrobcích se značkou CCZ.....	28
5.4 Zákon č. 59/1998 Sb. o odpovědnosti za škodu způsobenou vadou výrobku	28
5.5 Zákon č. 102/2001 Sb. o obecné bezpečnosti výrobků	29
5.6 Zákon č. 40/1964 Sb. Občanský zákoník	30
5.7 Zákon č. 513/1991 Sb. Obchodní zákoník.....	31
6 STÁTNÍ DOZOROVÉ ORGÁNY A INSTITUCE V ČR	32
6.1 Parlament České republiky	32

6.1.1	Ombudsman – veřejný ochránce práv	32
6.2	Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO)	32
6.3	Česká obchodní inspekce (ČOI).....	32
6.4	Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI).....	33
6.5	Státní veterinární správa	34
6.6	Orgány ochrany veřejného zdraví	34
6.7	České spotřebitelské instituce	34
7	OCHRANA SPOTŘEBITELE V EU	36
7.1	Instituce působící v EU na ochranu spotřebitelů.....	37
7.1.1	Generální ředitelství pro zdraví a ochranu spotřebitele	38
7.1.2	Evropský parlament	38
7.1.3	Rada Evropské unie	38
7.1.4	Evropský soudní dvůr	39
7.1.5	Evropská komise.....	39
7.1.6	Evropská poradní skupina spotřebitelů	40
7.2	Evropské spotřebitelské organizace	41
8	OCHRANA SPOTŘEBITELE V PRAXI.....	42
8.1	Sdružení obrany spotřebitelů	42
8.1.1	Výsledky statistických výstupů SOS	44
8.1.1.1	Statistické výstupy roku 2008	44
8.1.1.2	Statistické výstupy roku 2009	46
8.2	Evropské spotřebitelské centrum ČR (ESC).....	49
8.2.1	Výsledky statistických výstupů ESC	50
8.3	Praktická dozorová činnost České obchodní inspekce (ČOI).....	50
8.4	Sdílení informací mezi spotřebiteli	51
	ZÁVĚR.....	52
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	55
	SEZNAM ZKRATEK.....	60
	PŘÍLOHY	61
	ABSTRAKT	79
	ABSTRACT	80

ÚVOD

Problematika ochrany spotřebitele je velice aktuální oblast, neboť se týká většiny občanů, kteří vystupují v roli spotřebitelů, výrobců či obchodníků. Každý z nás denně vchází do obchodu, nakupuje, spotřebovává mnohé výrobky, využívá služeb a tím uzavírá s prodávajícím kupní smlouvu.

Spotřebitel je kvůli rozšiřující se nabídce zboží a služeb vystaven zvýšenému tlaku i možností nečestného jednání obchodníků a výrobců, kteří se snaží maximalizovat zisk a tím ohrožují jednak ekonomické zájmy spotřebitele, ale mnohdy i jeho fyzickou bezpečnost a zdraví. Kupující je tedy vystaven určitým rizikům a nekalým praktikám ze strany prodávajícího. Proto by oblast ochrany spotřebitele měla být v popředí zájmu každého občana a měla by se přijímat opatření na jeho ochranu.

Postavení spotřebitele není jednoduché. V zemích Evropské unie je ochrana spotřebitele na mnohem vyšší úrovni než v České republice. Z toho vyplývá, že vstup do Evropské unie přinesl pro naši republiku povinnost vypracovat a zavést do svého právního řádu příslušné zákony, pro občany našeho státu nutnost aktivního přístupu, schopnost získat mnoho nových informací a naučit se chování, které je v zemích Evropské unie zcela běžné. Každý občan by měl znát práva na svou ochranu, ale i povinnosti, které z nich vyplývají a které musí spotřebitel plnit. Znamená to, že z neinformovaného a pasivního spotřebitele se musí transformovat vzdělaný a odvážný subjekt trhu, který bude schopen v této oblasti sám chránit svá práva.

Ochrana spotřebitele je systém institucí, zákonů, spotřebitelských organizací a spotřebitelských aktivit, které prostupují celou společností. Zahrnuje oblast ekonomiky, politiky, zkoušek, výzkumu, testování a vlastní aktivní činnosti občanů. Regulace státu doprovázená funkčním systémem kontroly a systémem účinných sankcí, včetně možnosti domáhat se nápravy závadného stavu, které musí nastoupit v případě, že se obchoduje se zbožím ohrožující zdraví či život spotřebitele nebo obecně životní prostředí. Neboť spotřebitel při realizaci nákupu zpravidla u takto nebezpečných výrobků nemá dostatek informací, které jsou důležité pro správné rozhodnutí. Státní orgány uplatňují u skupiny výrobků, které svou povahou mohou nepříznivě ovlivnit zdraví spotřebitele určitá omezující opatření takovým způsobem, aby byly možnosti

negativních vlivů eliminovány, zejména - technické parametry, značení, postupy výroby, bezpečnost apod.

Jedním z nejvýznamnějších druhů zboží, kde je riziko ohrožení zdraví spotřebitele zřejmě největší, jsou potraviny, které jsou zároveň velmi významnou, ne-li nejvýznamnější částí spotřebního koše. Vzhledem ke specifickým potravin a jejich vlivu na lidské zdraví je nutno v této oblasti zajistit co nejúčinnější kontrolu ochrany zájmů spotřebitele. V co největší míře by se mělo předcházet možnostem uvádění do oběhu výrobků, které nesplňují požadavky na zdravotní nezávadnost, jakost či další stanovené předpisy a normy v potravinářství.

Úkolem státu je stanovení právního rámce úpravy vztahů na trhu a rozvojem spotřebitelské politiky napomáhat prosazování zájmů spotřebitelů. Pro všechny zúčastněné je důležité, aby mezi výrobci, prodávajícími, či dodavateli statků a služeb na jedné straně a spotřebiteli na straně druhé, vládly dobré vztahy a aby v zájmu prosperity občanské společnosti, státní i nestátní instituce přispívaly svými opatřeními k upevnění morálky, cti, práva a spravedlnosti.

Pouze sebevědomý a vzdělaný spotřebitel, jako svébytný a rovnoprávný subjekt trhu, je schopný chránit si své zájmy a svá práva, přičemž v oblastech, kde jednotlivec na svou obranu nestačí, mu slouží řada státních i samoregulačních institucí.

1 CÍL A METODIKA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Po roce 1989 se naprosto změnila politika obchodu. Velké a někdy až nadbytečné zásoby zboží v obchodech vedou k nečestnému jednání při prodeji, nepravdivým informacím při obsluze zákazníka. Role spotřebitele se mění na člověka, který musí být ochráncem svých práv.

Cílem této práce je celková analýza problému bezpečnosti a ochrany spotřebitele z pohledu právních norem a dozorových orgánů. Stanovení přehledného postupu možnosti řešení konfliktních situací, prodávající x kupující. Porovnání bezpečnosti a ochrany spotřebitele na území České republiky a v Evropské unii.

Jak již bylo v úvodu zmíněno, postavení spotřebitele, ať v roli konzumenta nebo člověka využívajícího služby spojené s prodejem, není jednoduché. Právě z těchto důvodů a i z pozice své profese, zaměstnanec obchodu, bych ráda zprůhlednila celou problematiku ochrany spotřebitele. Metodami využití při zpracování této práce budou deskripce, analýza, syntéza, dedukce a následné vypracování konceptu zjednodušení bezpečnosti a ochrany spotřebitele. Při zpracování této práce budou využity dostupné prameny knižní, časopisecké i internetové, jakož i relevantní právní předpisy.

2 TEORETICKÉ VYMEZENÍ POJMŮ

2.1 *Spotřebitel*

Národní spotřebitelská rada Spojeného království používá následující definici spotřebitele: „Spotřebitelem je každý člen společnosti v některém období svého života, který v tomto období vystupuje jako kupující nebo uživatel zboží a služeb, ať už veřejně nebo soukromě nabízených“.¹

Definici pojmu **spotřebitel** lze najít v literatuře hned několik. Tak například podle Macmillanova slovníku moderní ekonomie je spotřebitelem každý ekonomický aktér, který se účastní finální spotřeby statků a služeb.² Bývá chápán jako jednotlivec, v praxi ovšem v jeho roli vystupují instituce, jednotlivci a skupiny jednotlivců. Obecně lze říci, že spotřebitel je vedle podnikatelských subjektů dalším účastníkem trhu, je subjektem vznikajících právních vztahů a zároveň i možným objektem nepoctivého jednání ze strany podnikatele.

Spotřebitele chápeme jako *subjekt, který užívá, spotřebovává, konzumuje zakoupené zboží*.³ Spotřebitelé tak na trhu plní vlastně několik podstatných úloh, a to především ty, jež uspokojují jeho potřeby, jako jednotlivce. A konečně Blackův právní slovník definuje spotřebitele jako *jednotlivce, který kupuje, užívá a udržuje výrobky a služby a nakládá s nimi*.⁴ Jde o člena široké vrstvy, který je dotčen cenovou politikou, finančními praktikami, kvalitou výrobků a služeb, informacemi a jinými obchodními praktikami, pro ně jsou vydávány zákony o ochraně spotřebitele. Spotřebitele je třeba odlišit od výrobců (kteří vyrábějí zboží) a velkoobchodníků (kteří vyrobené zboží prodávají).

2.1.1 **Pojem spotřebitele ve vnitrostátním právu ČR**

Pro přesnější vymezení pojmu spotřebitele je třeba nahlédnout i do vnitrostátního právního řádu ČR. Pojem **spotřebitel** se do našeho právního řádu dostává poprvé zákonem č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZOS“ nebo „zákon o ochraně spotřebitele“), kdy je tento pojem vymezen v jeho § 2 odst. 1 písm. a). Ten říká, že *spotřebitelem je právnická nebo fyzická osoba,*

¹ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 8.

² PEARCE, D. *Macmillianův slovník moderní ekonomie*. Přeložil O. Dědek. 2. vydání. Praha: Victoria Publishing, 1994, s. 319.

³ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 8.

⁴ CAMBELL, B. H., NOLAN, J. R., NOLAN-HALEY, J. M. *Blackův právní slovník*. Přel. V. Balaš. Praha: Victoria Publishing, 1993, s. 201.

kteřá nakupuje výrobky nebo užívá služby za jiným účelem než pro podnikání s těmito výrobky nebo službami.⁵ Zákon tedy přestal rozlišovat mezi fyzickou a právnickou osobou, jak tomu bylo v původní právní úpravě, a spotřebitele chápe jako osobu, která užívá výrobek jako konečný uživatel.⁶ Důležitý je zde i prvek nepodnikatelské činnosti. Může jít tedy o kohokoliv, právnickou nebo fyzickou osobu, nebo i podnikatele, pokud neuvívá svého výrobku pro účely podnikání. Podnikáním se rozumí soustavná činnost prováděná podnikatelem vlastním jménem a na vlastní zodpovědnost za účelem dosažení zisku.⁷ Na definici spotřebitele obsaženou v ZOS navazují i jiné právní předpisy. Odkaz lze najít například v zákoně č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, ve znění pozdějších předpisů, v zákoně č. 254/2001 Sb., vodní zákon, ve znění pozdějších předpisů, v zákoně č. 477/2001 Sb., o obalech, ve znění pozdějších předpisů atd.

Do občanského zákoníku se pojem spotřebitel dostává jeho novelou č. 367/2000 Sb. Občanský zákoník ve svém § 52 odst. 3 definuje *spotřebitele, jako osobu, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti.*⁸

2.2 Prodejce, výrobce, dovozce, dodavatel a výrobek

Výraz prodávající, prodavač je dnes chápán spíše jako člověk, který hbitě doplňuje zboží do regálu, příliš nepřekáží zákazníkům při jejich nákupu, či není překážkou těžko ovladatelným přeplněným vozíkům s nákupem. Prodavače vyhledáváme pouze účelově a to tehdy jedná-li se nám o radu, předvedení výrobku, vyjádření určité nespokojenosti. V těchto okamžicích je oko zákazníka velmi vnímavé a zaznamená okamžitě nesrovnalost s tím, jak by se prodávající měl chovat, vystupovat.

⁵ Sběrka zákonů České a Slovenské federativní republiky – ročník 1992, částka 130 [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 26. prosince 2009]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1992/sb130-92.pdf>>.

⁶ Sběrka zákonů České a Slovenské federativní republiky – ročník 1992, částka 130 [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 26. prosince 2009]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1992/sb130-92.pdf>>.

⁷ Sběrka zákonů České a Slovenské federativní republiky – ročník 1991, částka 98 [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 26. prosince 2009]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1991/sb098-91.pdf>>.

⁸ Sběrka zákonů České republiky – ročník 2000, částka 99 [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 26. prosince 2009]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/2000/sb099-00.pdf>>.

Tyto pojmy lze definovat následujícím způsobem:⁹

- **prodávající**, je podnikatel, který spotřebiteli prodává výrobek nebo poskytuje služby,
- **výrobce**, je podnikatel, který zhotovil výrobek, anebo jeho součást nebo poskytl služby, který vytěžil prvotní surovinu nebo ji dále zpracoval, anebo který se za výrobce označil,
- **dovozce**, je podnikatel, který uvede na trh výrobek z jiného než členského státu Evropské unie,
- **dodavatelem**, je každý další podnikatel, který přímo nebo prostřednictvím jiných podnikatelů dodal prodávajícímu výrobky,
- **výrobek**, je věc nebo jiné hodnoty určené k nabídce spotřebiteli, které mohou být předmětem právního vztahu.

V neodborném pojetí výrazu výrobek se častěji setkáváme s označením **zboží**, a to u potravinářských i u průmyslových výrobků.

⁹ *Sbírka zákonů České a Slovenské federativní republiky – ročník 1992, částka 130* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 26. prosince 2009]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1992/sb130-92.pdf>>.

3 PRÁVA A POVINNOSTI SPOTŘEBITELE

3.1 Práva spotřebitele

Práva spotřebitele jsou velice důležitá pro správně fungující trh. Spotřebitel vystupuje jako slabší subjekt trhu, který by byl bez přiměřené ochrany svých práv vůči podnikům, disponujícím velkými finančními prostředky, právníky, apod. naprosto bezmocný.

Definování základních práv spotřebitelů na mezinárodní úrovni bylo velice nutné. Doposud rovnovážný vztah spotřebitel versus prodávající a výrobce se ve velké míře odklonil od rovnováhy, samozřejmě v neprospěch spotřebitele. Stalo se tak díky rozvoji výroby, dopravy, komunikačních prostředků a zvětšení trhu, který dosáhl nejen národního, ale až mezinárodního rozměru. Výrobci a obchodníci se stali díky prudkému růstu produkce anonymními subjekty trhu a spotřebitel možným objektem nepoctivého jednání ze strany podnikatelů.

Americký prezident John Fitzgerald Kennedy (1917 – 1963), vyhlásil dne **15. března 1962** první spotřebitelská práva.¹⁰ Ve zprávě, týkající se ochrany zájmů spotřebitelů předstoupil před Kongres a konstatoval: *„Je povinností federální vlády reagovat na potřeby spotřebitelů, je nutné převzít úlohu garanta ochrany spotřebitele“*.¹¹

Zformuloval tyto čtyři práva spotřebitele:¹²

- právo na bezpečnost (ochrana před zbožím ohrožující spotřebitelovo zdraví a bezpečnost),
- právo na informace (dostatečné poskytování informací o vlastnostech výrobků),
- právo na výběr (právo vybírat si ze široké škály výrobků),
- právo být vyslyšen (při formulování vládní politiky, rychlé vyřešení stížností občanů v příslušných státních orgánech).

¹⁰ TOMANČÁKOVÁ, B. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*. 1. vydání. Praha: Linde, 2008, s. 28.

¹¹ TOMANČÁKOVÁ, B. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*. 1. vydání. Praha: Linde, 2008, s. 29.

¹² HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 9.

Den **15. března 1962** se považuje za počátek **novodobé ochrany spotřebitelů – zákazníků**.¹³ Každý rok si tento den připomínají všechny spotřebitelské organizace **Světový den spotřebitelských práv**¹⁴ a vydávají svá stanoviska k aktuálním spotřebitelským problémům. Postupem let byla tato stále aktuální spotřebitelská práva doplňována do dnešní podoby.

Evropská unie se zaměřuje především na následujících pět základních práv spotřebitele, které schválila Rada v dubnu 1975, tzv.: „**Charta práv spotřebitele**“.¹⁵

- **právo na ochranu zdraví a bezpečnosti** – za normálních podmínek používání nesmí zboží ani služby v sobě obsahovat riziko,
- **právo na ochranu ekonomických zájmů** – spotřebitel musí být chráněn proti nesprávným praktikám prodávajícího, jako jsou klamavá reklama, nepoctivé doložky nebo podmínky úvěru, atd. a proti vadným výrobkům a službám,
- **právo na náhradu škody** – spotřebitelům by se mělo dostat rady a pomoci v případě vadného zboží nebo neuspokojivé služby a rychlého odškodnění,
- **právo na srovnávací informace** – rozsáhlé informování a vzdělávání by mělo být poskytováno s cílem umožnit spotřebitelům provést informovaný výběr na trhu,
- **právo na zakládání spotřebitelských sdružení** – s těmito organizacemi by se měly mimo jiné konzultovat legislativní návrhy, týkající se zájmů spotřebitelů.

Vývoj se od vyhlášení prvních čtyř práv spotřebitele nezastavil a v současné době je deklarováno **Mezinárodní organizací spotřebitelů** (Consumers International) **osm práv spotřebitelů**:¹⁶

1. **Právo na bezpečnost** – spotřebitel má právo, aby výrobky a služby, které jsou na trhu poskytovány, byly bezpečné a neohrožily jeho zdraví a bezpečnost. Týká se to především kosmetických výrobků, hraček, elektrospotřebičů, obuvi, potravin apod. To znamená, že je třeba stanovit základní bezpečnostní požadavky na výrobky a legislativní ochranu spotřebitele proti fyzickým škodám.

¹³ Světový den spotřebitelských práv [online]. Praha: Sdružení ochrany spotřebitelů, 2009 [cit. 26. prosince 2009]. Dostupný z WWW: <<http://www.spotrebitele.info/vaseprava/clanek.shtml?x=2353522>>.

¹⁴ Světový den spotřebitelských práv [online]. Praha: Sdružení ochrany spotřebitelů, 2009 [cit. 26. prosince 2009]. Dostupný z WWW: <<http://www.spotrebitele.info/vaseprava/clanek.shtml?x=2353522>>.

¹⁵ BRIAN, T. *Jak mnohem lépe prodávat*. Přeložil T. Hlaváč. 1. vydání. Brno: Computer Press, 1999, s. 13.

¹⁶ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 11.

2. **Právo na volný výběr** – toto právo má spotřebiteli zajistit volný výběr v požadované jakosti, za ekonomicky přijatelnou cenu. V případě, že na trhu působí monopolní výrobce, musí stát zajistit, aby zboží bylo nabízeno za přijatelnou cenu a v přijatelné kvalitě.
3. **Právo na odškodnění** – spotřebitelé mají právo na náhradu za vadné výrobky a za škody zaviněné užívaným zbožím, k tomu musí být vytvořeny jednoduché, přístupné a rychlé postupy pro řešení stížností a reklamací.
4. **Právo na informace** – spotřebitel má právo na objektivní informace o vlastnostech výrobku, o bezpečném užívání výrobku, o možných vedlejších účincích, o nebezpečí, jež by mohlo vzniknout při používání výrobku, o výkonech výrobku a také o jeho ceně.
5. **Právo na vzdělání** – stát má vytvářet podmínky pro neustálé vzdělávání spotřebitelů, aby se spotřebitel mohl stát zkušeným a racionálně se rozhodujícím spotřebitelem. Výchovné programy by měly být zaměřeny na informace o udržování zdraví, o správné výživě a možné prevenci chorob, na výchovu spotřebitelských poradců a na další potřebné informace pro spotřebitele.
6. **Právo na základní potřeby** – spotřebitel má právo na přístup k základním druhům zboží a služeb, na uspokojení základních potřeb nutných pro přežití, jako je přiměřená výživa, bydlení, ošacení, zdravotní péče, doprava apod.
7. **Právo na zdravé životní prostředí** – výrobky a služby nesmí ohrozit životní prostředí v průběhu výroby, užití a ani v procesu likvidace. Spotřebitel má právo na životní prostředí, které ho neohrožuje a umožňuje mu zdravý a důstojný život.
8. **Právo na zastupování** – dle tohoto práva mohou občanské spotřebitelské organizace chránit zájmy spotřebitelů vůči distributorům, dovozcům a výrobcům. Spotřebitelské poradní výbory pak chrání zájmy spotřebitelů vůči státním institucím. Toto právo také umožňuje spotřebitelům sdružovat se v dobrovolných spotřebitelských organizacích a hnutích, která mohou ovlivňovat politiku vlády v jejich prospěch. Zástupci spotřebitelů musí mít možnost být přítomni při rozhodovacích a schvalovacích procesech, při přijímání legislativních pravidel, které se týkají zájmů spotřebitele na místní, národní i mezinárodní úrovni.

3.2 Povinnosti spotřebitele

Z uvedených práv spotřebitele logicky vyplývají i povinnosti spotřebitele v tržním hospodářství. Spotřebitel se musí chovat aktivně, zajímat se o informace, a na jejich základě se racionálně rozhodovat, pracovat ve sdružení spotřebitelů, dodržovat ekologická pravidla, aktivně uplatňovat své nároky, starat se o své zdraví.¹⁷

Spotřebitelé tedy mají nejen svá práva, která by měla být dodržována, ale také povinnosti. Práva spotřebitelů souvisí vždy s povinnostmi spotřebitelů. Z toho vyplývá, že existují určité vazby mezi právy a povinnostmi spotřebitelů. Ty je možné vyjádřit následovně.

Tab. 1: Práva a povinnosti spotřebitelů¹⁸

Práva spotřebitelů na:	Povinnosti spotřebitelů:
<i>Bezpečnost</i>	<i>Zájem o zdraví</i>
<i>Výběr</i>	<i>Odpovědné rozhodování</i>
<i>Odškodnění</i>	<i>Uplatnění nároku na odškodnění</i>
<i>Informace</i>	<i>Zájem o informace a práce s nimi</i>
<i>Vzdělání</i>	<i>Vzdělávat se</i>
<i>Zastupování</i>	<i>Aktivní účast v ochraně spotřebitele</i>
<i>Základní potřeby</i>	<i>Uplatňovat nárok na základní potřeby</i>
<i>Zdravé životní prostředí</i>	<i>Dodržování ekologických pravidel</i>

Zájem o zdraví – spotřebitel se musí sám aktivně zajímat o své zdraví a především musí klást důraz na prevenci.¹⁹

Odpovědnost rozhodování – spotřebitel musí být opatrnější v otázkách ceny a kvality zboží, musí k rozhodování a výběru zboží přistupovat až po zralé a kritické úvaze.²⁰

Uplatnění nároku na odškodnění – spotřebitel si především musí být vědom svých práv, musí je sám prosazovat a uplatňovat nárok na odškodnění aktivním způsobem, jinak ho bude druhá strana i nadále využívat.²¹

¹⁷ VEBER, J. *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2002, s. 62.

¹⁸ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 14.

¹⁹ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 14.

²⁰ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 14.

²¹ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 14.

Zájem o informace s nimi – spotřebitel musí aktivně vyhledávat informace, pracovat s nimi a posuzovat jejich pravdivost a objektivitu.²²

Vzdělávat se – spotřebitel se musí neustále vzdělávat, seznamovat se s novými poznatky, legislativou atd.²³

Aktivní účast v ochraně spotřebitele – spotřebitele musí prosazovat a chránit své zájmy společně, například prostřednictvím nezávislých spotřebitelských organizací.²⁴

Uplatňovat nárok na základní potřeby – tento aspekt se týká především skupin sociálně slabších občanů.²⁵

Dodržování ekologických pravidel – spotřebitel si musí uvědomovat dopad spotřeby na životní prostředí, uznat osobní a společenskou povinnost uchovat přírodní zdroje a chránit Zemi pro budoucí generace.²⁶

²² HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 14-15.

²³ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 14-15.

²⁴ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 14-15.

²⁵ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 14-15.

²⁶ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 14-15.

4 OCHRANA SPOTŘEBITELE

Ochranou spotřebitele obecně rozumíme určitou systematickou činnost zákonodárce, ale i jednotlivých občanů, směřující k posílení postavení spotřebitele na trhu. „*Ochrana spotřebitele prostřednictvím spotřebitelské politiky je nedílnou součástí hospodářské politiky každého vyspělého státu s fungující tržní ekonomikou.*“²⁷ Nicméně koncepce tržního hospodářství s fungující hospodářskou soutěží, sama o sobě není předpokladem rovného postavení ve vztazích mezi soutěžiteli, tedy zejména podnikateli a spotřebiteli. Spotřebitelé jsou jako účastníci trhu možným a také relativně snadným objektem nepoctivého jednání soutěžitelů. Z tohoto důvodu je tedy nutné, je jako stranu znevýhodněnou chránit a odstraňovat nedokonalosti trhů mezi spotřebiteli a soutěžiteli.

4.1 Zásady ochrany spotřebitele

Zásady ochrany spotřebitele určila již rezoluce Valného shromáždění OSN č. 39/248 v roce 1985 – *Směrnice na ochranu spotřebitele*.²⁸

- zákaz nepoctivých jednání a diskriminace spotřebitele,
- zákaz klamání spotřebitele,
- zajištění přístupu k podstatným informacím,
- zákaz ovlivňování spotřebitele nezákonnými postupy.

Tyto zásady jsou stále platné a vyspělé státy je neustále prohlubují.

4.2 Cíle ochrany spotřebitele

Pokud hovoříme o základních cílech ochrany spotřebitele, máme vždy na mysli strategii zaměřenou na odstraňování nedokonalosti trhu. Iniciování rozvoje tržních podmínek, které dávají spotřebiteli možnost většího výběru za přijatelné ceny. Znatelná podpora a rozvoj občanských spotřebitelských iniciativ při respektování jejich apolitičnosti a nezávislosti. Jako nejdůležitější specifický cíl ochrany spotřebitele je kladena informovanost.

Dobře informovaný spotřebitel:²⁹

- by si měl mít možnost vybrat vhodné a kvalitní zboží,

²⁷ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 15.

²⁸ ZADRAŽIL, M. *O ochraně spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Linde Praha, a. s., 2000, s. 13.

²⁹ HESKOVÁ, M. *Sborník Jihočeské univerzity v Č. B., sestavený z příspěvků mezinárodního semináře „Ochrana spotřebitele v Jihočeském kraji“ (CD-ROM)*. 1. vydání. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2002.

- o zboží by měl mít dostatek informací, aby mohl přijmout rozhodnutí o svém nejlepší zájmu,
- neměl by být vystavován skrytým rizikům, vyplývajících z nebezpečného zboží, služeb nebo nečestného jednání prodejců,
- měl by mít snadný přístup k nápravným opatřením – v případě, že samotný trh selže,
- měl by mít zastoupení při podrobné formulaci zásad spotřebitelské politiky.

4.3 *Prostředky ochrany spotřebitele*

Spotřebitel je chráněn právními prostředky. Zájmy ochrany spotřebitele jsou rozložené a mnohotvárné. Prakticky každá politika Společenství se dotýká spotřebitele a může tudíž vyvolat potřebu ochrany.

Ochrana spotřebitele přichází v závislosti na časovém okamžiku, proto rozlišujeme ochranu *preventivní* a *následnou*.³⁰

Preventivní ochranou práv spotřebitele jsou zákony na ochranu spotřebitele a s tím související předpisy. Dále se provádí namátkové kontroly dozorovými organizacemi, například Česká zemědělská a potravinářská inspekce, Česká obchodní inspekce a mnoho jiných institucí.³¹

Následná ochrana práv spotřebitele vzniká okamžikem, kdy je orgán ochrany informován o porušení práva a využije své prostředky k zamezení protiprávního jednání.³² V praxi se často stává, že jsou orgány ochrany upozorňovány, pakliže se danému subjektu chce někdo pomstít a takzvaně na něj „pošle kontrolu“. V tomto případě má možnost chráněný subjekt požadovat obnovení původního stavu, náhradu způsobené ujmy nebo přiměřené zadostiučinění za způsobenou ujmu.³³ Samozřejmě vše musí být řádně prokázáno.

³⁰ POKORNÝ, M. *Právní ochrana spotřebitele v České republice*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 1999, s. 118.

³¹ POKORNÝ, M. *Právní ochrana spotřebitele v České republice*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 1999, s. 118-119.

³² POKORNÝ, M. *Právní ochrana spotřebitele v České republice*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 1999, s. 118-119.

³³ POKORNÝ, M. *Právní ochrana spotřebitele v České republice*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 1999, s. 119.

Právní ochranu spotřebitele lze také rozdělit podle povahy orgánů, které tuto ochranu poskytují a to na *soukromoprávní* a *veřejnoprávní*.³⁴

Soukromoprávní úpravu, chápeme jako základ právní úpravy ochrany spotřebitele, pro kterou je typickým orgánem ochrany *soud*. Ochranu uplatňujeme soudní cestou a to v případech, kdy nedošlo k dobrovolnému splnění povinnosti ze strany podnikatele.³⁵ Soukromé právo reguluje jevy, které se dotýkají jen některých osob, určitého spotřebitele. Na něm pak záleží, zda se případné nápravy svých porušených práv bude domáhat, či nikoliv.

Veřejnoprávní ochrana reguluje jevy, jejichž dopad se týká všech lidí. Pro spotřebitele je méně náročná, nevyžaduje od něj odborné znalosti, ani osobní iniciativu. Veřejnoprávní úprava má vyšší preventivní účinek a postihuje i ty případy, ve kterých se občan na soud neobrací, protože považuje svoje poškození za zanedbatelné nebo soudní řízení za neefektivní.³⁶

Mimo výše uvedených možností ochrany práv, jsou zastoupeni spotřebitelé také občanskými spotřebitelskými organizacemi. Hlavním předmětem činnosti je řešení problémů týkající se individuálního spotřebitele, dále fungují jako poradenství a prevence pro každého účastníka trhu.³⁷

³⁴ ZADRAŽIL, M. *O ochraně spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Linde Praha, a. s., 2000, s. 66.

³⁵ ZADRAŽIL, M. *O ochraně spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Linde Praha, a. s., 2000, s. 66

³⁶ ZADRAŽIL, M. *O ochraně spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Linde Praha, a. s., 2000, s. 67.

³⁷ HULVA, T. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Aspi, 2004, s. 159.

5 LEGISLATIVNÍ ÚPRAVA OCHRANY SPOTŘEBITELE V ČESKÉ REPUBLICE

Ochrana spotřebitele je jednou z podmínek dobře fungujícího tržního hospodářství a rozvíjí se v podstatě dvojím směrem. Na jedné straně je zastřešována státem, který vypracovává koncepci ochrany spotřebitele na daném území a zajišťuje zákony ve prospěch této ochrany. Na druhé straně vznikají **dobrovolná sdružení**³⁸ na ochranu spotřebitelů, která mají za cíl informovat spotřebitele, vychovávat je k odpovědnému rozhodování na trhu a prosazovat jejich zájmy ve státních orgánech. Můžeme tedy říct, že jde o systematickou, cílevědomou činnost občanů a vlády státu, směřující k posílení postavení spotřebitele na trhu a k zajištění přiměřené ochrany mezinárodně uznávaných práv spotřebitelů, především ochrana bezpečnosti a zdraví občanů.

Spotřebitelská práva byla na území České republiky chráněna již za dob středověku, přičemž velký vliv na formování i tohoto práva u nás mělo nepochybně právo římské. Z období středověku stojí za zmínku kodifikovaná *Práva městská království českého Pavla Kristiána Kolína*³⁹, která vyšla tiskem v roce 1579, v nich lze sledovat jak právo římské, tak právo zemské. V městském právu již můžeme sledovat konkrétně například odpovědnost za vady prodávané věci. „*Při prodeji koně měl prodávající povinnost sdělit kupci, že kůň je svobodný a neukradený, že není dýchavičný, ozhrivý a namožený. Pokud by se tato vada projevila do tří dnů ode dne koupě, měl prodávající povinnost prodaného koně vzít zpět a vrátit kupci peníze*“.⁴⁰ Stejně tak stojí za zmínku i předpisy cechů, které upravovaly například cenu výrobků a jejich množství.⁴¹

Z pozdějšího období lze vzhledem ke svému významu uvést říšský zákon č. 227/1859, Živnostenský řád, který byl na základě zákona č. 11/1918 Sb., převzat do právního řádu Československé republiky. Živnostenský řád v rámci práva ochrany spotřebitele upravoval například povinnosti v oblasti regulace cen výrobků, označování

³⁸ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 56.

³⁹ MALÝ, K., SIVÁK, F. *Dějiny státu a práva v Československu*. 1. vydání. Praha: Panorama Praha, 1983, s. 180.

⁴⁰ MALÝ, K., SIVÁK, F. *Dějiny státu a práva v Československu*. 1. vydání. Praha: Panorama Praha, 1983, s. 183.

⁴¹ MALÝ, K., SIVÁK, F. *Dějiny státu a práva v Československu*. 1. vydání. Praha: Panorama Praha, 1983, s. 184.

provozoven, dále již obsahoval sankční ustanovení pro případ jeho porušení. Živnostenský úřad byl oprávněn zabavit příslušné zboží, uzavřít provozovnu, za přestupek v živnostenském podnikání bylo možné uložit trest odnětí svobody až na tři měsíce. Rovněž nelze opomenout i Všeobecný zákoník občanský z roku 1811, který upravoval například smlouvu směnnou a smlouvu trhovou, tento platil až do roku 1950, kdy byl téměř celý zrušen zákonem č. 141/1950 Sb., občanským zákonem. Již na počátku 20. století se lze setkat s právem nekalé soutěže,⁴² konkrétně se jednalo o zákon č. 111/1927 Sb.

Z období před rokem 1989 je nutné uvést zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, který v daném období upravoval zejména prodej zboží v obchodě a který je po četných novelizacích stále účinný. Obchodní činností se pak zabýval zákon č. 127/1981 Sb., o vnitřním obchodě, a to ochranou zájmů občanů, například udělováním sankcí v případě újmy občana v souvislosti s cenou, hmotností či jakostí zboží, ale i prodejní doby.⁴³

K ochraně spotřebitele sloužil i **Výbor lidové kontroly**.⁴⁴ Jednalo se o orgán kontroly, který byl k této činnosti oprávněn na základě četných zákonů i podzákoných právních předpisů. „*Cílem Výboru lidové kontroly bylo prosadit podstatný obrat v jakosti zboží vyráběného v naší republice a to prostřednictvím upevnění pracovní kázně v podnicích, zvýšením účinnosti vstupní, mezioperační a výstupní kontroly a přísným dodržováním technologických předpisů, aby se ke spotřebiteli dostal pouze výrobek, odpovídající závazné Československé státní normě*“.⁴⁵

Ochranou spotřebitele se před rokem 1989 zabývaly i **Národní výbory** a to prostřednictvím tzv. „**Spotřebitelských rad**“.⁴⁶ Členové Spotřebitelských rad byli přímo spotřebitelé – dobrovolníci, zabývali se zejména zpracováním návrhů na zlepšení činnosti v prodejních místech, kontrolou dodržování hygieny na prodejnách,

⁴² MALÝ, K., SIVÁK, F. *Dějiny státu a práva v Československu*. 1. vydání. Praha: Panorama Praha, 1983, s. 184-190.

⁴³ ŠVESTKA, J., JEHLIČKA, O., ŠKÁROVÁ, M., SPÁČIL, J. a kol. *Občanský zákoník - komentář*. 10. vydání. Praha: C. H. Beck, 2006, s. 1096.

⁴⁴ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 24.

⁴⁵ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 24.

⁴⁶ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 25-27.

restauracích a ubytovnách. Spotřebitelské rady však neměly oprávnění ukládat sankce, pouze mohly dávat podněty Národnímu výboru k prošetření.⁴⁷

Další institucí působící v této oblasti byl Federální úřad pro normalizaci a měření,⁴⁸ pod který spadaly státní zkušebny. Náplní jejich činnosti bylo jednak tvorba technických norem a také následná kontrola výrobků.

Relativně účinným nástrojem ochrany spotřebitele byly **Knihy přání a stížností**,⁴⁹ kde mohl každý zákazník vyjádřit svoji nespokojenost. Významnými byly i **Reklamační řády** státních a družstevních podniků.⁵⁰

Do roku 1989 neexistoval žádný speciální zákon, který by přímo upravoval ochranu spotřebitele. Také obecná informovanost spotřebitelů nebyla na vysoké úrovni.

5.1 Zákon č. 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele je nejdůležitější zákonnou normou související s ochranou spotřebitele. Vychází z principů Směrnice OSN. Stanovuje základní podmínky pro podnikání z hlediska ochrany spotřebitele. Jeho ustanovení se týkají podmínek výroby, dovozu, prodeje a označování výrobků a také poskytování služeb.

První část zákona uvádí předmět a rozsah úpravy a definuje některé pojmy:⁵¹

- základní pojmy jako spotřebitel, prodávající, výrobce, dovozce, dodavatel, výrobek, služba,
- další pojmy jako nebezpečný výrobek, výrobky nebezpečné svou zaměřitelností s potravinou, padělek, výrobek porušující práva patentu nebo užitého vzoru, diskriminaci spotřebitele, poctivost prodeje, zákaz nabídky a prodeje nebezpečných výrobků, zákaz klamání spotřebitele, předvedení výrobku, vyřizování reklamací, informační povinnosti prodávajícího, vydávání dokladu o zakoupení výrobku nebo poskytnutí služby.

⁴⁷ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 25-27.

⁴⁸ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 29.

⁴⁹ ZADRAŽIL, M. *O ochraně spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Linde Praha, a. s., 2000, s. 12-13.

⁵⁰ ZADRAŽIL, M. *O ochraně spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Linde Praha, a. s., 2000, s. 12-13.

⁵¹ *Sbírka zákonů České a Slovenské federativní republiky – ročník 1992, částka 130* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 5. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1992/sb130-92.pdf>>.

Druhá část stanovuje povinnosti při prodeji výrobků a poskytování služeb.⁵²

- poctivost prodeje výrobků a poskytování služeb,

Povinnosti prodávajícího:

- prodávat výrobky ve správné hmotnosti, míře nebo množství,
- podávat produkty v předepsané nebo schválené jakosti,
- prodávat za ceny v souladu s cenovými předpisy.
 - zákaz diskriminace spotřebitele,
 - zákaz výroby, dovozu, vývozu, nabídky, prodeje a darování výrobků nebezpečných svou zaměnitelností s potravinami,
 - zákaz klamání spotřebitele,
 - informační povinnosti,
 - další povinnosti při prodeji výrobků a poskytování služeb.

Třetí část stanovují úkoly veřejné správy.⁵³ Je to především ochrana před výrobky nebezpečnými svou zaměnitelností s potravinami. Orgány státní správy jsou povinny zamezit dovozu, vývozu a uvádění těchto výrobků do oběhu.

Dále zákon upravuje dozor nad ochranou spotřebitele. Dozor nad dodržováním Zákona na ochranu spotřebitele provádí především Česká obchodní inspekce, ve specifických oblastech i Česká zemědělská a potravinářská inspekce, orgány ochrany veřejného zdraví, orgány veterinární správy, živnostenské úřady, celní orgány. V této části se stanovuje i možnost uložení pokut.

Čtvrtá část se týká sdružení spotřebitelů a jiné právnické osoby založené k ochraně spotřebitele, právní postavení a oprávnění vůči orgánům veřejné správy.⁵⁴

⁵² *Sbírka zákonů České a Slovenské federativní republiky – ročník 1992, částka 130* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 5. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1992/sb130-92.pdf>>.

⁵³ *Sbírka zákonů České a Slovenské federativní republiky – ročník 1992, částka 130* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 5. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1992/sb130-92.pdf>>.

⁵⁴ *Sbírka zákonů České a Slovenské federativní republiky – ročník 1992, částka 130* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 5. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1992/sb130-92.pdf>>.

Pátá část Zákona o ochraně spotřebitele zahrnuje společná a závěrečná ustanovení, ochrana spotřebitele při neoprávněném podnikání, vztah ke správnému řádu a účinnost.⁵⁵

5.2 *Zákon č. 110/1997 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích*

Účelem Zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích je stanovit povinnosti podnikatelů při výrobě potravin a tabákových výrobků a jejich uvádění do oběhu a dále upravuje státní dozor nad dodržováním povinností vyplývajících z tohoto zákona.⁵⁶ Tento zákon se vztahuje na pokrmy a pitnou vodu.

Hlavním cílem zákona o potravinách a tabákových výrobcích je především:⁵⁷

- hájit zdraví a ekonomické zájmy spotřebitele,
- posílit důvěryhodnost a tím i konkurenceschopnost tuzemských potravin, jak na domácím, tak zahraničním trhu,
- uvést právní úpravu v oblasti potravin do souladu s požadavky ústavy a zároveň dosáhnout sblížení předpisů v oblasti potravin s právem Evropské unie,
- definovat působnost orgánů úředního dozoru tak, aby došlo k zefektivnění kontroly a zároveň definovat sankce za nedodržování ustanovení tohoto zákona.

5.2.1 **Obsah zákona o potravinách**

Zákon o potravinách se dělí na 8 částí. V první části zákona o potravinách jsou vymezeny základní pojmy, povinnosti výrobců potravin, ozařování potravin, balení potravin, označování potravin, uvádění potravin do oběhu, dále pak tabákové výrobky, přeprava potravin a tabákových výrobků, státní dozor, pokuty a zmocňovací ustanovení.⁵⁸

⁵⁵ *Sbírka zákonů České a Slovenské federativní republiky – ročník 1992, částka 130* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 5. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1992/sb130-92.pdf>>.

⁵⁶ *Sbírka zákonů České republiky – ročník 1997, částka 38* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 5. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1997/sb038-97.pdf>>.

⁵⁷ *Sbírka zákonů České republiky – ročník 1997, částka 38* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 5. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1997/sb038-97.pdf>>.

⁵⁸ *Sbírka zákonů České republiky – ročník 1997, částka 38* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 6. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1997/sb038-97.pdf>>.

Mezi základní pojmy, které zákon o potravinách definuje, patří především: potraviny, potraviny živočišného původu, zdravotně nezávadné potraviny, suroviny, přídatné látky, jakost, datum použitelnosti, datum minimální trvanlivosti.

5.2.1.1 *Potraviny*

Potravinami rozumíme látky určené ke spotřebě člověkem v nezměněném nebo upraveném stavu jako jídlo nebo nápoj, nejde-li o léčiva a omamné látky nebo psychotropní látky. Za potraviny se taktéž považují přídatné látky, látky pomocné a látky určené k aromatizaci, které jsou určeny k prodeji spotřebiteli za účelem konzumace.⁵⁹

5.2.1.2 *Potraviny živočišného původu*

Potravinami živočišného původu rozumíme potraviny, jejichž hlavní surovinou při výrobě jsou suroviny získané ze zdravotně nezávadných částí těl zvířat, ptáků, zvěře, mořských a sladkovodních živočichů, mléka, vajec a včelích produktů.⁶⁰

5.2.1.3 *Zdravotně nezávadné potraviny*

Zdravotní nezávadnost u potravin je velmi důležitá, rozumíme tím potraviny, které splňují chemické, fyzikální a mikrobiologické požadavky na zdravotní nezávadnost uváděné tímto zákonem, vyhláškou nebo které jsou uváděny do oběhu se souhlasem Ministerstva zdravotnictví podle zákon č. 110/1997 Sb., § 11 odst. 2 písm. b).⁶¹

5.2.1.4 *Datum použitelnosti*

U převážné většiny potravinářských výrobků je uváděno datum použitelnosti, které znamená datum ukončující dobu, po kterou si potravina podléhající rychlé zkáze, při dodržování skladovacích podmínek, zachová své specifické vlastnosti a splňuje požadavky na zdravotní nezávadnosti a po které nesmí být uváděna do oběhu.⁶² Jmenovitě se toto týká mléčných výrobků, masných výrobků, pekařských výrobků, můžeme říci, že nejvíce si zákazníci všímají označení použitelnosti u základního sortimentu potravinářských výrobků.

⁵⁹ *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Ostrava-Hrabůvka: Safír, a. s., 2008, s. 98.

⁶⁰ SELUCKÁ, M. *Ochrana spotřebitele v soukromém právu*. 1. vydání. Praha: C.H. Beck, 2008, s. 46.

⁶¹ SELUCKÁ, M. *Ochrana spotřebitele v soukromém právu*. 1. vydání. Praha: C.H. Beck, 2008, s. 46.

⁶² *Sbírka zákonů České republiky – ročník 1997, částka 38* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 6. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1997/sb038-97.pdf>>.

5.2.1.5 Datum minimální trvanlivosti

Datum minimální trvanlivosti vymezuje minimální dobu, po kterou si potravinu zachovává své specifické vlastnosti při dodržování skladovacích podmínek a splňuje požadavky na zdravotní nezávadnost.⁶³

5.2.1.6 Označení potravin

Podnikatel, který uvádí do oběhu potravinu, balené ve výrobě, je povinen způsobem stanoveným vyhláškou potravinu řádně označit na obalu určeném pro spotřebitele:⁶⁴

- obchodním jménem výrobce a jeho sídlem,
- názvem druhu, skupiny nebo podskupiny potravin,
- údaje o množství výrobku,
- datum použitelnosti nebo minimální trvanlivosti,
- údaje o způsobu skladování,
- údaje o způsobu použití,
- údajem o určení potravinu pro zvláštní výživu (složení),
- označením šarže (šarže je množství druhově totožných výrobků, vyrobených za stejných podmínek),
- údajem o výživové (nutriční hodnotě),
- údajem o třídě jakosti.

5.3 **Zákon č. 22/1997 Sb. o technických požadavcích na výrobky**

Logika tohoto právního předpisu je založena na snaze umožnit pružné a operativní zavádění nových výrobků na trh při zachování plné odpovědnosti výrobce a dovozce za bezpečnost výrobku.

Zákon č. 22/1997 Sb., definuje tyto základní pojmy:⁶⁵ výrobek, uvedení výrobku na trh a do provozu, výrobce, dovozce, distributor, zplnomocněný zástupce, technický požadavek, technické předpisy a dokumenty, státní zkušebnictví, dozor, pokuty.

⁶³ *Sbírka zákonů České republiky – ročník 1997, částka 38* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 10. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1997/sb038-97.pdf>>.

⁶⁴ *Sbírka zákonů České republiky – ročník 1997, částka 38* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 10. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1997/sb038-97.pdf>>.

⁶⁵ *Sbírka zákonů České republiky – ročník 1997, částka 6* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 10. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1997/sb006-97.pdf>>.

Zákon o technických požadavcích na výrobky upravuje:⁶⁶

- způsob stanovování technických požadavků na výrobky, které by mohly ve zvýšené míře ohrozit zdraví nebo bezpečnost osob, majetek nebo životní prostředí,
- práva a povinnosti osob, které uvádějí na trh, distribuují, nebo uvádějí do provozu výrobky, které by mohly ve zvýšené míře ohrozit oprávněný zájem (př. nařízení vlády na elektrická zařízení, střelné zbraně a střelivo, stavební výrobky atd.),
- práva a povinnosti osob pověřených k činnostem podle tohoto zákona, které souvisí s tvorbou a uplatňováním českých technických norem nebo se státním zkušebnictvím,
- způsob zajištění informačních povinností souvisejících s tvorbou technických předpisů a technických norem, vyplývajících z mezinárodních smluv a požadavků práva Evropských společenství.

Technickými požadavky na výrobek se v rámci tohoto zákona rozumí technické specifikace obsažené v právním předpisu nebo v normě, kde jsou stanoveny požadované charakteristiky výrobku (stupeň kvality, užité vlastnosti, bezpečnost, rozměry, požadavky na název, pod kterým je výrobek prodáván).⁶⁷

Podle tohoto zákona je výrobce povinen před uvedením na trh vydat u stanovených výrobků podléhajících regulaci (jako jsou například kosmetické výrobky, elektrospotřebiče, stavebniny, hračky atd.) písemné prohlášení o shodě.

Prohlášení o shodě – jedná se o potvrzení výrobce nebo dovozce o tom, že vlastnosti výrobku splňují základní požadavky na něj kladené a všechny ostatní zákonem předepsané náležitosti.⁶⁸

Z toho vyplývá, že po vydání prohlášení má právo výrobce či dovozce uplatnit *českou značku shody* – **CCZ**, která vyjadřuje, že daný výrobek odpovídá stanoveným technickým požadavkům.

⁶⁶ Sbírka zákonů České republiky – ročník 1997, částka 6 [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 10. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1997/sb006-97.pdf>>.

⁶⁷ VEBER, J. *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2002, s. 92.

⁶⁸ DUDOVÁ, J. *Některé právní aspekty ochrany zdraví spotřebitele*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 1998, s. 66.

5.3.1 Informace o výrobcích se značkou CCZ

Praxe, která je obvyklá v Evropské unii, byla u nás realizována vydáním prováděcích předpisů (nařízení vlády). Jedná se o:⁶⁹

- NV 168/97 Sb. pro elektrická zařízení nízkého napětí (EMC)
- NV 169/97 Sb. pro elektromagnetickou kompatibilitu

Zákon 22 určuje povinnost u stanovených výrobků posuzovat shodu vlastností výrobků s požadavky technických předpisů. Stanovenými výrobky jsou podle NV 168/97 Sb., elektrická zařízení s rozsahem jmenovitých napětí od 50 do 1000 V AC nebo od 75 do 1500 V DC. Z hlediska NV 169/97 Sb. je stanoveným výrobkem zařízení, které ze své podstaty může vyzařovat elektrické nebo ionizující záření anebo může být tímto zářením ovlivněna jeho funkce.

5.4 Zákon č. 59/1998 Sb. o odpovědnosti za škodu způsobenou vadou výrobku

V tomto zákoně je stanovena **odpovědnost výrobce za vadu**, zejména v případech, dojde-li v důsledku vady výrobku ke škodě na zdraví, k usmrcení nebo ke škodě na jiné věci, než je vadný výrobek, určené a užívané převážně k jiným než podnikatelským účelům, jestliže poškozený prokáže vadu výrobku, vzniklou škodu a příčinnou souvislost mezi vadou výrobku a škodou.⁷⁰

Smyslem odpovědnosti za výrobek je chránit spotřebitele proti výrobcům, respektive dovozcům. Pokud vadný výrobek způsobí škodu, k odpovědnosti za ni je volán výrobce.

Přijetí zákona o odpovědnosti za škodu způsobenou vadou výrobku:⁷¹

- zlepšilo postavení českého spotřebitele,
- vytvořilo soukromoprávní koncepci na odškodnění poškozené osoby,
- způsobilo zvýšení odpovědnosti českých výrobců a dovozců za bezpečnost jimi prodávaného zboží,
- přispělo v nemalé míře i k ochraně českého spotřebitele před dovozcem výrobků,

⁶⁹ Informace o výrobcích se značkou CCZ [online]. Technický zpravodaj 2/1998, 2010 [cit. 24. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://web.sofcon.cz/zpravodaj/199802/03.html>>.

⁷⁰ Zákon č. 59/1998 Sb.[online]. Praha: Zákony ČR, 2010 [cit. 24. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.zakonycr.cz/seznamy/059-1998-Sb-zakon-o-odpovednosti-za-skodu-zpusobenou-vadou-vyrobku.html>>.

⁷¹ Zákon č. 59/1998 Sb.[online]. Praha: Zákony ČR, 2010 [cit. 24. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.zakonycr.cz/seznamy/059-1998-Sb-zakon-o-odpovednosti-za-skodu-zpusobenou-vadou-vyrobku.html>>.

- posílilo důvěru zahraničních obchodních partnerů v bezpečnost vyvážených českých výrobků.

Praktický význam zákona spočívá v přinucení výrobců:⁷²

- uvádět na trh pouze bezpečné výrobky a tak zajistit jakost jejich provedení v celém rozsahu produkce a dále,
- řádně informovat spotřebitele o způsobu použití výrobku a okolnostech, za nichž může být bezpečně používán.

Dále zákon upravuje výrobce, výrobek, vadu výrobku, zproštění odpovědnosti, spolupůsobení třetí osoby, společná odpovědnost výrobců, zákaz vyloučení nebo omezení povinnosti náhrady předem, promlčení, zánik práva na náhradu škody.

5.5 Zákon č. 102/2001 Sb. o obecné bezpečnosti výrobků

Zákon upravuje problematiku obecné bezpečnosti výrobků uváděných na trh a do oběhu.

Zákon přesně vymezuje, co rozumíme pod pojmem bezpečný výrobek. **Bezpečný výrobek** je ten, který za běžných nebo rozumně předvídatelných podmínek užití nepředstavuje po dobu stanovené nebo obvyklé použitelnosti žádné nebezpečí nebo jehož užití představuje vzhledem k bezpečnosti a zdraví osob pouze minimální nebezpečí při správném užívání výrobku.⁷³

V souladu se směrnicí Evropské unie se za **bezpečný výrobek** považuje jen výrobek, který při správném nebo předvídatelném používání nepředstavuje žádné nebo jen minimální nebezpečí.⁷⁴ Výrobky, které těmto požadavkům nevyhovují, jsou **nebezpečné výrobky**.

Výrobce, dovozce a distributor mají vedle povinnosti uvádět na trh pouze bezpečné výrobky také povinnost stáhnout z trhu a z oběhu výrobek, jestliže zjistí, že není bezpečný.

⁷² Zákon č. 59/1998 Sb.[online]. Praha: Zákony ČR, 2010 [cit. 24. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.zakonycr.cz/seznamy/059-1998-Sb-zakon-o-odpovednosti-za-skodu-zpusobenou-vadou-vyrobku.html>>.

⁷³ VEBER, J. *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2002, s. 103.

⁷⁴ LABÍKOVÁ, R. *Obecná bezpečnost výrobků, technické požadavky na výrobky, odpovědnost za výrobek*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2001, s. 124.

Zákon dále upravuje obecné požadavky na bezpečnost výrobku, náležitosti průvodní dokumentace a označování výrobků, povinnosti osob a orgánů veřejné správy při zajišťování bezpečnosti výrobku (dozor, pokuty, oznamovací a informační povinnosti), ochranu trhu před dováženými nevyhovujícími výrobky.

Dozor nad tím, zda jsou na trh a do oběhu uváděny bezpečné výrobky, provádějí orgány dozoru stanovené zvláštními právními předpisy, zpravidla však Česká obchodní inspekce.

Tento zákon také upravuje *oznamovací povinnosti*, vytváří podmínky pro zapojování České republiky do *evropského systému rychlé výměny informací* o výrobcích ohrožujících spotřebitele. To v podstatě znamená, že pokud se objeví nebezpečný výrobek, jsou členské státy povinny o této skutečnosti informovat i ostatní země a výrobek musí být celoplošně stažen z trhu. V jeho rámci se dozorové orgány (tedy zejména Česká obchodní inspekce), informují o výskytu nebezpečných výrobků na trhu, což umožňuje zajistit okamžitou reakci a případně stažení nebezpečného výrobku z prodeje. V rámci Evropské unie funguje informační systém RAPEX.⁷⁵

5.6 *Zákon č. 40/1964 Sb. Občanský zákoník*

Občanský zákoník je základním soukromoprávním předpisem. Upravuje občanskoprávní vztahy a zajišťuje jejich ochranu. Zákon definuje věcná práva, zástavní a zadržovací právo, problematiku dědění a institut odpovědnosti za škodu, problematiku závazkového práva – především různé druhy smluv.⁷⁶

Mezi nejdůležitější části občanského zákoníku patří:⁷⁷

- *kupní smlouva* – zákoník definuje tuto smlouvu a týká se i zvláštního ustanovení o prodeji zboží v obchodě,
- *vlastnictví koupené věci* – upravuje přechod vlastnictví, včetně přechodu u zásilkového obchodu a při samoobslužném prodeji,
- *požadavky na stanovenou jakost, množství, míru nebo hmotnost*
- *informační povinnosti* – povinnost seznámit s návodem a technickými pravidly,

⁷⁵ *Nebezpečné výrobky – RAPEX 01/2009* [online]. Praha: Sdružení obrany spotřebitelů, 2009 [cit. 26. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.spotrebitele.info/nebezpecne-vyrobyky/rapex/01-2009.html>>.

⁷⁶ *Zákony ČR II. : úplné znění. Občanský zákoník. 1. vydání. Český Těšín: Poradce, s. r. o., 2009, s. 134-135.*

⁷⁷ *Zákony ČR II. : úplné znění. Občanský zákoník. 1. vydání. Český Těšín: Poradce, s. r. o., 2009, s. 135.*

- *odpovědnost za vady* – definuje druhy vad, a podmínky reklamace,
- *záruční doba* – stanovuje počátek záruční doby, její standardní délku,
- *spotřebitelské smlouvy* – jsou smlouvy kupní, o dílo, případně jiné smlouvy, pokud smluvními stranami jsou spotřebitel a dodavatel.

5.7 *Zákon č. 513/1991 Sb. Obchodní zákoník*

Obchodní zákoník upravuje mimo jiné ochranu podnikatelů, ale také spotřebitelů před nekalou soutěží (klamavá reklama, srovnávací reklama, klamavé označování zboží a služeb).⁷⁸

Dále také Obchodní zákoník stanovuje problematiku následujících oblastí: podnikatelská činnost, obchodní firma, osoby odpovědné za jednání a právní úkony jménem firmy, obchodní listiny a smlouvy, pokuty, zánik závazku, promlčecí lhůty kupní smlouvy, obchodní rejstřík.

V české legislativě existuje ještě mnoho dalších předpisů, které se vztahují k problematice ochrany spotřebitele:

- Zákon č. 526/1990 Sb. o cenách,
- Zákon č. 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání,
- Zákon č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy,
- Zákon č. 63/1991 Sb. o ochraně hospodářské soutěže,
- Zákon č. 64/1986 Sb. o České obchodní inspekci,
- Zákon č. 146/2002 Sb. o Státní zemědělské a potravinářské inspekci,
- Zákon č. 258/2000 Sb. o ochraně veřejného zdraví,
- Zákon č. 185/2001 Sb. o odpadech atd.

⁷⁸ *Zákon č. 513/1991 Sb.* [online]. Praha: Zákony ČR, 2010 [cit. 26. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.zakonycr.cz/seznamy/513-1991-Sb-obchodni-zakonik.html>>.

6 STÁTNÍ DOZOROVÉ ORGÁNY A INSTITUCE V ČR

Jednotlivé právní předpisy týkající se ochrany spotřebitele zmiňují konkrétní státní dozorové orgány a jejich konkrétní pravomoci, je však nutno na tomto místě říci, že větší pozornost bude věnována vzhledem k jejich množství pouze některým.

6.1 *Parlament České republiky*

Zde jsou přijímány zákony sloužící na ochranu spotřebitele. Sněmovna volí českého ombudsmana. Ochranou spotřebitele se také zabývá například hospodářský výbor, který v rámci své legislativní činnosti projednává především návrhy zákonů z celé oblasti národního hospodářství.

6.1.1 **Ombudsman – veřejný ochránce práv**

Je to jedna z forem ochrany spotřebitele. Jedná se o nezávislého, nestranného, vysoce postaveného veřejného činitele, který je volen Parlamentem a měl by přispět k ochraně osob před jednáním úřadů a dalších institucí vykonávajících státní správu pokud:⁷⁹

- jsou v rozporu s právem,
- neodpovídají principům demokratického právního státu a dobré správy,
- jsou nečinné.

6.2 *Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO)*

MPO je ústředním orgánem státní správy na úseku ochrany spotřebitele. Je odpovědné za celkovou spotřebitelskou politiku, ochranu ekonomických zájmů spotřebitele, bezpečnost nepotravinářských výrobků a za reklamu. K vyjádření cíle a úkolů je spotřebitelská politika vnitřně členěna na dva tématické okruhy:⁸⁰

- politiku ochrany spotřebitelů a
- politiku vnitřního obchodu.

6.3 *Česká obchodní inspekce (ČOI)*

Kontroluje fyzické a právnické osoby prodávající zboží a poskytující služby na vnitřním trhu ČR. Kontroluje dodržování obecně platných předpisů vztahujících se k ochraně spotřebitele. Hlavní náplní činnosti je dozor nad dodržováním podmínek

⁷⁹ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 40.

⁸⁰ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 42.

stanovených k zabezpečování zdravotní nezávadnosti a bezpečnosti výrobků a služeb a poskytování řádných informací o nich.⁸¹

Dále dohlíží na to, aby spotřebitel nebyl klamán nepravdivými, nedoloženými a neúplnými údaji o skutečných vlastnostech výrobků nebo služeb. Česká obchodní inspekce je oprávněna kontrolovat, zda podnikatelé dodržují povinnosti ve vztahu k požadavkům státu, například prokazování původu zboží, schvalování zboží před jeho uvedením na trh a oprávnění k provozování živnosti. Z kontrolní činnosti ČOI jsou vyjmuty potraviny, kde kontrolní činnost provádějí Státní zemědělská a potravinářská inspekce, Státní veterinární služba a Hygienická služba.

Občané mohou ČOI podávat stížnosti a podněty, které ČOI prošetřuje, přičemž ta při své činnosti spolupracuje se správními úřady a orgány územní samosprávy v přenesené působnosti, včetně jejich státních orgánů a institucí, profesními stavovskými sdruženími a za účelem zvyšování ochrany a bezpečnosti spotřebitele, zlepšování informovanosti a překonání nežádoucího chování spotřebitelů a podnikatelských subjektů, působících na vnitřním trhu a vytváření příznivého prostředí pro prodej výrobků, zboží a poskytování služeb i s občanskými sdruženími.

6.4 Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI)

Zabývá se zejména otázkami značení a kvality potravin jiného než živočišného původu.

SZPI je orgánem státní správy, který svojí pozornost zaměřuje na kontrolu fyzických a právnických osob, které vyrábějí, nakupují, skladují, dopravují a prodávají zemědělské, potravinářské, kosmetické, mydlářské, saponátové, nebo tabákové výrobky. Kontroluje zdravotní nezávadnost a další kvalitativní znaky stanovené závazným způsobem u výše jmenovaných výrobků.⁸²

Hlavní náplní činnosti je kontrola zejména zemědělských, potravinářských a tabákových výrobků v celém řetězci, od výrobních podniků, přes dovozce, přepravce a velkosklady až po prodej v obchodní síti. Současně kontroluje dodržování podmínek

⁸¹ *Sbírka zákonů České a Slovenské federativní republiky – ročník 1986, částka 22* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 10. června 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1986/sb22-86.pdf>>.

⁸² HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 42.

skladování, dopravy a prodeje a dodržování požadavků na hygienickou nezávadnost provozů.⁸³

6.5 Státní veterinární správa

Státní veterinární správa má podobný záměr jako Státní zemědělská a potravinářská inspekce ovšem u produktů živočišného původu, například mléčných a masných výrobků.

Vykonává státní dozor na úseku veterinární péče a to zejména:⁸⁴ při prodeji živočišných produktů v tržnicích a na tržištích, při prodeji podmíněně požitelných potravin a při prodeji živočišných produktů v prodejnách a prodejních úsecích, kde dochází k jejich úpravě; nad výrobou, zpracováním, ošetřením, skladováním a přepravou živočišných produktů a krmiv, apod.

6.6 Orgány ochrany veřejného zdraví

Jsou reprezentovány především Ministerstvem zdravotnictví, Hygienickou službou a Ministerstvem vnitra. Tyto orgány jsou stanoveny k odbornému usměrňování péče o vytvoření a ochranu zdravých životních podmínek, které se vytvářejí a chrání zejména péčí:⁸⁵ o zdravý stav ovzduší, vody, půdy a ostatních složek životního prostředí; zdravou výživu obyvatelstva a o uspokojování obyvatelstva zdravotně nezávadnými předměty běžného užívání; zdravý vývoj dětí a dorostu; příznivé působení pracovního prostředí a práce na zdraví pracujících.

6.7 České spotřebitelské instituce

Ochranou spotřebitele se zabývá větší množství institucí, přičemž jednotlivé oblasti působnosti se mnohdy překrývají, stejně jako na úrovni ES i v ČR. Je zřejmé, že tuto oblast bude nutné podrobit reformě. V množství těchto orgánů mohou ve svém důsledku ztratit přehled samotní spotřebitelé, což je nakonec kontraproduktivní.

Tyto orgány jsou svou povahou jak státní, tak nestátní povahy, přičemž ústřední orgány státní správy jsou v dané oblasti doplněny územními orgány státní správy,

⁸³ *Sbírka zákonů České republiky – ročník 2002, částka 61* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 12. června 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/2002/sb061-02.pdf>>.

⁸⁴ *Sbírka zákonů České republiky – ročník 2000, částka 74* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 12. června 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/2000/sb074-00.pdf>>.

⁸⁵ *Sbírka zákonů České republiky – ročník 2000, částka 74* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 12. června 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/2000/sb074-00.pdf>>.

velkou roli hrají i různé spotřebitelské organizace, které plní funkci zejména poradní. Jako příklad je možné uvést nerozhodnost, na koho se má spotřebitel obrátit s problémem, jako je např. prodávání alkoholu mladistvým, nákup poškozeného zboží u osoby neoprávněně podnikající.

7 OCHRANA SPOTŘEBITELE V EU

Historie Evropské unie začíná v roce 1951, kdy Belgie, Francie, Lucembursko, Německo a Nizozemí podepsaly v Paříži Smlouvu o založení Evropského společenství uhlí a oceli. Od tohoto roku však nelze datovat ochranu spotřebitelských práv v Evropském společenství. Problematika ochrany spotřebitele v počátcích integrace chyběla, i když má pro naplnění a fungování vnitřního trhu zásadní význam. Přestože ve Smlouvě o Evropském hospodářském společenství nebyla o ochraně spotřebitele žádná zmínka a Společenství nemělo v této oblasti žádné pravomoci ani rozpočtové zdroje, dostala se do pozornosti vrcholných představitelů již začátkem 70. let — poprvé tomu bylo na pařížském summitu v roce 1972, kdy hlavy států a vlád vyzvaly k politické akci v této oblasti. Krátce nato představila Evropská komise Předběžný program EHS o ochraně spotřebitele a informační politice (v dubnu 1975). Tento dokument, který se stal později základem spotřebitelské legislativy Společenství, shrnul pět základních práv spotřebitelů. Každý spotřebitel má podle něho právo na ochranu zdraví a bezpečnosti, ochranu ekonomických zájmů, náhradu škody, informace a vzdělávání a zastoupení. V programu dále zaznělo, že spotřebitelská politika má průřezový charakter a uvedené cíle byly postupně začleňovány do zvláštních politik Společenství (např. do hospodářské politiky, společné zemědělské politiky, politiky životního prostředí, energetické a dopravní politiky, aj.). Po tomto Předběžném programu následovaly další programy, nicméně až Jednotný evropský akt a následně přijímanou legislativu lze označit za skutečný začátek komunitární spotřebitelské politiky.⁸⁶

Od této doby může Evropská komise navrhnout opatření na ochranu spotřebitele a spotřebitelská politika se v ES objevuje prvně, jako samostatná politika a to v roce 1992 s Maastrichtskou smlouvou.

Cílem Evropské unie v oblasti ochrany spotřebitele je souhrnně harmonizovat tuto politiku a nastavit důležitou a účinnou ochranu spotřebitele před nebezpečnými výrobky, v rámci ochrany zdraví občanů EU a to i před zneužíváním silnějšího postavení poskytovatele zboží a služeb, což se také prohloubilo prostřednictvím Amsterdamské smlouvy a nedávne schválené Lisabonské smlouvy (část citované smlouvy viz příloha č. I).

⁸⁶ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2006, s. 26-27.

Od roku 1990 jsou pravidelně Společenstvím přijímány na určité období takzvané akční plány,⁸⁷ které se na spotřebitelskou politiku zaměřují více.

Pro současné období byl přijat nový dokument v roce 2006, nazývaný Strategie spotřebitelské politiky EU 2007 – 2013, pro který byla vymezena finanční částka 156,8 milionů eur na celé období.⁸⁸ Spotřebitelská politika má jedinečně dobré předpoklady, aby pomohla EU dostát úkolům, jaké představuje růst, zaměstnanost a opětovné spojení s občany.⁸⁹ Cílem je dosáhnout do roku 2013 propojenějšího a efektivnějšího vnitřního trhu, zejména pokud jde o jeho maloobchodní rozměr. Spotřebitelé budou mít stejně vysokou úroveň důvěry ve výrobky, obchodníky, technologie a metody prodeje na maloobchodních trzích po celé EU a to na základě stejně vysoké úrovně ochrany. Na spotřebitelských trzích bude konkurenční prostředí, budou otevřené, transparentní a spravedlivé. Výrobky a služby budou bezpečné. Spotřebitelé budou mít přístup k základním službám za dostupné ceny. Obchodníci, ale zejména malé a střední podniky, budou moci jednoduše nabízet a prodávat spotřebitelům v celé EU.⁹⁰

Občané EU mohou nakupovat v obchůdku na rohu stejně jako na internetových stránkách a důvěřovat, že jsou stejně účinně chráněni, ať už před nebezpečnými výrobky nebo nepoctivými „obchodníky“ (blíže viz příloha č. II).

7.1 Instituce působící v EU na ochranu spotřebitelů

Evropská unie má otevřený trh, který tvoří 27 zemí s více než 490 miliony spotřebitelů.⁹¹ Tito spotřebitelé jsou chráněni celou řadou evropských institucí. Některé z nich zde budou blíže specifikovány.

⁸⁷ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2006, s. 28-29.

⁸⁸ *The Consumer Programme 2007 – 2013* [online]. Brusel: European Commission, 2006 [cit. 2. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://ec.europa.eu/consumers/tenders/information/index_en.htm>.

⁸⁹ *Ochrana spotřebitele* [online]. Praha: MPO, 2005 [cit. 2. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument5712.html>>.

⁹⁰ *Strategie spotřebitelské politiky EU 2007-2013* [online]. Brusel: Komise evropských společenství, 2007 [cit. 2. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://ec.europa.eu/consumers/overview/cons_policy/doc/CS_99.pdf>.

⁹¹ *Spotřebitelská práva*. Lucemburk: Úřad pro úřední tisky Evropských společenství, 2007, s. 3.

7.1.1 Generální ředitelství pro zdraví a ochranu spotřebitele

Zřejmě nejdůležitější evropskou institucí zabývající se spotřebitelskou problematikou na úrovni Společenství je Generální ředitelství pro zdraví a ochranu spotřebitele.

Do své dnešní podoby se tato instituce dostala relativně dlouhým vývojem, kdy počátek lze sledovat v roce 1973 ustavením Nezávislého úřadu pověřeného ochranou životního prostředí a spotřebitele, který se v roce 1981 přeměnil na XI. Generální ředitelství pro životní prostředí, ochranu spotřebitele a nukleární bezpečnost. V roce 1989 byl v rámci této instituce zřízen Spotřebitelský úřad a ten byl v roce 1995 přeměněn na Generální ředitelství XXIV – Ochrana spotřebitele. Současná podoba je tedy Generální ředitelství pro zdraví a ochranu spotřebitele.⁹²

Úkolem této instituce je *zlepšit zdraví a bezpečnost občanů EU a posílit důvěru spotřebitelů.*⁹³

V čele této instituce je generální ředitel, jemuž je podřízeno sedm ředitelů příslušných ředitelství (A až G). Ředitelství A se zabývá všeobecnými záležitostmi, ředitelství B spotřebitelskými záležitostmi (zastupování spotřebitelů, spotřebitelské organizace, atd.), včetně systému rychlé výstrahy před nebezpečnými výrobky – tzv. RAPEX, ředitelství C zdravotními a bezpečnostními riziky, D až F se zabývají zejména ochranou potravin a konečně ředitelství G má na starosti oblast veřejného zdraví.⁹⁴

7.1.2 Evropský parlament

Evropský parlament má význam při vytváření právních předpisů z oblasti ochrany spotřebitele, neboť se rozšiřuje počet oblastí, kdy je nutné k přijetí právních předpisů ES spolurozhodování Evropského parlamentu. Jedním z jeho výborů je Výbor pro vnitřní trh a ochranu spotřebitele, jehož účelem je prosazovat spotřebitelskou politiku a legislativu obecně.⁹⁵

7.1.3 Rada Evropské unie

Často bývá nazývána jako Rada ministrů nebo jen Rada je rozhodujícím orgánem Evropské unie pro své zákonodárné a výkonné pravomoci. Rada EU na návrh

⁹² HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 126-127.

⁹³ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 127-128.

⁹⁴ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 128.

⁹⁵ PAVLÍK, K. *Jaké instituce jsou aktivní v oblasti ochrany spotřebitele?* [online]. Brusel: Evropská komise, 2009 [cit. 12. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/article_986_cs.htm>.

Komise a po konzultaci s Hospodářským a sociálním výborem a Evropským parlamentem přijímá harmonizační směrnice, jež mají přímý vliv na vytváření společného trhu.⁹⁶

7.1.4 Evropský soudní dvůr

Jeho nezastupitelná funkce je tvorba judikatury, nejen v oblasti ochrany spotřebitele, čímž přispívá též i k výkladu jednotlivých právních předpisů ES týkajících se této oblasti. Soudy členských států mohou v případě, že rozhodují o případu, který souvisí s evropským právem, požádat Evropský soudní dvůr o výklad práva. V případě, že členský stát neimplementuje danou směrnici v termínu v ní stanoveném, může se spotřebitel, kterému vznikla škoda, na něj obrátit a požadovat po členském státu její náhradu.⁹⁷

7.1.5 Evropská komise

Evropská komise je nadnárodní orgán, který není podřízený žádné státní moci, funguje jako „strážce smluv“.⁹⁸ Komise dbá zejména na to, aby byla řádně prováděna jak Smlouva o založení ES, ale i další právní akty přijaté na jejím základě, tedy i akty zabývající se ochranou spotřebitele. Tuto oblast má na starosti vždy konkrétní komisař, přičemž hlavní odpovědnost má v této oblasti generální ředitelství pro zdraví a ochranu spotřebitele (viz výše). Na základě rozhodnutí Komise č. 2004/210/EC, o zřízení vědeckých výborů v oblasti bezpečnosti spotřebitele, veřejného zdraví a životního prostředí, byly zřízeny tři poradní vědecké výbory, a to Vědecký výbor pro spotřební zboží (dnes název upraven na Vědecký výbor pro bezpečnost spotřebitele), Vědecký výbor pro zdraví a environmentální rizika a Vědecký výbor pro vznikající a nově zjištěná rizika.

- **Vědecký výbor pro spotřební zboží** (Vědecký výbor pro bezpečnost spotřebitele) - poskytuje stanoviska k otázkám bezpečnosti spotřebního zboží (nepotravinářských výrobků určených spotřebitelům). Zaměřuje se zejména na otázky bezpečnosti a alergenních vlastností kosmetických výrobků a přísad s ohledem na jejich dopad na zdraví spotřebitele, hračky, textilie, oděvy,

⁹⁶ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, s. 129.

⁹⁷ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2006, s. 36.

⁹⁸ HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2006, s. 38.

výrobky pro osobní hygienu, domácí výrobky jako čisticí prostředky a spotřebitelské služby jako je např. tetování,⁹⁹

- **Vědecký výbor pro zdraví a environmentální rizika** - poskytuje stanoviska v otázkách týkajících se zkoušek toxicity chemických, biochemických a biologických sloučenin, jejichž použití by mohlo mít nepříznivé důsledky pro lidské zdraví a životní prostředí. Zaměřuje se zejména na otázky týkající se nových a dosud známých chemikálií, omezování a uvádění na trh nebezpečných látek, pesticidů, odpadu, látek znečišťujících životní prostředí, plastů a jiných materiálů používaných na vodovodní potrubí (např. nových organických látek), pitné vody, kvality vnitřního a vnějšího ovzduší,¹⁰⁰
- **Vědecký výbor pro vznikající a nově zjištěná rizika** - zabývá se např. odolností proti mikrobům, novými technologiemi jako nanotechnologie, zdravotnickými prostředky včetně těch, které obsahují látky živočišného nebo lidského původu, tkáňovým inženýrstvím, krevními produkty, snižováním plodnosti, rakovinou endokrinních orgánů, fyzikálním nebezpečím jako hluk a elektromagnetická pole (z mobilních telefonů, vysílačů a elektronicky řízených domácích zařízení) a metodami pro posuzování nových rizik apod.¹⁰¹

7.1.6 Evropská poradní skupina spotřebitelů

K jejímu zřízení došlo na základě rozhodnutí Komise č. 2003/79/ES, kterým se zřizuje Evropská poradní skupina spotřebitelů. Skládá se vždy z jednoho člena zastupujícího jednu evropskou organizaci spotřebitelů a z jednoho člena zastupujícího organizace spotřebitelů za jednotlivý členský stát Komise se skupinou konzultuje všechny otázky týkající se ochrany zájmů spotřebitelů na úrovni ES. Členy skupiny, kteří zastupují vnitrostátní organizace spotřebitelů, jmenuje Komise na návrh vnitrostátních orgánů zastupujících organizace spotřebitelů zřízené ve členských státech, pokud existují, nebo na návrh příslušných vnitrostátních orgánů. Členy, kteří zastupují evropské organizace spotřebitelů, jmenuje Komise na návrh evropských organizací spotřebitelů, přičemž funkční období je v obou případech tříleté a bezplatné. Tato skupina spolupracuje a zejména poskytuje informace i vnitrostátním

⁹⁹ *Vědecký výbor pro spotřební zboží* [online]. 2008 [cit. 13. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Scientific_Committee_on_Consumer_Products>.

¹⁰⁰ *Vědecký výbor pro zdravotní a environmentální rizika* [online]. 2008 [cit. 13. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Scientific_Committee_on_Consumer_Products>.

¹⁰¹ *Vědecký výbor pro vznikající a nově zjištěná zdravotní rizika* [online]. 2007 [cit. 13. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Scientific_Committee_on_Consumer_Products>.

spotřebitelským organizacím a opačně, tyto poskytují Komisi informace o vývoji v členských státech v dané oblasti.¹⁰²

7.2 Evropské spotřebitelské organizace

Spotřebitelská politika přiznává velký význam organizacím zastupujícím zájmy spotřebitelů. Myšlenka spotřebitelských organizací vychází z předpokladu, že síly jednotlivce jsou často nedostačující, zejména při jednání s velkými společnostmi, jež disponují armádou právníků. Proto je užitečné, aby se spotřebitelé v rámci občanské společnosti sdružovali a demokratickými cestami prosazovali své společenské zájmy.

V evropském měřítku je takovouto nejvýraznější organizací „BEUC“ (Bureau Européen des Unions des Consommateurs) - Svaz evropských spotřebitelů, dále Asociace evropských spotřebitelů „AEC“ (Association of European Consumers), která sdružuje 40 národních spotřebitelských organizací. Její úlohou je zejména prosazování zájmů spotřebitelů na celoevropské úrovni a také lobbying v Evropském parlamentu.¹⁰³

Na národních úrovních existují spotřebitelské organizace s místní působností, které poskytují spotřebitelům řadu cenných služeb – například poskytují spotřebitelské poradenství, vedou velké kolektivní soudní spory proti nepoctivým podnikatelům, informují o aktuálních problémech, připomínkují vznikající legislativní normy, realizují spotřebitelskou osvětu, vydávají vlastní periodika, provádějí srovnávací testy výrobků a další aktivity. V některých členských státech mají tyto organizace s dlouholetou tradicí i několikamilionové členské základny, jako příklad je možné uvést Anglii, Francii a Nizozemí. Naproti tomu v České republice vyvíjí svou činnost necelá desítky organizací spotřebitelů.¹⁰⁴

¹⁰² HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2006, s. 34.

¹⁰³ *Institucionální zabezpečení v oblasti ochrany spotřebitele* [online]. Praha: MZO, 2009 [cit. 13. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/spotrebitejska-politika/institucionalni-zabezpeceni-os-v-eu/1001146/51474/>>.

¹⁰⁴ *Institucionální zabezpečení v oblasti ochrany spotřebitele* [online]. Praha: MZO, 2009 [cit. 13. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/spotrebitejska-politika/institucionalni-zabezpeceni-os-v-eu/1001146/51474/>>.

8 OCHRANA SPOTŘEBITELE V PRAXI

Spotřebitelská politika je dnes velice ožehavým a zároveň důležitým tématem. Spotřebitel je „jen“ člověk, a jako takový trpí všemi neduhy, které tato role obnáší. Je jednoduché člověka přesvědčit k učinění úkonu, jehož důsledky není schopen v daný moment promyslet. Tento fakt je stupňován v situacích, kdy jedna strana využije přitěžující okolnosti strany druhé k vlastnímu prospěchu, a v oblasti obchodu jsou tyto případy časté.

8.1 *Sdružení obrany spotřebitelů*

Z důvodů informační asymetrie ve společnosti a z důvodu nutnosti vzdělávat spotřebitele v oblasti jejich práv, bylo založeno podle zákona č. 83/1990 Sb. o sdružování občanů, občanské sdružení s názvem Sdružení obrany spotřebitelů, o. s. (SOS).

SOS je občanským sdružením, které vzniklo přesně jeden měsíc po vzniku samostatné České republiky a to 1. února 1993 v Ostravě,¹⁰⁵ kde bylo jeho původní sídlo. Za sedmáct let své existence se z regionální organizace stala celostátní a nejznámější organizace, hájící zájmy spotřebitelů v České republice. Za tuto dobu SOS přesunulo své sídlo do Prahy a začalo působit ve všech krajích.

Hlavní náplní činnosti SOS je dle článku II stanov,¹⁰⁶ zvyšovat schopnost spotřebitelů prosazovat na trhu svá práva. K dosažení tohoto cíle využívá množství prostředků, přičemž mezi hlavní můžeme zařadit:¹⁰⁷

- ovlivňování právních a technických norem ve prospěch spotřebitelů,
- vydávání a šíření informací důležitých pro orientaci subjektů na trhu ve spotřebitelských právech,
- realizace vzdělávání spotřebitelů,
- podávání podnětů dozorovým a dalším orgánům,
- předkládání návrhů na zahájení řízení u soudu ve věci ochrany práv spotřebitelů, přičemž SOS je účastníkem těchto řízení,

¹⁰⁵ Stanovy SOS [online]. Praha: SOS, 2007 [cit. 14. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.spotrebitele.info/o-sos/stanovy.php>>.

¹⁰⁶ Stanovy SOS [online]. Praha: SOS, 2007 [cit. 14. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.spotrebitele.info/o-sos/stanovy.php>>.

¹⁰⁷ Stanovy SOS [online]. Praha: SOS, 2007 [cit. 14. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.spotrebitele.info/o-sos/stanovy.php>>.

- napomáhá k mimosoudnímu řešení sporů mezi podnikateli a spotřebiteli,
- provádí konzultace individuálních problémů spotřebitelů.

Je důležité se zmínit, že kromě kontaktů se spotřebiteli SOS také spolupracuje s druhou stranou, kterou jsou podnikatelé. Organizuje školení zaměřená na znalost spotřebitelských práv, vydává podnikatelům certifikát „SAOP – Spotřebitelský audit obchodních podmínek“, kterým podnikatel deklaruje, že SOS potvrdilo soulad jeho obchodních podmínek se zákonem.

SOS má podle § 25 odst. 2 ZOS právo zahájit soudní řízení o zdržení se protiprávního jednání v případech, kdy došlo k porušení spotřebitelských práv. Těmto žalobám ve všech případech předchází výzva ke zdržení se protiprávního jednání, které SOS vlastním jménem zasílá. Najdou se i případy, kdy druhá strana porušení zákona odmítá. Tyto případy jsou ve statistice SOS zapsány jako kauzy. Stěžejní kauzy, které jsou řešeny:¹⁰⁸ neúplné ceny zájezdů, zájezdy spojené s reklamní prezentací a problematika pouličních dealerů.

Sdružení obrany spotřebitelů rozvíjí své aktivity i v dotačních programech. V roce 2010 získalo z dotačního programu částku 5 300 000 Kč.¹⁰⁹ Cílem je zapojení i pro rok 2011. Ministerstvo průmyslu a obchodu vyhlásilo pro rok 2011 výběrové dotační řízení v oblasti ochrany spotřebitele pro následující programy:¹¹⁰

- poskytování spotřebitelských poradenských a informačních služeb, podpora a účast při mimosoudním urovnání sporu, prezentace zkušeností a dosažených výsledků v oblasti poradenství široké veřejnosti,
- výchovně vzdělávací akce v oblasti ochrany spotřebitele pořádané pro základní školy, střední, vysoké školy i pro spotřebitelskou veřejnost. Realizace vzdělávacích akcí s tematikou ochrany spotřebitelů při nákupu zboží a služeb pro různé věkové skupiny obyvatel. Účast na přípravě metodiky a pomůcek pro vzdělávání školní mládeže na základních a středních školách. Posilování vědomí vlastní odpovědnosti spotřebitelů za ochranu svých oprávněných zájmů,

¹⁰⁸ *Statistické výstupy - interní záznamy SOS* [online]. Praha: SOS, 2010 [cit. 14. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://www.spotrebitele.info/internimiy/stat_statistiky.php>.

¹⁰⁹ *Informace o rozdělení dotačních příspěvků pro rok 2010* [online]. Praha: MPO, 2010 [cit. 14. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument70946.html>>.

¹¹⁰ *Výběrové dotační řízení pro rok 2011 v oblasti ochrany spotřebitele* [online]. Praha: MPO, 2010 [cit. 14. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument76443.html>>.

- publikační činnost s tematikou ochrany spotřebitele, vydávání časopisů pro spotřebitele, prezentace výsledků získaných na základě odborného i spotřebitelského testování, poskytování informací o nebezpečných výrobcích, poznatků získaných z poradenské činnosti, informací vyplývajících ze spolupráce s dozorovými orgány i se zahraničními spotřebitelskými organizacemi,
- zvyšování finanční gramotnosti spotřebitelů jako nástroj pro posílení jejich rovnoprávného postavení na trhu a omezení zadlužování domácností. Šíření informací prostřednictvím internetových stránek, medializace výsledků zjištění, zapojení široké spotřebitelské veřejnosti pro získávání znalostí v oblasti finančního vzdělávání,
- spolupráce s podnikatelskými subjekty včetně jejich svazů a sdružení sledující společné cíle směřující ke kultivaci tržního prostředí. Účinná spolupráce s reprezentanty podnikatelských subjektů při vytváření podmínek pro prevenci a řešení případných sporů,
- spolupráce s mezinárodními spotřebitelskými organizacemi, účast na mezinárodních projektech s tematikou ochrany spotřebitele, zapojení spotřebitelských organizací do procesu mezinárodní standardizace, prezentace získaných poznatků spotřebitelské veřejnosti.

8.1.1 Výsledky statistických výstupů SOS

V roce 2008 SOS zodpovědělo 50 209 spotřebitelských dotazů. Oproti 40 455 zodpovězeným dotazům v roce 2007, zde se jednalo o nárůst cca 24 %.¹¹¹ V roce 2009 došlo k poklesu na 41 988 dotazů,¹¹² jde o snížení cca 16 %. Je tedy možné se domnívat, že spotřebitel se stává více informovaným, že nekalé praktiky spojené s prodejem zboží ustupují čestnému jednání. Svoji velkou zásluhu, na této situaci má i „propaganda“ ze strany SOS.

8.1.1.1 Statistické výstupy roku 2008

Na území České republiky je evidováno celkem 18 poraden SOS. V organizaci pracuje přes 200 poradců. Všichni poradci se snaží o kvalitní zodpovězení spotřebitelského dotazu a vyřešení oznámeného problému.

¹¹¹ *Výroční zpráva 2008*. Praha: Sdružení obrany spotřebitelů, o. s., 2009, s. 21.

¹¹² *Statistické výstupy - interní záznamy SOS* [online]. Praha: SOS, 2010 [cit. 14. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://www.spotrebitele.info/internimy/stat_statistiky.php>.

Tab. 2: Počet řešených dotazů v celé SOS za rok 2008¹¹³

Poradna:	Počet dotazů:	Průměrná délka řešení (min.)
Praha - Rytířská	1 508	14,93
České Budějovice	2 866	11,61
Plzeň	423	18,56
Karlovy Vary	64	33,13
Liberec	58	14,55
Hradec Králové	4 856	7,14
Svitavy	362	11,56
Jihlava	135	15,06
Brno	3 540	22,14
Olomouc	3 301	8,74
Ostrava 1	86	15,99
Zlín	2 151	11,90
Děčín	818	12,04
Teplice	569	10,25
Nový Jičín	154	12,76
Ostrava 2	2 063	12,79
Bohumín	1 115	16,19
Praha - centrum	26 140	6,62
Celkem:	50 209	14,83

Z uvedené tabulky vyplývá, že nejvíce řešených dotazů připadá na poradnu Praha – centrum, v průměru se jedná o 52 % z celkového objemu všech projednaných případů, což je logické při největší kupní síle v České republice. Čas, který je věnován řešení jednomu dotazu, je v průměru necelých 15 minut.

Po zpracování statistických údajů za rok 2008 (viz příloha č. III) je zjevné, že oslovení SOS bylo nejčastěji formou (viz graf 1) placené linky, druhý kontakt je prostřednictvím elektronické poradny a jako osoba oslovující toto sdružení „subjekt kontaktu“ (viz graf 2) je častěji žena než muž. Obsahem řešení problémů jsou v jasné převaze reklamace (viz graf 3). Sortiment zboží, nebo-li „předmět - výrobky“ (viz

¹¹³ Statistické výstupy - interní záznamy SOS [online]. Praha: SOS, 2010 [cit. 14. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://www.spotrebitele.info/internimy/stat_statistiky.php>.

graf 4), na které výrobky si zákazníci nejvíce stěžují, je elektronika. Častým řešením problémů v SOS jsou služby „předmět - služby“ (viz graf 5), prvenství v této oblasti mají finanční služby. V otázce „předmět - další“ (viz graf 6) eviduje SOS nejvíce dotazů na svoji činnost, pravomoci a dostupnost.

Tab. 3: Počet dotazů na jednoho obyvatele v kraji v roce 2008

Kraj:	Počet obyvatel:	Počet dotazů na jednoho obyvatele
Praha	1 249 026	0,020912
Středočeský	1 247 533	0,0012064
Jihočeský	637 643	0,004299
Plzeňský	571 863	0,0007191
Karlovarský	307 636	0,0002048
Ústecký	836 198	0,0015257
Liberecký	439 027	0,0001278
Královehradecký	554 402	0,0087408
Pardubický	516 329	0,0006878
Vysočina	514 992	0,0002561
Jihomoravský	1 151 708	0,002832
Olomoucký	642 041	0,0049515
Zlínský	591 042	0,0034416
Moravskoslezský	1 247 373	0,0027344

V přepočtu dotazů podle počtu obyvatel v krajských městech je počet dotazů na jednoho obyvatele uveden v absolutních hodnotách. Je logické, že na prvním místě stojí Praha, kde je situace také ovlivněna i lepší dopravní dostupností poradny SOS. Vysokého čísla dosahují i kraj Královehradecký, Olomoucký a Jihočeský. Je možné se domnívat, že v těchto krajích je více zastánců hájících svá práva. Zároveň lze usuzovat, že mediální, školící a propagační činnost poradců SOS v těchto krajích je více kvalitní.

8.1.1.2 Statistické výstupy roku 2009

Pro práci poradce v SOS je základním předpokladem znalost práva v oblasti ochrany spotřebitele. Nepostradatelný význam mají i základní psychologické znalosti pro správné formální vedení dialogu s poškozeným spotřebitelem.

Sdružení obrany spotřebitelů vyžaduje od svých poradců řádnou evidenci všech událostí, záznamů, změn a postupů vyřešených případů. Jde o důležité podklady nejenom pro zpracování statistik, ale i pro studium a zaškolování svých nových poradců. Tyto záznamy jsou také důležitým podnětem pro iniciování změn v právním systému.

Tab. 4: Počet řešených dotazů v celé SOS za rok 2009¹¹⁴

Poradna:	Počet dotazů:	Průměrná délka řešení (min.)
Praha - Rytířská	1 056	14,78
České Budějovice	3 156	12,75
Plzeň	519	14,18
Karlovy Vary	104	31,97
Liberec	poradna zrušena	poradna zrušena
Hradec Králové	4 436	7,24
Svitavy	330	11,64
Jihlava	104	46,50
Brno	2 504	20,96
Olomouc	3 934	7,82
Ostrava 1	685	15,54
Zlín	526	13,03
Děčín	930	10,29
Teplice	629	11,36
Nový Jičín	26	13,81
Ostrava 2	1 082	12,57
Bohumín	457	15,99
Praha - centrum	21 510	6,68
Celkem:	41 988	15,71

Přesto, že se v roce 2009 počet projednaných dotazů snížil, prodloužila se doba jejich projednávání, toto zjevně vypovídá o hlubší problematice dotazů a zároveň to klade zvýšení nároků na profesionalitu pracovníků SOS.

¹¹⁴ *Statistické výstupy - interní záznamy SOS* [online]. Praha: SOS, 2010 [cit. 19. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://www.spotrebitele.info/internimy/stat_statistiky.php>.

Shrnutím statistických výstupů za rok 2009 (viz příloha č. IV) je patrné, že lidé dávají přednost při podávání svých dotazů „forma kontaktu“ (viz graf 7) placené lince před elektronickou poradnou a osobní návštěvou v poradně SOS. „Subjekt kontaktu“, kdo častěji oslovil poradnu SOS (viz graf 8) je žena před mužem. Ze statistiky vyplývá, že spotřebitelský trh není harmonický, což je zřejmé na obsahu řešených dotazů (viz graf 9), kde výsledkem jsou reklamace. Pokud by trh nabízel 100 % kvalitu, k reklamacím by nedocházelo, což ovšem není reálné. Ostatní procentní hodnoty jsou téměř shodné s výstupy roku 2008. „Předmět - výrobky“ (viz graf 10), v kterém jsou rozděleny do skupin nejčastěji reklamované výrobky, stále korunuje elektronika. V oblasti „předmět - služby“ (viz graf 11) je nejvíce řešen problém telekomunikací a finančních služeb. V roce 2009 se oblast dotazů „předmět – další“ (viz graf 12) znatelně posunula a to v procentech dotazů na spotřebitelské právo v ČR. Pro srovnání v roce 2008 to bylo 27 % z celkového počtu dotazů a v roce 2009 už 40 %.

Tab. 5: Počet dotazů na jednoho obyvatele v kraji v roce 2009

Kraj:	Počet obyvatel:	Počet dotazů na jednoho obyvatele
Praha	1 249 026	0,017208
Středočeský	1 251 801	0,0007392
Jihočeský	637 566	0,004734
Plzeňský	571 891	0,0008823
Karlovarský	307 439	0,0003328
Ústecký	836 063	0,0017149
Liberecký	439 012	poradna zrušena
Královehradecký	554 251	0,0079848
Pardubický	516 471	0,000627
Vysočina	514 771	0,0001976
Jihomoravský	1 152 234	0,0020032
Olomoucký	641 714	0,005901
Zlínský	590 719	0,0008416
Moravskoslezský	1 246 130	0,0018

V této tabulce je počet dotazů na jednoho obyvatele uveden v absolutních hodnotách. Pořadí umístění krajů, které mají vysoké číslo dotazů na občana, se nezměnilo, stále si drží prvenství Praha, následuje kraj Královehradecký, Olomoucký

a Jihočeský. Poradna v Liberci byla zrušena, což určitě nepřispívá k spokojenosti spotřebitelů. Za velkou změnu v této tabulce oproti roku 2008 je možné brát údaje o kraji Zlínském a Moravskoslezském. Došlo k velkému poklesu počtu dotazů. V roce 2008 měl kraj Zlínský 0,0034416 dotazů a v roce 2009 pouhých 0,0008416 dotazů. Kraj Moravskoslezský při svém počtu obyvatel dosáhl 0,0027344 dotazů a v roce 2009 pouze 0,0018 dotazů. Jako hlavní důvod tohoto poklesu je možné brát vysokou nezaměstnanost. Ve Zlínském kraji se zvýšila nezaměstnanost z 6,13 % na 10,83 %¹¹⁵ a v Moravskoslezském kraji z 8,49 % na 12,14 %.¹¹⁶ Z těchto objektivních potíží je zřejmé, že klesla kupní aktivita obyvatel a potažmo došlo k snížení počtu dotazů.

Jižní Čechy mají na území svého kraje také poradnu SOS, která se nachází v krajském městě České Budějovice. V loňském roce zde bylo zaznamenáno 3 156 dotazů, z toho 52 % je osobně řešených v poradně, obsahem problému jsou reklamace, nejčastěji obuvi.¹¹⁷

8.2 *Evropské spotřebitelské centrum ČR (ESC)*

Evropské spotřebitelské centrum vzniklo v roce 2005 při Ministerstvu průmyslu a obchodu a od 1. ledna 2009 začalo působit při České obchodní inspekci. Zde zaznamenalo výrazný nárůst počtu řešených případů i zvýšený počet žádostí o informace, což se dá přičíst mimo jiné zvýšené činnosti v oblasti propagace, především mediální.¹¹⁸

ESC pomáhá českým spotřebitelům s řešením problémů s prodeji výrobků a služeb v jiných členských zemích EU, Norsku a na Islandu. Pracuje v síti 29 Evropských spotřebitelských centrech (ECC-Net). Poskytuje rady a informace o právech spotřebitelů na společném evropském trhu a o vymáhání těchto práv. Zprostředkovává možnosti mimosoudního řešení spotřebitelských sporů. Pomáhá spotřebitelům z jiných zemí EU ve sporech s českými prodejci.¹¹⁹

¹¹⁵ *Nezaměstnanost – Zlínský kraj* [online]. Praha: ČSÚ, 2010 [cit. 20. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.zlin.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/nezamestnanost-xz>>.

¹¹⁶ *Nezaměstnanost – Moravskoslezský kraj* [online]. Praha: ČSÚ, 2010 [cit. 20. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.ostrava.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/nezamestnanost-xt>>.

¹¹⁷ *Statistické výstupy - interní záznamy SOS* [online]. Praha: SOS, 2010 [cit. 20. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://www.spotrebitele.info/internimy/stat_statistiky.php>.

¹¹⁸ *ČOI - o nás* [online]. Praha: ČOI, 2010 [cit. 28. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.coi.cz/cs/esc-2/o-nas.html>>.

¹¹⁹ *Evropské spotřebitelské centrum ČR* [online]. Praha: ČOI, 2010 [cit. 28. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.coi.cz/cs/esc-2.html>>.

České ESC se v roce 2009 zaměřilo především na osvětu v oblasti nakupování přes internet a tuto oblast zdokumentovalo v letáku nazvaném „Nakupování online bez rizika“.

8.2.1 Výsledky statistických výstupů ESC

Počet stížností a sporů řešených ESC (viz příloha č. V) se oproti roku 2008 téměř zdvojnásobil, vzrostl z 213 na 401 případů. Podobně počet spotřebitelských dotazů vzrostl z 208 dotazů v roce 2008 na 332 v roce 2009. Nejvíce se jich týká nakupování přes internet, nejčastěji elektroniky (například problému s dodáním zboží nebo jeho reklamací), letecké dopravy (refundace za zrušené či zpožděné lety, finančního vyrovnání za poškozená nebo ztracená zavazadla). Dále jde často o potíže při plnění smluv o službách a vyřizování reklamací u cestovních agentur, ubytovacích zařízení, potíže s auto-půjčovkami a prodejci nových i ojetých vozů. Úspěšnost českého centra je u oprávněných případů zhruba 70 %.¹²⁰

ESC řeší případy smírnou cestou. Spotřebitel poskytne kopie dokumentů o koupi zboží nebo služby a dále písemnou komunikaci s obchodníkem. Zaměstnanec posoudí oprávněnost požadavků a následně předá případ kolegům v dané zemi, kteří kontaktují přímo prodejce. Podmínkou řešení případů ovšem je, aby spotřebitel nejprve kontaktoval prodejce a sdělil mu své požadavky a až poté, co mu prodejce nevyhoví, oslovil se stížností ESC. V počtu již řešených zahraničních problémů (viz příloha č. VI) vede Slovensko s 62 a následuje Německo s 55 případy. Zde je možné říci, že se jedná o naše příhraniční sousedy, kde je největší pohyb českých občanů, a proto největší spotřebitelský pohyb.

8.3 Praktická dozorová činnost České obchodní inspekce (ČOI)

Základní schéma praktické činnosti ČOI, které bylo zvoleno pro rok 2009, bylo důsledné plnění dozorové činnosti s cílem zaměření na služby - ubytování a na maloobchodní jednotky - poctivost prodeje, porušování zákona, nekalé obchodní praktiky a skladování zboží.¹²¹

¹²⁰ Výroční zpráva ESC ČR [online]. Praha: ČOI, 2010 [cit. 28. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.coi.cz/cs/esc-2/o-nas/vyrocní-zpravy-2/vyrocní-zprava-esc-cr-2009.html>>.

¹²¹ Výroční zpráva o činnosti ČOI za rok 2009 [online]. Praha: ČOI, 2010 [cit. 28. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.coi.cz/cs/ocoi/vyrocní-zpravy/vyrocní-o-cinnosti-coi/vyrocní-zprava-za-rok-2009.html>>.

Tab. 6: Počet provedených kontrol a počet kontrol se zjištěným porušením v roce 2009¹²²

Inspektorát ČOI	Počet kontrol	Počet kontrol se zjištěným porušením	Podíl kontrol se zjištěným porušením v %
Středočeský a Hl. m. Praha	8 606	2 381	27,7
Jihočeský a Vysočina	5 748	2 023	35,2
Plzeňský a Karlovarský	8 576	2 281	26,6
Ústecký a Liberecký	7 248	2 318	32,0
Královéhradecký a Pardubický	4 858	1 532	31,5
Jihomoravský a Zlínský	7 118	2 539	35,7
Moravskoslezský a Olomoucký	7 455	2 625	35,2
Celkem	49 609	15 699	31,6

Z uvedené tabulky jasně vyplývá, že činnost ČOI je nepostradatelná, jelikož procento zjištěných porušení z celkového počtu provedených kontrol je vysoké a to v průměru 31,6 %.

8.4 Sdílení informací mezi spotřebiteli

Předávání zkušeností spotřebitele - spotřebiteli dnes napomáhá celá řada serverů. Jako příklad je možné uvést „Heureka.cz“, který radí lidem při výběru produktů ze všech oblastí nakupování. Tato služba jde však za hranice prostého výpisu produktů, zaznamenává recenze, hodnotí kvalitu produktů a sdílí zkušenosti s nákupem. Aspiruje na nahrazení doporučení přátel. Hlavním cílem je poradit, ať už je to formou nákupních rádců vytvořených experty z oboru nebo reálnými zkušenostmi uživatelů.

Je možné říci, že zákazník může od těchto serverů očekávat pomoc s výběrem produktů (technické parametry, specifika), poradenskou činnost, zprostředkování reálných zkušeností uživatelů (pozitivních i negativních).

¹²² Výroční zpráva o činnosti ČOI za rok 2009 [online]. Praha: ČOI, 2010 [cit. 28. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.coi.cz/cs/ocoi/vyrocní-zpravy/vyrocní-o-činnosti-coi/vyrocní-zpráva-za-rok-2009.html>>.

ZÁVĚR

Existuje nepřehledné množství knižních a elektronických zdrojů, ze kterých lze spotřebitelská práva vyčíst. Nicméně spotřebitelé spoléhají buď na svůj vlastní rozumný úsudek (což je ta lepší možnost), nebo na informace, které někde zaslechli (což je ta horší možnost), většinou v jiném kontextu, než skutečně byla podána. Řešením této situace by mohlo být vzdělávání spotřebitelů již od útlého věku a to na základních, či středních školách v rámci specializovaného předmětu. Tento předmět by se nemusel týkat pouze práv spotřebitelů (a potažmo celé spotřebitelské problematiky), ale mohl by se týkat také dalších oblastí, jako například správa rodinných financí (prevence před nepřiměřeným zadlužováním) a jiná témata, která se na školách neučí, ale jsou pro život víceméně důležitá.

Největším spotřebitelským problémem v České republice je nedostatečná vymahatelnost práva. Podnikatelé prodávající výrobky nebo nabízející služby těží z toho, že spotřebitelé málokdy začnou spor, pokud je vyhlídka na brzké a úspěšné vyřešení nejistá. Dozorové orgány jsou sice nadány veřejnou mocí a jsou schopny donutit podnikatele k dodržování zákona, nicméně vše probíhá velmi pomalu. Za velký a pozitivní krok je možné brát možnost řešení problému mezi spotřebiteli a podnikateli mimosoudní cestou. Vše je založeno na dobrovolnosti obou stran, pokud dospěje do fáze arbitráže, jde o plnou náhradu soudního řízení. Úspora peněz a času je výhodou i pro celé soudnictví.

Je zřejmé, že veškerá právní úprava vychází z myšlenky, že spotřebitel je osoba nadaná rozumem a schopností přemýšlet, ale společnost nikdy nedosáhne takového, až „utopistického“ stavu, kdy nebudou žádné spory, kdy budou spokojeny všechny strany. Společnost, ve které neprobíhají spory, není progresivní a stagnuje. Z tohoto důvodu není cílem právní úpravy spory zcela eliminovat, ale utlumit je na přijatelnou úroveň.

Cílem této práce je celková analýza problému bezpečnosti a ochrany spotřebitele z pohledu právních norem a dozorových orgánů. V této oblasti je značné množství problémů a míst, které by bylo třeba průzkumem dále doložit. Jako příklad je možné uvést, jak se promítá úroveň vzdělanosti prodávačů do kvality obsluhy zákazníků. Opravdu stát usiluje o to, aby z učebních oborů byl vyřazen obor prodavač? Jak může

v blízké době poznamenat kvalitu obsluhy a úroveň obchodu, zvyšující se počet nekvalifikovaných pracovníků z východních zemí?

Jak už bylo zmíněno, na ochraně spotřebitele se spolupodílí více než desítka spotřebitelských organizací. V rámci zprůhlednění by bylo výhodnější menší množství organizací s větším zastoupením počtu kanceláří v České republice. Tím by se snížila roztržitost sil a zvýšila by se kvalita a dostupnost. Lepší orientace pro spotřebitele by nastala ve zpracování systému, který by umožnil jednoduché vytváření průzkumů a dotazů, ke kterým by se mohli vyjádřit spotřebitelé, členové těchto organizací a stálý okruh respondentů.

Vyhodnocením statistických výstupů se prokázalo, že pokud bychom měli naznačit spotřebitelskou křivku počtu dotazů, které byly směřovány na SOS, jde do roku 2008 o růst, ale rok 2009 vykazuje pokles cca o 16 %. Toto je způsobeno poklesem kupní síly, která byla znatelně poznamenána hospodářskou krizí a zvýšenou nezaměstnaností. Toto tvrzení je zřejmé na počtu dotazů na jednoho obyvatele v kraji. Velký pokles zaměstnanosti byl v kraji Zlínském a Moravskoslezském, kde klesly počty dotazů téměř na polovinu. Celkově se prokázalo, že v roce 2009 se doba řešení dotazu prodloužila a obtížnost řešeného problému stoupla.

Má profese a zároveň postoj častého kritika obchodního prostředí byly důvodem, proč jsou v závěru práce doplněny návrhy na zlepšení ochrany spotřebitele.

Každý obchod má čtyři fáze: zákazník s prodejcem se seznámí, pojmu k sobě důvěru, najdou společný zájem a pak si vymění peníze a zboží. Existuje však možnost, že v některé fázi dojde k vychýlení rovnováhy. Přes veškerou zákonnou ochranu a uvědoměním si toho, že kontroly nemohou být všude, lze navrhnout body, které by měly přispět zákazníkům k uvědomění si svého potenciálu při uskutečnění směny. Důležitým důvodem je také předcházení možným rizikům, nástrahám, které oblast obchodu skýtá.

Prvním důležitým bodem je uvědomění si hodnoty peněz a s tím spojené odpovědné využití vlastních finančních zdrojů, půjček na nákup zboží a uskutečnění služby. Velké množství klamavých reklam (např. zdravý produkt, odborníci doporučují, bezporuchové) útočí na rozhodnost spotřebitelů a snaží se ho ovlivnit. V této oblasti

by byl žádoucí zásah medií, konkrétně změny v právu pro utlumení medializace této klamavé reklamy.

Druhým, neméně důležitým bodem je individuální posouzení rizika před uskutečněným nákupem (např. technické parametry, obsah látek, materiál). Právě zde je možné vidět zlom, kdy by se značně zmenšilo procento reklamací. V dnešní době, kdy je zvýšená nezaměstnanost a trh ovlivňuje hospodářská krize, jsou spotřebitelé při svém rozhodování o koupi silně ovlivňováni cenou. Zde je možné vidět prostor pro práci spotřebitelských organizací, které by na svých stránkách uváděly určité cenové standardy výrobků.

Spotřebitelé jsou nepostradatelní účastníci obchodu, ale málokdy vyvíjí vlastní iniciativu pro změnu k lepšímu. Je málo takových, kteří by prosazovali své nápady, návrhy ke zlepšení. Pro vyšší kulturnost a bezpečnost při uskutečnění nákupu je možné navrhnout tyto změny:

- umístění reklamačního řádu na viditelném místě v provozovně a na úvodní stránce serveru zabývající se prodejem,
- provedení mediální kampaně – základní znalost piktogramů (viz příloha č. VII), touto činností se ve svých publikacích zabývá SOS, ale zdá se být nedostatečnou a právě z těchto důvodů je možné usilovat o to, aby se jí zabýval stát,
- legislativní změnu je třeba také provést v normě, která udává nejmenší povolenou velikost písma, popisující informace o zboží.

Je možné konstatovat, že spotřebitelská politika usiluje o to, aby byla ochrana spotřebitele v České republice na úrovni srovnatelné s nejnávštějnějšími státy Evropské unie, aby odpovídala potřebám 21. století. Po právní stránce je možné říci, že to tak je, ale toho všeho lze dosáhnout změnou přístupu, pochopení, tolerance a uznání obou subjektů, jak zákazníka, tak prodejce.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Literární zdroje

1. BRIAN, T. *Jak mnohem lépe prodávat*. Přeložil T. Hlaváč. Brno: Computer Press, 1999. 325 s. ISBN 80-7226-152-5.
2. CAMBELL, B. H., NOLAN, J. R., NOLAN-HALEY, J. M. *Blackův právní slovník*. Přel. V. Balaš. Praha: Victoria Publishing, 1993. 299 s.
3. DUDOVÁ, J. *Některé právní aspekty ochrany zdraví spotřebitele*. Brno: Masarykova univerzita, 1998. 175 s. ISBN 80-210-1761-9.
4. HESKOVÁ, M. *Sborník Jihočeské univerzity v Č B., sestavený z příspěvků mezinárodního semináře „Ochrana spotřebitele v Jihočeském kraji“ (CD-ROM)*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2002. ISBN 80-7040-610-0.
5. HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002. 137 s. ISBN 80-245-0290-9.
6. HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2006. 185 s. ISBN 80-245-1106-1.
7. HULVA, T. *Ochrana spotřebitele*. Praha: Aspi, 2004. 451 s. ISBN 80-7357-064-5.
8. LABÍKOVÁ, R. *Obecná bezpečnost výrobků, technické požadavky na výrobky, odpovědnost za výrobek*. Brno: Masarykova univerzita, 2001. 319 s. ISBN 80-210-2766-5.
9. MALÝ, K., SIVÁK, F. *Dějiny státu a práva v Československu*. Praha: Panorama Praha, 1983. 533 s. ISBN 80-85467-61-5.
10. *Ochrana spotřebitele*. Ostrava-Hrabůvka: Safír, a. s., 2008. 144 s. ISBN 978-80-7208-675-7.
11. PEARCE, D. *Macmillianův slovník moderní ekonomie*. Přeložil O. Dědek. Praha: Victoria Publishing, 1994. 549 s. ISBN 80-856-05-42-2.
12. POKORNÝ, M. *Právní ochrana spotřebitele v České republice*. Praha: C. H. Beck, 1999. 620 s. ISBN 80-7179-097-0.
13. SELUCKÁ, M. *Ochrana spotřebitele v soukromém právu*. Praha: C.H. Beck, 2008. 134 s. ISBN 978-80-7400-037-9.
14. *Spotřebitelská práva*. Lucemburk: Úřad pro úřední tisky Evropských společenství, 2007. 22 s. ISBN 92-79-03534-7.

15. ŠVESTKA, J., JEHLIČKA, O., ŠKÁROVÁ, M., SPÁČIL, J. a kol. *Občanský zákoník - komentář*. Praha: C. H. Beck, 2006. 1465 s. ISBN 80-7179-486-4.
16. TOMANČÁKOVÁ, B. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*. Praha: Linde, 2008. 222 s. ISBN 978-80-7201-695-2.
17. VEBER, J. *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*. Praha: Grada Publishing, 2002. 163 s. ISBN 80-247-0194-4.
18. *Výroční zpráva 2008*. Praha: Sdružení obrany spotřebitelů, o. s., 2009. 35 s.
19. ZADRAŽIL, M. *O ochraně spotřebitele*. Praha: Linde Praha, a. s., 2000. 231 s. ISBN 80-7201-240-1.
20. *Zákony ČR II. : úplné znění*. Občanský zákoník. Český Těšín: Poradce, s. r. o., 2009. 848 s. ISSN 1802-8276.

Elektronické zdroje

1. ČOI - o nás [online]. Praha: ČOI, 2010 [cit. 28. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.coi.cz/cs/esc-2/o-nas.html>>.
2. *Databáze spotřebitelských značek* [online]. Praha: Sdružení obrany spotřebitelů, 2006 [cit. 29. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.spotrebitele.info/znacky/>>.
3. *Evropské spotřebitelské centrum ČR* [online]. Praha: ČOI, 2010 [cit. 28. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.coi.cz/cs/esc-2.html>>.
4. *Informace o rozdělení dotačních příspěvků pro rok 2010* [online]. Praha: MPO, 2010 [cit. 14. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument70946.html>>.
5. *Informace o výrobcích se značkou CCZ* [online]. Technický zpravodaj 2/1998, 2010 [cit. 24. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://web.sofcon.cz/zpravodaj/199802/03.html>>.
6. *Institucionální zabezpečení v oblasti ochrany spotřebitele* [online]. Praha: MZO, 2009 [cit. 13. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/spotrebiteleska-politika/institucionalni-zabezpeceni-os-v-eu/1001146/51474/>>.
7. *Konsolidované znění Smlouvy o Evropské unii a Smlouvy o fungování Evropské unie* [online]. Brusel: Rada Evropské unie, 2008 [cit. 3. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:115:0001:01:CS:htm>>.

8. LIBÁNSKÝ, V. *Ochrana spotřebitele v EU a v ČR* [online]. Brusel: Evropská komise, 2009 [cit. 13. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/article_494_cs.htm>.
9. *Nebezpečné výrobky – RAPEX 01/2009* [online]. Praha: Sdružení obrany spotřebitelů, 2009 [cit. 26. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.spotrebitele.info/nebezpecne-vyrobky/rapex/01-2009.html>>.
10. *Nezaměstnanost – Moravskoslezský kraj* [online]. Praha: ČSÚ, 2010 [cit. 20. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.ostrava.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/nezamestnanost-xt>>.
11. *Nezaměstnanost – Zlínský kraj* [online]. Praha: ČSÚ, 2010 [cit. 20. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.zlin.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/nezamestnanost-xz>>.
12. *Ochrana spotřebitele* [online]. Praha: MPO, 2005 [cit. 2. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument5712.html>>.
13. PAVLÍK, K. *Jaké instituce jsou aktivní v oblasti ochrany spotřebitele?* [online]. Brusel: Evropská komise, 2009 [cit. 12. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/article_986_cs.htm>.
14. *Sbírka zákonů České a Slovenské federativní republiky – ročník 1986, částka 22* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 10. června 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1986/sb22-86.pdf>>.
15. *Sbírka zákonů České a Slovenské federativní republiky – ročník 1991, částka 98* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 26. prosince 2009]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1991/sb098-91.pdf>>.
16. *Sbírka zákonů České a Slovenské federativní republiky – ročník 1992, částka 130* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 26. prosince 2009]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1992/sb130-92.pdf>>.
17. *Sbírka zákonů České republiky – ročník 1997, částka 6* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 10. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1997/sb006-97.pdf>>.
18. *Sbírka zákonů České republiky – ročník 1997, částka 38* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 5. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1997/sb038-97.pdf>>.
19. *Sbírka zákonů České republiky – ročník 2000, částka 74* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 12. června 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/2000/sb074-00.pdf>>.

20. *Sbírka zákonů České republiky – ročník 2000, částka 99* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 26. prosince 2009]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/2000/sb099-00.pdf>>.
21. *Sbírka zákonů České republiky – ročník 2002, částka 61* [online]. Praha: Ministerstvo vnitra ČR, 2008 [cit. 12. června 2010]. Dostupný z WWW: <<http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/2002/sb061-02.pdf>>.
22. *Stanovy SOS* [online]. Praha: SOS, 2007 [cit. 14. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.spotrebitele.info/o-sos/stanovy.php>>.
23. *Statistické výstupy - interní záznamy SOS* [online]. Praha: SOS, 2010 [cit. 14. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://www.spotrebitele.info/internimy/stat_statistiky.php>.
24. *Strategie spotřebitelské politiky EU 2007-2013* [online]. Brusel: Komise evropských společenství, 2007 [cit. 2. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://ec.europa.eu/consumers/overview/cons_policy/doc/CS_99.pdf>.
25. *Světový den spotřebitelských práv* [online]. Praha: Sdružení obrany spotřebitelů, 2009 [cit. 26. prosince 2009]. Dostupný z WWW: <<http://www.spotrebitele.info/vaseprava/clanek.shtml?x=2353522>>.
26. *The Consumer Programme 2007 – 2013* [online]. Brusel: European Commission, 2006 [cit. 2. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://ec.europa.eu/consumers/tenders/information/index_en.htm>.
27. *Vědecký výbor pro spotřební zboží* [online]. 2008 [cit. 13. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Scientific_Committee_on_Consumer_Products>.
28. *Vědecký výbor pro vznikající a nově zjištěná zdravotní rizika* [online]. 2007 [cit. 13. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Scientific_Committee_on_Consumer_Products>.
29. *Vědecký výbor pro zdravotní a environmentální rizika* [online]. 2008 [cit. 13. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Scientific_Committee_on_Consumer_Product>.
30. *Výběrové dotační řízení pro rok 2011 v oblasti ochrany spotřebitele* [online]. Praha: MPO, 2010 [cit. 14. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument76443.html>>.
31. *Výroční zpráva ESC ČR* [online]. Praha: ČOI, 2010 [cit. 28. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.coi.cz/cs/esc-2/o-nas/vyrocnizpravy-2/vyrocnizprava-esc-cr-2009.html>>.

32. *Výroční zpráva o činnosti ČOI za rok 2009* [online]. Praha: ČOI, 2010 [cit. 28. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.coi.cz/cs/ocoi/vyrocnizpravy/vyrocnio-cinnosti-coi/vyrocnizprava-za-rok-2009.html>>.
33. *Zákon č. 59/1998 Sb.* [online]. Praha: Zákony ČR, 2010 [cit. 24. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.zakonycr.cz/seznamy/059-1998-Sb-zakon-o-odpovednosti-za-skodu-zpusobenou-vadou-vyrodku.html>>.
34. *Zákon č. 513/1991 Sb.* [online]. Praha: Zákony ČR, 2010 [cit. 26. května 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.zakonycr.cz/seznamy/513-1991-Sb-obchodni-zakonik.html>>.

SEZNAM ZKRATEK

AEC	Asociace evropských spotřebitelů
BEUC	Svaz evropských spotřebitelů
CCZ	Česká značka shody
ČOI	Česká obchodní inspekce
ČR	Česká republika
EHS	Evropské hospodářské společenství
ES	Evropské společenství
ESC	Evropské spotřebitelské centrum
EU	Evropská unie
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
OSN	Organizace spojených národů
RAPEX	Rychlý výstražný informační systém o nebezpečných spotřebitelských výrobcích nepotravinářského charakteru
SAOP	Spotřebitelský audit obchodních podmínek
SOS	Sdružení obrany spotřebitelů
SZPI	Státní zemědělská a potravinářská inspekce
ZOS	Zákon na ochranu spotřebitele

PŘÍLOHY

Příloha I: Lisabonská smlouva, hlava XV, ochrana spotřebitele, článek 169

Příloha II: Současný stav harmonizace spotřebitelské legislativy

Příloha III: Statistické výstupy SOS - rok 2008

Příloha IV: Statistické výstupy SOS - rok 2009

Příloha V: Vývoj počtu dotazů stížností a sporů řešených v ESC

Příloha VI: Počet stížností českých spotřebitelů

Příloha VII: Databáze spotřebitelských značek

Příloha I

LISABONSKÁ SMLOUVA

HLAVA XV

OCHRANA SPOTŘEBITELE

Článek 169 (bývalý článek 153 Smlouvy o ES)

1. K podpoře zájmů spotřebitelů a k zajištění vysoké úrovně ochrany spotřebitele přispívá Unie k ochraně zdraví, bezpečnosti a hospodářských zájmů spotřebitelů, jakož i k podpoře jejich práva na informace, vzdělávání a práva sdružovat se k ochraně svých zájmů.
2. Unie přispívá k dosažení cílů uvedených v odstavci 1 prostřednictvím:
 - a) opatření přijatých podle článku 114 v souvislosti s vytvářením vnitřního trhu;
 - b) opatření, která podporují, doplňují a sledují politiku členských států.
3. Evropský parlament a Rada řádným legislativním postupem po konzultaci s Hospodářským a sociálním výborem přijímají opatření uvedená v odst. 2 písm. b).
4. Opatření přijatá podle odstavce 3 nebrání členskému státu zachovávat nebo zavádět přísnější ochranná opatření. Tato opatření musí být slučitelná se Smlouvami. Jsou oznamována Komisi.¹²³

¹²³ *Konsolidované znění Smlouvy o Evropské unii a Smlouvy o fungování Evropské unie* [online]. Brusel: Rada Evropské unie, 2008 [cit. 3. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:115:0001:01:CS:htm>>.

Příloha II

SOUČASNÝ STAV HARMONIZACE SPOTŘEBITELSKÉ LEGISLATIVY:¹²⁴

a) obecná bezpečnost výrobků

- směrnice Rady 92/59/EHS
- návrh zákona o obecné bezpečnosti výrobků projednává Parlament ČR

b) odpovědnost za vadné výrobky

- směrnice Rady 85/374/EHS
- směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/34/ES
- zákon č. 59/1998 Sb., o odpovědnosti za škodu způsobenou vadou výrobku
- zákon č. 209/2000 Sb. (novela zák. č. 59/1998 Sb.)

c) nepřiměřené smluvní podmínky

- směrnice Rady 93/13/EHS
- zákon č. 367/2000 Sb. (novela občanského zákoníku)

d) spotřebitelský úvěr

- směrnice Rady 87/102/EHS
- směrnice Rady 90/88/EHS
- směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/7/ES
- věcný záměr zákona o spotřebitelském úvěru, schválený usnesením vlády ČR z 10. 5. 2000 č. 452

e) podomní obchod

- směrnice Rady 85/577/EHS
- zákon č. 367/2000 Sb. (novela občanského zákoníku)

f) uzavírání smluv na dálku

- směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/EHS
- zákon č. 367/2000 Sb. (novela občanského zákoníku)

¹²⁴ LIBÁNSKÝ, V. *Ochrana spotřebitele v EU a v ČR* [online]. Brusel: Evropská komise, 2009 [cit. 13. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/article_494_cs.htm>.

g) zájezdy

- směrnice Rady 90/314/EHS
- zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu

h) dlouhodobé užívání rekreačních objektů (timesharing)

- směrnice Evropského parlamentu a Rady 94/47/ES
- věcný záměr zákona o některých podmínkách smluv, jimiž se sjednává právo užívat zařízení pro ubytování na stanovený časový úsek během roku, schválený usnesením vlády ČR z 23. 8. 2000 č. 802

i) reklama

- směrnice Rady 84/450/EHS
- směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/55/ES
- obchodní zákoník
- zákon o regulaci reklamy č. 40/1995 Sb.
- návrhy novely obou zákonů

j) podmínky prodeje a záruky u spotřebního zboží

- směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES

k) údaje o cenách

- směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/6/ES
- zákon č. 526/1990 Sb., o cenách
- zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele

l) výrobky nebezpečné zaměnitelností

- směrnice Rady 87/357/EHS
- zákon č. 64/2000 Sb. (novela zákona o ochraně spotřebitele č. 634/1992 Sb.)

m) padělky, nedovolené napodobeniny

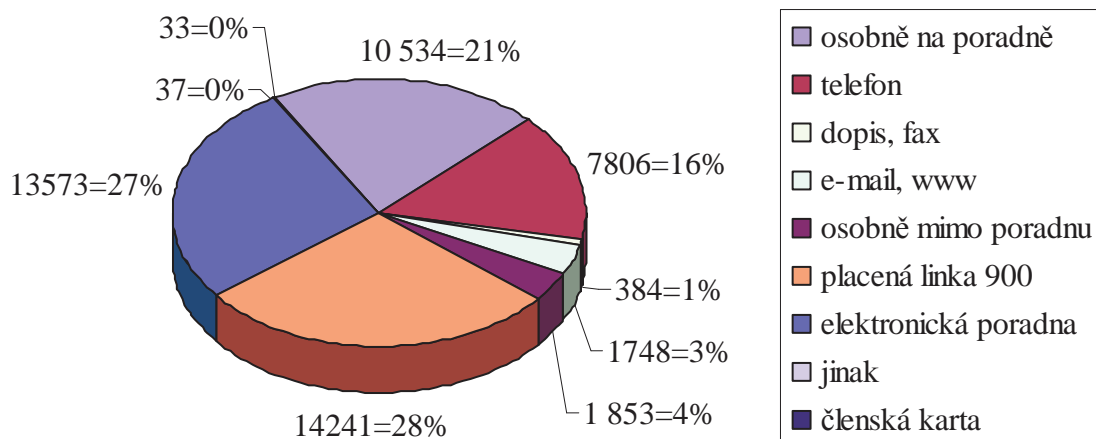
- nařízení Rady 3295/94/ES
- zákon č. 145/2000 Sb. (novela zákona o ochraně spotřebitele č. 634/1992 Sb.)

Tento stručný výčet evropských právních norem se vztahem k ochraně spotřebitele není zdaleka úplný, ale zahrnuje jen ty významnější směrnice. Implementací komunitární politiky ochrany spotřebitele do ostatních politik vzniká velké množství právních norem s dílčím dopadem na spotřebitele.

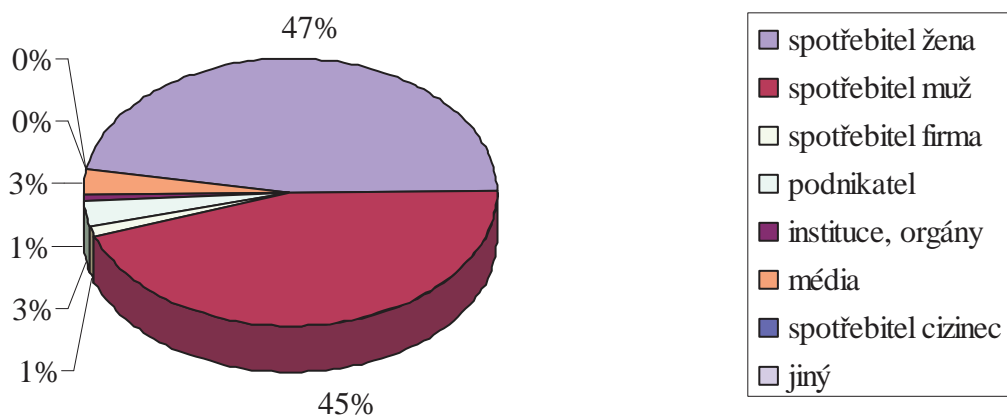
Příloha III

STATISTICKÉ VÝSTUPY SOS - ROK 2008¹²⁵

Graf 1: Forma kontaktu v SOS

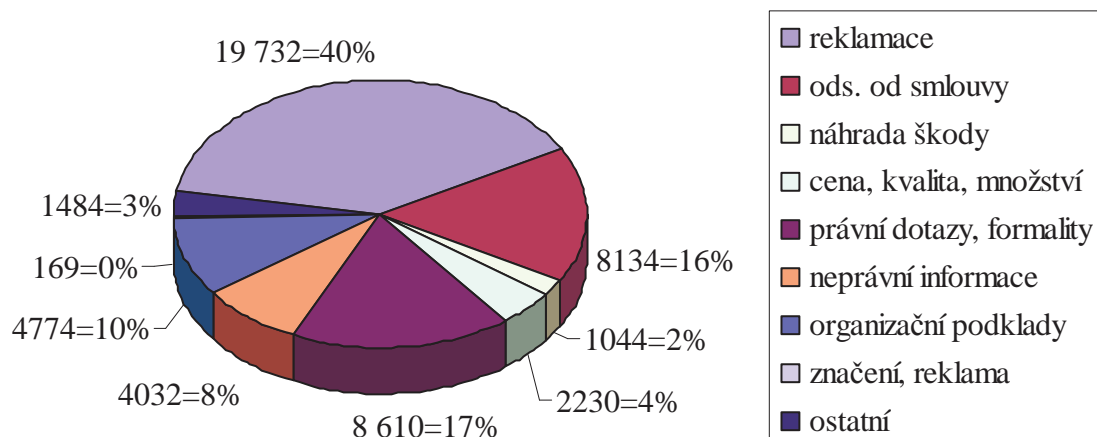


Graf 2: Subjekt kontaktu

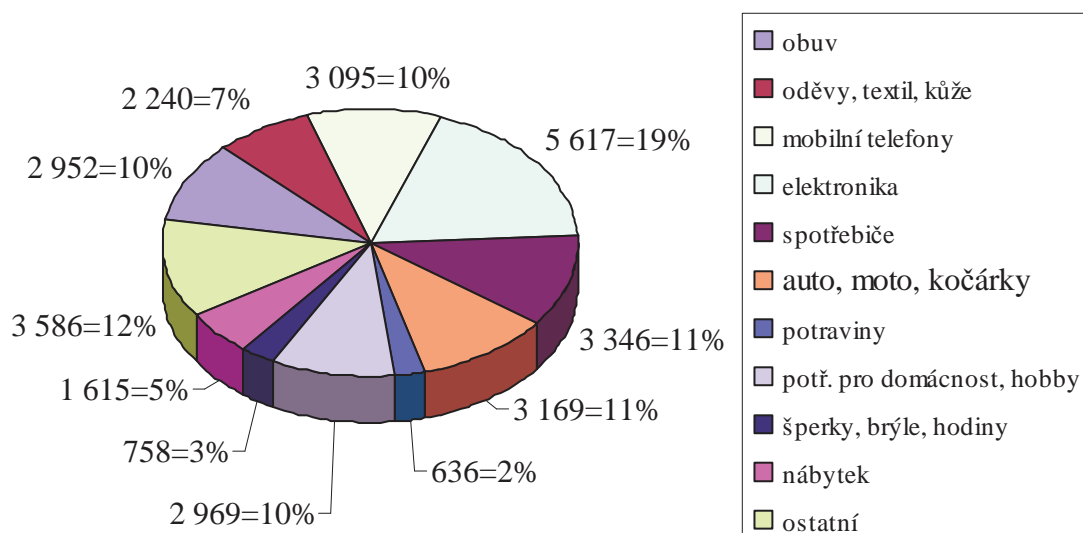


¹²⁵ Statistické výstupy - interní záznamy SOS [online]. Praha: SOS, 2010 [cit. 14. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://www.spotrebitele.info/internimy/stat_statistiky.php>.

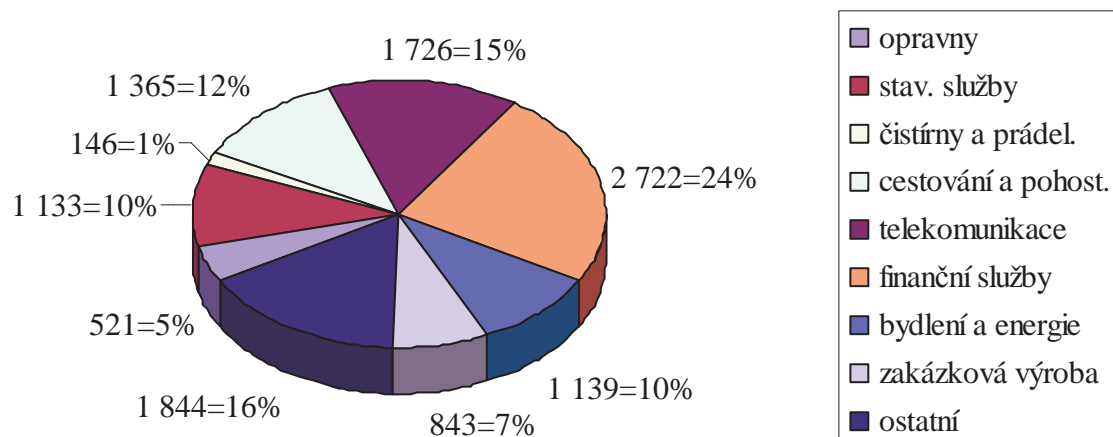
Graf 3: Obsah dotazu



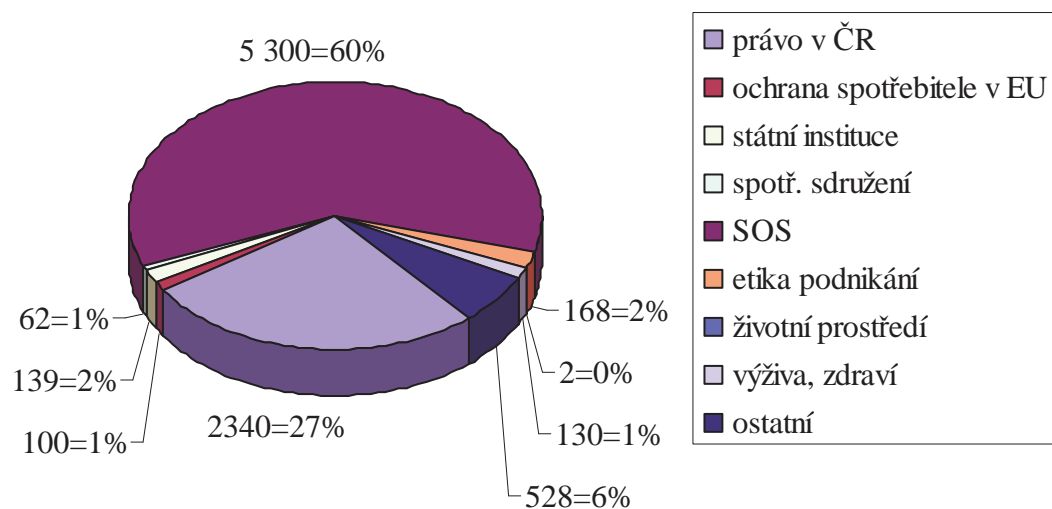
Graf 4: Předmět – výrobky



Graf 5: Předmět – služby



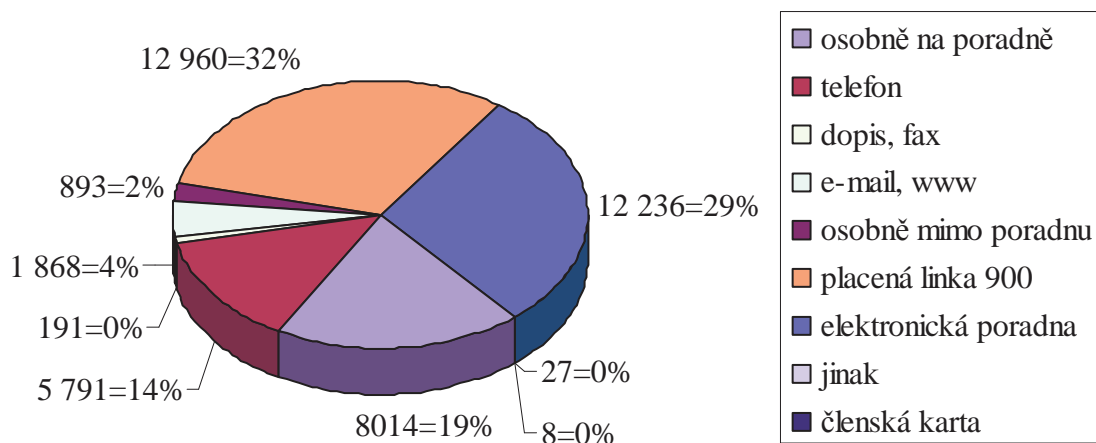
Graf 6: Předmět – další



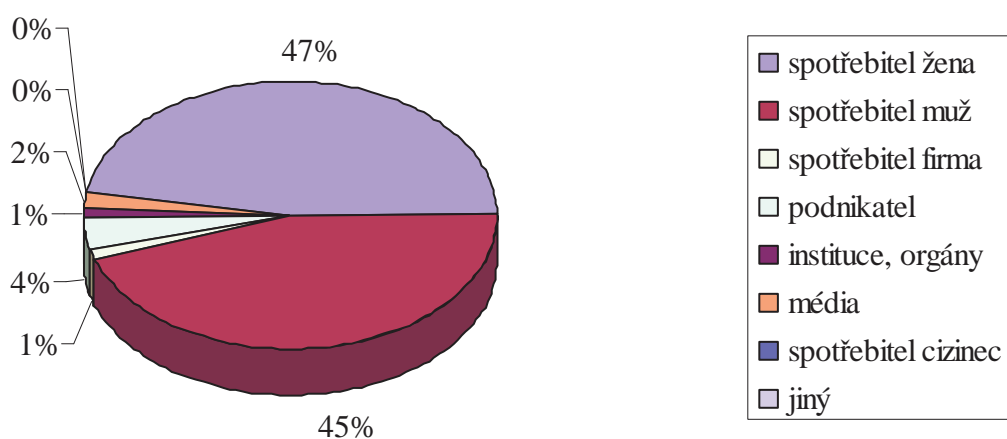
Příloha IV

STATISTICKÉ VÝSTUPY SOS - ROK 2009¹²⁶

Graf 7: Forma kontaktu v SOS

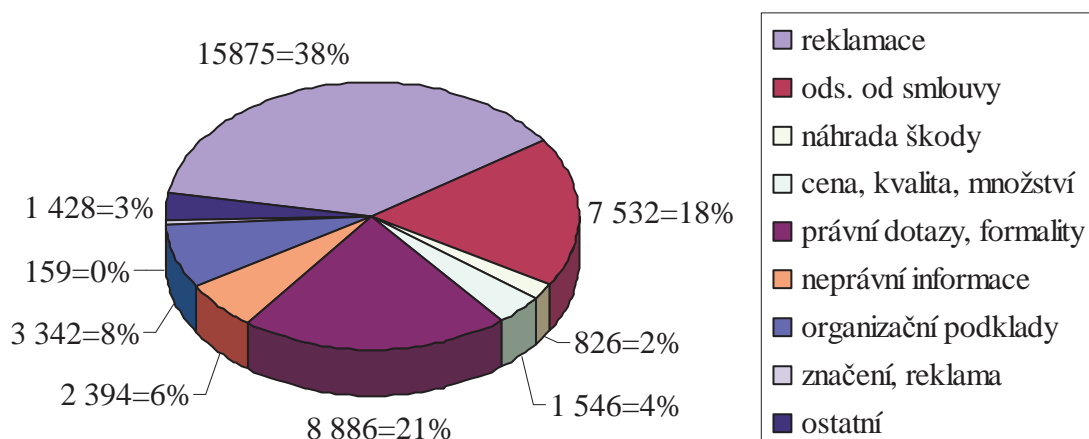


Graf 8: Subjekt kontaktu

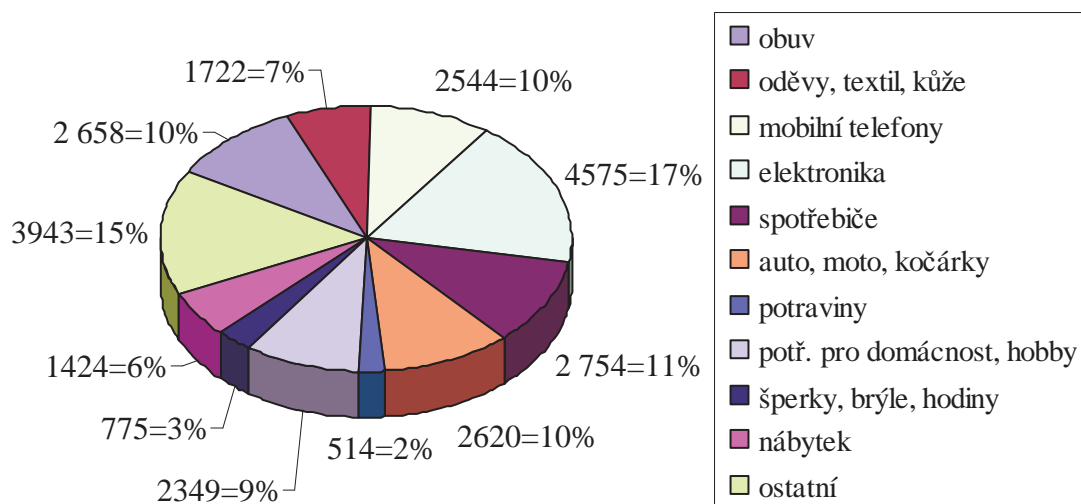


¹²⁶ Statistické výstupy - interní záznamy SOS [online]. Praha: SOS, 2010 [cit. 19. července 2010]. Dostupný z WWW: <http://www.spotrebitele.info/internimy/stat_statistiky.php>.

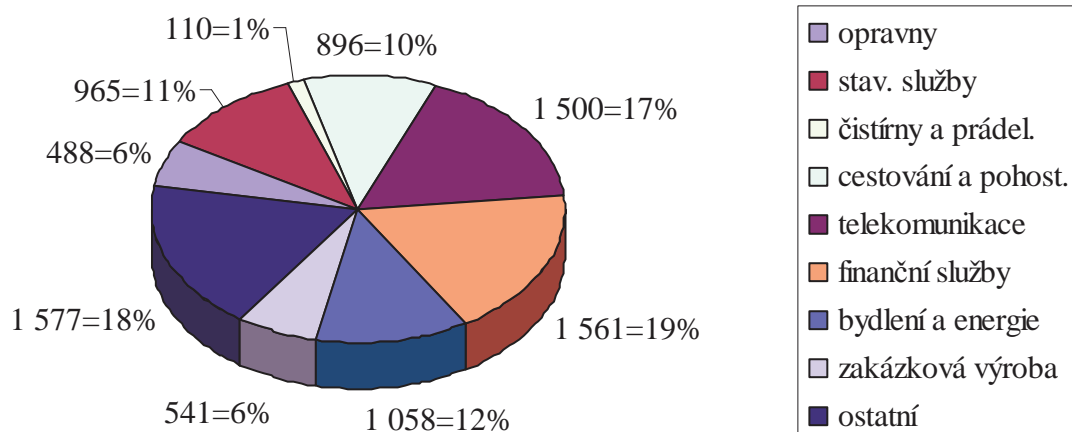
Graf 9: Obsah dotazu



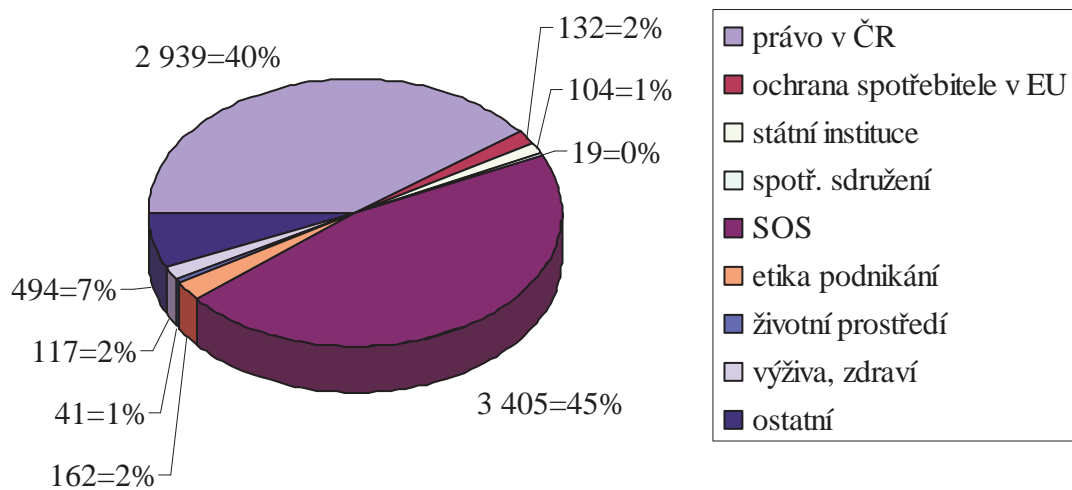
Graf 10: Předmět – výrobky



Graf 11: Předmět – služby

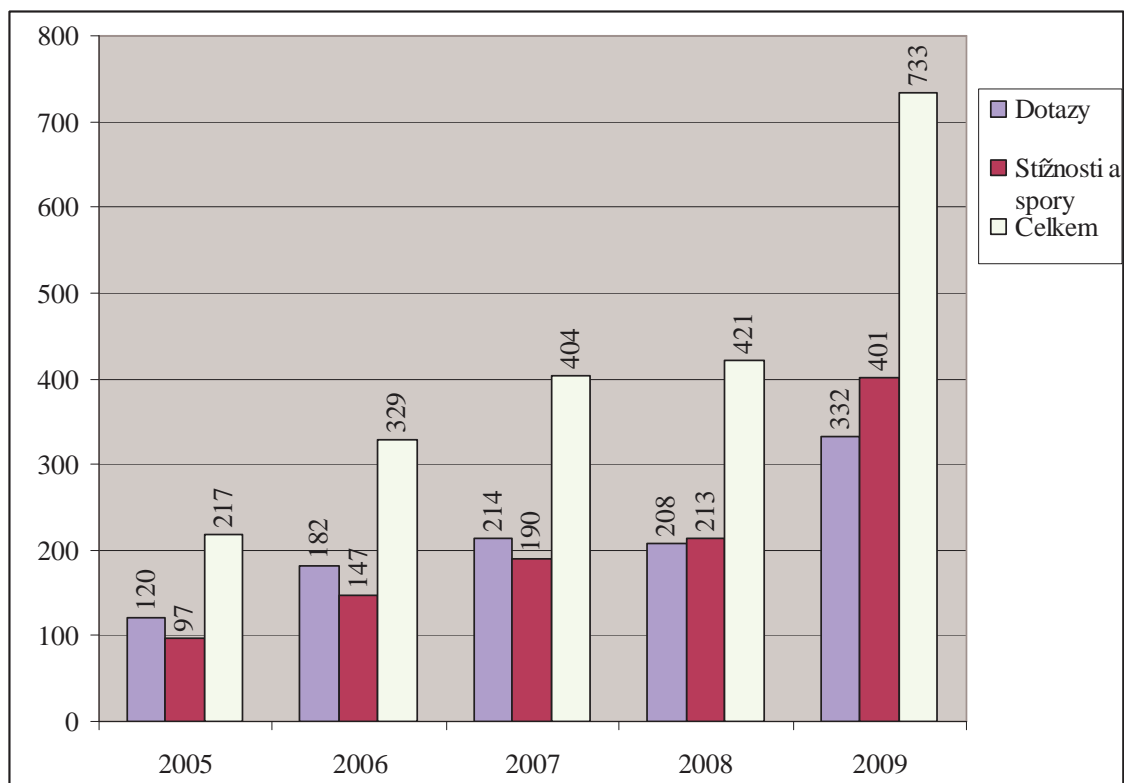


Graf 12: Předmět – další



Příloha V

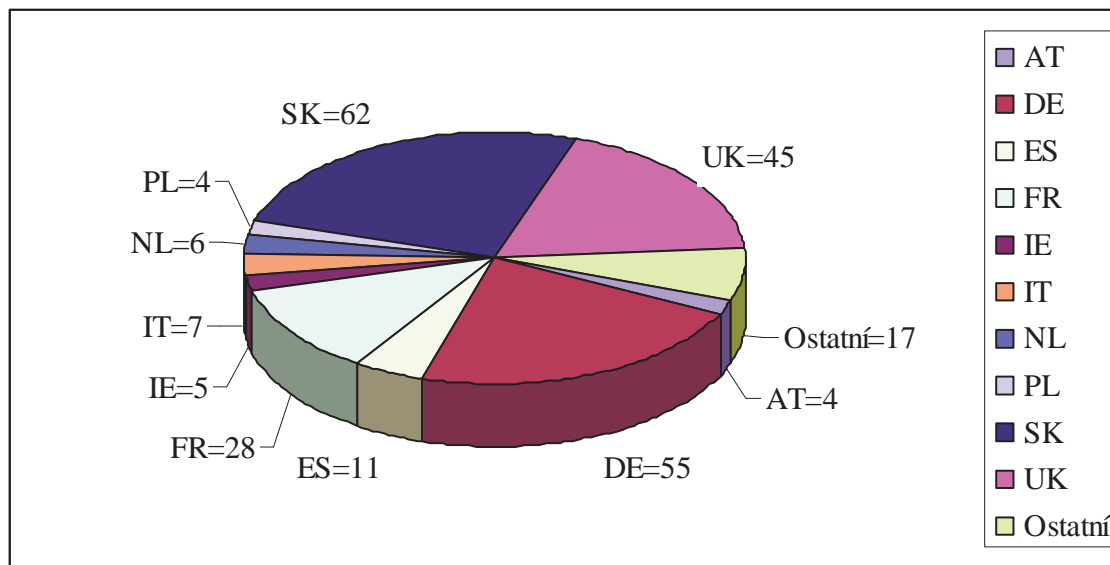
Graf 13: Vývoj počtu dotazů, stížností a sporů řešených v ESC¹²⁷



¹²⁷ Výroční zpráva ESC ČR [online]. Praha: ČOI, 2010 [cit. 28. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.coi.cz/cs/esc-2/o-nas/vyrocní-zpravy-2/vyrocní-zprava-esc-cr-2009.html>>.

Příloha VI

Graf 14: Počet stížností českých spotřebitelů, rozděleno podle země obchodníka¹²⁸



¹²⁸ Výroční zpráva ESC ČR [online]. Praha: ČOI, 2010 [cit. 28. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.coi.cz/cs/esc-2/o-nas/vyrocní-zpravy-2/vyrocní-zprava-esc-cr-2009.html>>.

Příloha VII

Obrázek 1: Databáze spotřebitelských značek¹²⁹



[APEK - certifikovaný obchod](#)



[Bezpečná a kvalitní hračka](#)



[Bezpečné hračky](#)



[BIO](#)



[Bio Eco Cosmesi](#)



[Blaue Engel](#)



[Certifikované služby IT](#)



[CG - Značka kvality výrobků pro plynárenství](#)



[Charte Cosmebio](#)



[Czech made](#)



[Česká značka shody](#)



[Český výrobek](#)



[Český výrobek \(nadační fond\)](#)



[ČSN-TEST](#)



[Der Grune Punkt](#)

¹²⁹ Databáze spotřebitelských značek [online]. Praha: Sdružení obrany spotřebitelů, 2006 [cit. 29. července 2010]. Dostupný z WWW: <<http://www.spotrebitel.info/znacky/>>.



[Duté šípky](#)



[Eat well](#)



[ECOCERT](#)



[Ecotton](#)



[Ekologicky nezávadné](#)



[Ekologický obal](#)



[Ekologicky šetrný výrobek](#)



[Ekologii ku prospěchu](#)



[Ekopack](#)



[Ekopolnohospodarstvo](#)



[Ekoprodukt](#)

Energie		Problema
Výrobce		Logo ABC 123
Model		
Uspornost	A, B, C, D, E, F, G	B
Méně úsporné		
Spotřeba energie		X.YZ
Účinnost prání		C
Čistota oděvu		D
Maximální kapacita		100
Maximální spotřeba vody		12
Hlučnost		52
Spotřeba prachu		100

[Energetický štítek](#)



[Energy Star](#)



[Environmentálně vhodný výrobek](#)



[ESČ](#)



[Fair Trade](#)



[Fair wear](#)



[Forest Stewardship Council](#)



[GEPA](#)



[Global Ecolabelling Network](#)

[GMO Free - Potraviny bez genetické modifikace](#)



[Green Cotton](#)



[Green Seal](#)



[Human Cosmetics Standard](#)



[Klasa](#)



[Kontrolované ekologické zemědělství](#)



[Kvalitní a bezpečná montáž](#)



[Metro Quality](#)



[Nábytek - Česká kvalita](#)



[Natur papír](#)

[Netestováno na zvířatech](#)



[Nordic Swan](#)



[OOPP - Sdružení dobrovolného hodnocení osobních ochranných pracovních prostředků](#)



[Organic Product](#)



[Panáček odhazující něco do koše](#)



[Pečeť jakosti - větší jistota při koupi ojetého vozu](#)



[PEFC - certifikované dřevo](#)



PET

[Plně šipky](#)



PODPOROVANÉ ZAMĚSTNÁVÁNÍ

[Podporované zaměstnávání](#)



[Přírodní kontrolovaná kosmetika](#)



[Pro Bio](#)



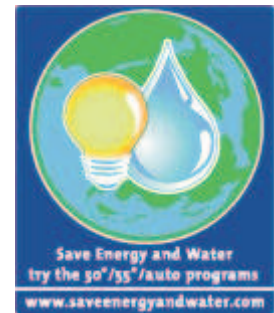
[QZ - Zaručená kvalita](#)



[REZY](#)



[SAOP - Spotřebitelský audit obchodních podmínek](#)



[Save Energy & Water](#)



[Soil Association Organic Standard](#)



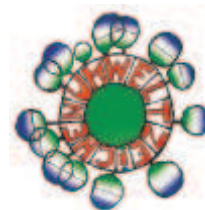
[SZUTEST-PRODUCT TESTED](#)



[TCO](#)



The Flower



Umweltzeichen-Bäume



Znak ekologiczny EKO



Žirafa - Zdravotně nezávadná obuv - bota pro Vaše dítě

ABSTRAKT

FIALOVÁ, M. *Bezpečnost a ochrana spotřebitele v ČR a EU : bakalářská práce*. České Budějovice : Vysoká škola evropských a regionálních studií, o. p. s., 2010. 80 s. Vedoucí bakalářské práce : Ing. Jiří Dušek, Ph.D.

Klíčová slova: ochrana spotřebitele, práva a povinnosti spotřebitele, prodejce, Sdružení obrany spotřebitelů, spotřebitel, výrobek.

Cílem bakalářské práce je analýza problému bezpečnosti a ochrany spotřebitele z pohledu právních norem a dozorových orgánů. Práce porovnává bezpečnost a ochranu spotřebitele na území České republiky a v Evropské unii. Stanovuje přehledný postup možnosti řešení konfliktních situací (prodávající x kupující).

Z důvodů informační asymetrie ve společnosti a z nutnosti vzdělávat spotřebitele v oblasti jejich práva, jsou v závěru práce zpracovány návrhy, jak by se měl spotřebitel sám chránit.

Na základě statistických výstupů vybraných spotřebitelských organizací a kontrolních orgánů vyhodnocuje, které zboží, služby jsou nejvíce problémové a jakým způsobem spotřebitel hájí nejčastěji svá práva.

Vyvozuje, co ovlivňuje snižování spotřebitelské aktivity, při hájení práv a doporučuje další směřování a vývoj celé problematiky, která řeší kulturnost prodeje.

ABSTRACT

FIALOVÁ, M. *Consumer safety and protection in the CR and EU : bachelor thesis*. České Budějovice : The College of European and Regional Studies, o. p. s., 2010. 80 p. Supervizor : Ing. Jiří Dušek, Ph.D.

Key words: consumer protection, rights and duties of consumers, vendor, Consumers Defense Association, consumer, product.

This thesis deals with consumer safety and protection in consumer law acts and its supervisory authorities. It compares the safety and protection of consumers in Czech Republic and European Union. It clearly specifies ideas in solving out disputes between (vendors and consumers).

Because of information asymmetry in the society and because of the need to educate consumers in the area of their rights, the final part of this thesis gives out ideas on how should the consumer protect himself.

Based on statistical data from specific consumer organizations and supervisory authorities this thesis evaluates which commodities and services are the most troubled and what methods is the consumer using the most to protect his rights.

It deduces what affects consumer activity when protecting their rights and gives out suggestions and recommendations on future development of this area that is dealing with sales sophistication.