

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra práva



Diplomová práce

Spotřebitelské organizace v ČR a jejich aktivity

Nela Semínová

© 2013 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra práva

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Semínová Nela

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

Spotřebitelské organizace v ČR a jejich aktivity

Anglický název

Consumer organizations in the Czech Republic and their activities

Cíle práce

rozbor platné právní úpravy v ČR

přehled o činnosti spotřebitelských organizací v ČR a ve vybraných státech EU

zjištění aktuálního postoje spotřebitelů ke spotřebitelským organizacím

Metodika

analýza platné právní úpravy

výklad práva

komparativní metoda

rozhovory

dotazníkové šetření

statistické vyhodnocení získaných dat

Harmonogram zpracování

Sběr dat, vyhotovení zadání práce - do 30.6.2010

Vypracování teoretické části - do 31.1.2012

Vypracování praktické části - do 28.2.2012

Odevzdání diplomové práce - do 31.3.2012

Rozsah textové části

60 - 80 stran

Klíčová slova

spotřebitel, ochrana spotřebitele, spotřebitelské organizace, občanské sdružení, dTest, Sdružení ochrany spotřebitelů, Spotřebitel.net

Doporučené zdroje informací

ČEPELKA, O. Průvodce neziskovým sektorem Evropské unie. Liberec: Občanské sdružení Omega, 2003, ISBN: 80-902376-4-9

ČERNÝ, P. Zákon o sdružování občanů - Komentář. Praha: C.H.Beck, 2010, ISBN: 978-80-7400-328-8

FRIČ, P., GOULLI, R. Neziskový sektor v ČR. Praha: Eurolex Bohemia, 2011, ISBN: 80-86432-04-1

HULVA, T. Právo ochrany spotřebitele pro neprávvníky. Praha: ASPI a.s., 2006, ISBN: 80-7357-172-2

TOMANČÁKOVÁ, B. Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady. Praha: Linde, 2008, ISBN: 978-80-7201-695-2

TURČÍKOVÁ, J., STEJSKAL, L., STÁVKOVÁ, J. Chování a rozhodování spotřebitele. Brno: MSD, 2007, ISBN: 978-80-7392-013-5

Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů

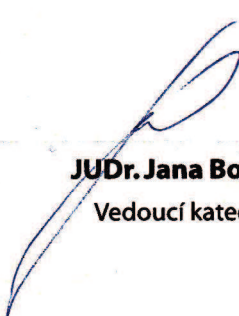
Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

Vedoucí práce

Mráčková Jitka, JUDr., CSc.

Termín odevzdání

březen 2013


JUDr. Jana Borská
Vedoucí katedry




prof. Ing. Jan Hron, DrSc., dr.h.c.
Děkan fakulty

V Praze dne 7.10.2012

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou diplomovou práci "Spotřebitelské organizace v ČR a jejich aktivity" vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, kterou jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 29.11.2013

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí mé diplomové práce JUDr. Jitce Mráčkové, CSc. za odbornou pomoc, rady a připomínky, které mi byly cenným vodítkem při vypracování této diplomové práce. Dále děkuji Ing. Haně Vostře Vydrové za poskytnuté konzultace. V neposlední řadě bych chtěla poděkovat své rodině za podporu.

Spotřebitelské organizace v ČR a jejich aktivity

Consumer organizations in the Czech Republic and their activities

Souhrn

Diplomová práce se zabývá spotřebitelskými organizacemi v České republice, konkrétně jejich zakotvením v právních předpisech a jejich činnostmi. V rámci komplexnosti je uveden vývoj ochrany spotřebitele a také vládní instituce zabývající se ochranou spotřebitele v České republice, a dále také v Evropské unii, a to včetně vybraných spotřebitelských organizací. Pro porovnání činností organizací a ochrany spotřebitele v České republice je uvedeno působení organizací ve Francii a na Slovensku.

Praktická část se zaměřuje na zjišťování postojů spotřebitelů ke spotřebitelským organizacím a uplatňování práva jako spotřebitel pomocí dotazníkového šetření. Dále jsou statisticky vyhodnocována získaná data v programu STATISTICA 10. Na základě poznatků z dotazníkového šetření je další empirická část věnována poskytování telefonického poradenství u vybraných spotřebitelských organizací.

Na závěr je srovnávána ochrana spotřebitele a spotřebitelské organizace v uvedených zemích a hodnoceny činnosti organizací v České republice. Jsou doporučena možná zlepšení o povědomí organizací a dále je hodnoceno jejich nové ukotvení jako spolků.

Klíčová slova

spotřebitel, ochrana spotřebitele, spotřebitelské organizace, občanské sdružení, dTest, Sdružení obrany spotřebitelů, Spotřebitel net

Summary

The Diploma Thesis takes a look at consumer organizations in the Czech Republic, specifically at their anchoring in national legislation and their activities. Development of consumer protection, the government institutions engaged in consumer protection in both the Czech Republic and European Union as well as consumer organizations are listed for

complexity matters. For comparison purposes, the activities of consumer organizations in France and in Slovakia are described.

The practical part focuses on the attitude of consumers towards consumer organizations and law enforcement by way of a questionnaire. The data obtained is statistically analysed using STATISTICA 10. The findings of the questionnaire are used for the subsequent empirical part which orients on providing telephonic consulting by selected consumer organizations.

In the final section, the comparisons consumer protection and consumer organizations in selected countries and the activities of these organizations in the Czech Republic are considered. Improvements to raise consumers' awareness of the organizations at hand are proposed, while the changing legal status of the entities as defined in legislation effective as of 01/01/14 has been taken a close look at, too.

Keywords

consumer, consumer protection, consumer organizations, civic associations, dTest, Sdružení obrany spotřebitelů, Spotřebitel net

OBSAH

| | |
|--|----|
| 1 Úvod..... | 13 |
| 2 Cíl práce a metodika | 15 |
| 2.1 Cíl práce..... | 15 |
| 2.2 Metodika | 16 |
| 3 Teoretická východiska | 17 |
| 3.1 Výklad pojmů | 17 |
| 3.1.1 Ochrana spotřebitele | 17 |
| 3.1.2 Spotřebitel a prodávající | 18 |
| 3.1.3 Spotřebitelské organizace | 20 |
| 3.1.4 Neziskové organizace | 21 |
| 3.1.5 Občanské sdružení | 23 |
| 3.1.6 Spolky | 25 |
| 3.1.7 Shrnutí..... | 26 |
| 3.2 Evropská unie a spotřebitelské organizace..... | 28 |
| 3.2.1 Vývoj ochrany spotřebitele v Evropské unii | 28 |
| 3.2.2 Institucionální zakotvení ochrany spotřebitele..... | 31 |
| 3.2.2.1 Vývoj institucionálního zakotvení ochrany spotřebitele | 31 |
| 3.2.2.2. Orgány Evropské unie a ochrana spotřebitele | 32 |
| 3.2.2.3 Evropské spotřebitelské organizace | 33 |
| 3.2.3 Shrnutí..... | 39 |
| 3.3 Česká republika a spotřebitelské organizace..... | 42 |
| 3.3.1 Vývoj ochrany spotřebitele v České republice..... | 42 |
| 3.3.2 Institucionální zakotvení ochrany spotřebitele..... | 44 |
| 3.3.2.1 Státní orgány zabývající se ochranou spotřebitele | 44 |
| 3.3.2.2 Spotřebitelské organizace | 48 |
| 3.3.3 Shrnutí..... | 71 |
| 3.4 Spotřebitelské organizace ve vybraných státech EU | 73 |
| 3.4.1 Spotřebitelské organizace ve Francii | 73 |
| 3.4.1.1 Legislativní zakotvení ochrany spotřebitele | 73 |
| 3.4.1.2 Institucionální zakotvení ochrany spotřebitele..... | 74 |
| 3.4.2 Spotřebitelské organizace na Slovensku..... | 77 |
| 3.4.2.1 Legislativní zakotvení ochrany spotřebitele | 77 |
| 3.4.2.2 Institucionální zakotvení ochrany spotřebitele..... | 78 |
| 3.4.3 Shrnutí..... | 82 |
| 4 Praktická část..... | 84 |
| 4.1 Dotazníkové šetření Spotřebitelské organizace..... | 84 |

| | |
|---|-----|
| 4.1.1 Popis dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace | 84 |
| 4.1.2 Výsledky dotazníkového šetření | 85 |
| 4.1.2.1 Identifikační otázky | 85 |
| 4.1.2.2 Výzkumné otázky | 89 |
| 4.1.3 Shrnutí dotazníkového šetření | 96 |
| 4.2 Statistické vyhodnocení dat získaných v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace .. | 98 |
| 4.2.1 Popis statistického vyhodnocení dat | 98 |
| 4.2.2 Statistické vyhodnocení hypotéz | 99 |
| 4.2.2.1 Přehled statistického vyhodnocení hypotéz | 99 |
| 4.2.2.2 Nezamítnuté nulové hypotézy | 100 |
| 4.2.2.3 Přijaté alternativní hypotézy | 101 |
| 4.2.3 Shrnutí statistického vyhodnocení dat | 107 |
| 4.3 Telefonické poradenství vybraných spotřebitelských organizací | 109 |
| 4.3.1 Úvod | 109 |
| 4.3.2 Spotřebitelské dotazy položené spotřebitelským organizacím | 111 |
| 4.3.2.1 První spotřebitelský dotaz | 111 |
| 4.3.2.2 Druhý spotřebitelský dotaz | 114 |
| 4.3.2.3 Třetí spotřebitelský dotaz | 115 |
| 4.3.3 Shrnutí | 118 |
| 5 Hodnocení a diskuze | 121 |
| 5.1 Zhodnocení legislativní ochrany spotřebitele v České republice, na Slovensku a ve Francii | 121 |
| 5.2 Porovnání spotřebitelských organizací v České republice, na Slovensku a ve Francii | 123 |
| 5.3 Mezinárodní spotřebitelské organizace působící nejen v rámci EU | 124 |
| 5.4. Spotřebitelské organizace působící v České republice | 126 |
| 5.5 Občanské sdružení versus spolek | 130 |
| 6 Závěr | 132 |
| 7 Seznam použitých zdrojů | 134 |
| 8 Seznam použitých zkratk | 144 |
| 9 Přílohy | 145 |
| Příloha č. 1: Srovnání struktury neziskové činnosti v klasifikaci ICNPO, COPNI a OKEČ – ČR | 145 |
| Příloha č. 2: Přehled právních aktů v Evropské unii | 146 |
| Příloha č. 3: Deset základních pravidel z roku 2005 | 147 |
| Příloha č. 4: Členové European Community of Consumer Cooperatives (Eurocoop) | 149 |
| Příloha č. 5: Spotřebitelské organizace se členstvím v BEUC | 150 |
| Příloha č. 6: Členové Valného shromáždění ANEC 2001 – 2015 | 152 |

| | |
|---|-----|
| Příloha č. 7: Zastoupení ECC-Net v jednotlivých evropských státech | 154 |
| Příloha č. 8: Orgány na ochranu spotřebitele v období centrále řízení ekonomiky a jejich činnost..... | 155 |
| Příloha č. 9: Vládní instituce a orgány a spotřebitelské organizace | 156 |
| Příloha č. 10: Předmět kontroly ČOI dle zákona č. 64/1986 Sb., o ČOI | 157 |
| Příloha č. 11: Spotřebitelské organizace v seznamu občanských sdružení MV ČR..... | 158 |
| Příloha č. 12: Přehled spotřebitelských organizací v seznamu MPO ČR | 161 |
| Příloha č. 13: Programy ve výběrovém dotačním řízení pro rok 2014 v oblasti ochrany spotřebitele..... | 162 |
| Příloha č. 14: Formulář Sdružení českých spotřebitelů pro podání žádosti o radu | 163 |
| Příloha č. 15: Možnosti předplatného časopisu dTest..... | 164 |
| Příloha č. 16: Postup testování výrobků spotřebitelské organizace Občanské sdružení spotřebitelů TEST..... | 165 |
| Příloha č. 17: Dlouhodobé priority Sdružení obrany spotřebitelů..... | 166 |
| Příloha č. 18: Spotřebitelské organizace ve Francii..... | 167 |
| Příloha č. 19: Přehled spotřebitelských organizací na Slovensko..... | 168 |
| Příloha č. 20: Dotazníkové šetření „Spotřebitelské organizace“ | 170 |
| Příloha č. 21: Testování závislosti mezi znalostí spotřebitelských organizací a pohlavím..... | 173 |
| Příloha č. 22: Testování závislosti mezi znalostí spotřebitelských organizací a věkem..... | 174 |
| Příloha č. 23: Testování závislosti mezi znalostí spotřebitelských organizací a vzděláním..... | 175 |
| Příloha č. 24: Testování závislosti mezi znalostí spotřebitelských organizací a krajem..... | 176 |
| Příloha č. 25: Testování závislosti mezi znalostí spotřebitelských organizací a velikostí trvalého bydliště..... | 177 |
| Příloha č. 26: Testování závislosti mezi počtem znalých spotřebitelských organizací a pohlavím..... | 178 |
| Příloha č. 27: Testování závislosti mezi počtem znalých spotřebitelských organizací a věkem..... | 179 |
| Příloha č. 28: Testování závislosti mezi počtem znalých spotřebitelských organizací a vzděláním..... | 180 |
| Příloha č. 29: Testování závislosti mezi počtem znalých spotřebitelských organizací a velikostí trvalého bydliště..... | 181 |
| Příloha č. 30: Testování závislosti mezi uplatňováním spotřebitelských práv a pohlavím..... | 182 |
| Příloha č. 31: Testování závislosti mezi uplatňováním spotřebitelských práv a věkem..... | 183 |
| Příloha č. 32: Testování závislosti mezi hodnocením úrovně ochrany spotřebitele a pohlavím..... | 184 |
| Příloha č. 33: Testování závislosti mezi hodnocením úrovně ochrany spotřebitele a věkem..... | 185 |
| Příloha č. 34: Testování závislosti mezi hodnocením úrovně ochrany spotřebitele a spotřebiteli, kteří měli problém s uplatňováním spotřebitelského práva..... | 186 |
| Příloha č. 35: Testování závislosti mezi znalostí organizace dTestu a označení, zda organizace testují výrobky..... | 187 |

| | |
|---|-----|
| Příloha č. 36: Testování závislosti mezi znalostí organizace dTestu či alespoň jedné organizace a označení, zda organizace testují výrobky..... | 188 |
| Příloha č. 37: Kontakty a provozní doby telefonického poradenství spotřebitelských organizací..... | 189 |
| Příloha č. 38: První spotřebitelský dotaz..... | 190 |
| Příloha č. 39: Druhý spotřebitelský dotaz..... | 191 |
| Příloha č. 40: Třetí spotřebitelský dotaz..... | 192 |
| Příloha č. 41: Přehled činností spotřebitelských organizací v České republice a na Slovensku | 193 |

SEZNAM GRAFŮ

| | |
|---|----|
| Graf č. 1: Dotační politika MPO v letech 2001 – 2013 jednotlivým neziskovým organizacím v oblasti ochrany spotřebitele..... | 50 |
| Graf č. 2: Rozdělení dotací v rámci dotační politiky MPO jednotlivým organizacím v letech 2007 – 2013..... | 50 |
| Graf č. 3: Zastoupení žen a mužů v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace..... | 86 |
| Graf č. 4: Věková struktura respondentů v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace..... | 87 |
| Graf č. 5: Ekonomická aktivita respondentů v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace..... | 87 |
| Graf č. 6: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace..... | 88 |
| Graf č. 7: Počet obyvatel v místě trvalého bydliště respondenta dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace..... | 88 |
| Graf č. 8: Trvalé bydliště respondentů dle krajů v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace..... | 89 |
| Graf č. 9: Znalost respondentů spotřebitelských organizací v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace..... | 90 |
| Graf č. 10: Počet organizací, které respondent zná, v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace..... | 90 |
| Graf č. 11: Získání znalosti o spotřebitelských organizacích v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace..... | 91 |
| Graf č. 12: Činnost spotřebitelských organizací dle respondentů v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace..... | 92 |
| Graf č. 13: Vnímání pojmu „ochrana spotřebitele“ v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace..... | 92 |
| Graf č. 14: Uplatnění spotřebitelského práva v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace..... | 93 |
| Graf č. 15: Problém při uplatňování spotřebitelského práva v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace..... | 93 |
| Graf č. 16: Způsob řešení problému při uplatňování spotřebitelského práva v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace..... | 94 |
| Graf č. 17: Ohodnocení úrovně ochrany spotřebitele v České republice v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace..... | 94 |
| Graf č. 18: Prostředky k zvýšení úrovně ochrany spotřebitele v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace..... | 95 |

| | |
|---|-----|
| Graf č. 19: Úvaha o možnosti využití spotřebitelských organizací v budoucnu na základě dotazníku v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace..... | 95 |
| Graf č. 20: Rozdělení respondentů dle regionů ČR dle znalosti spotřebitelských organizací v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace | 102 |
| Graf č. 21: Rozdělení respondentů dle věkových skupin na počet znalých spotřebitelských organizací v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace | 103 |
| Graf č. 22: Rozdělení respondentů dle vzdělání na počet znalých spotřebitelských organizací v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace | 103 |
| Graf č. 23: Rozdělení respondentů dle pohlaví a uplatňování spotřebitelského práva v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace | 104 |
| Graf č. 24: Rozdělení respondentů dle pohlaví a hodnocení úrovně ochrany spotřebitele v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace | 105 |
| Graf č. 25: Rozdělení respondentů dle věku a hodnocení úrovně ochrany spotřebitele v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace | 105 |
| Graf č. 26: Rozdělení respondentů dle znalosti dTestu a označení, zda organizace testují výrobky v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace | 106 |
| Graf č. 27: Rozdělení respondentů dle znalosti organizace dTestu či alespoň jedné organizace a označení, zda organizace testují výrobky..... | 107 |

SEZNAM ILUSTRACÍ

| | |
|--|----|
| Obrázek č. 1: Mapa RKM SČS v roce 2012 | 53 |
| Obrázek č. 2: Logo RKM a KM SČS..... | 53 |
| Obrázek č. 3: Mapa rozložení občanských poraden AOP | 61 |
| Obrázek č. 4: Mapa hlavních poradních center SIC v roce 2008 | 63 |
| Obrázek č. 5: Osobní poradny SOS - Asociace | 67 |
| Obrázek č. 6: Osobní a výjezdní poradny SOS MaS | 68 |

SEZNAM TABULEK

| | |
|---|-----|
| Tabulka č. 1: Čtyři typické okruhy neziskových organizací | 22 |
| Tabulka č. 2: Rozdělení orgánů státní zprávy činných v oblasti ochrany spotřebitele dle ústředních orgánů státní správy | 46 |
| Tabulka č. 3: Charakteristika souboru respondentů..... | 85 |
| Tabulka č. 4: Statistické vyhodnocení nulových hypotéz | 99 |
| Tabulka č. 5: Právní předpisy a ochrana spotřebitele..... | 123 |

1 Úvod

Ochrana spotřebitele je důležitým tématem zejména pro samotné spotřebitele, kteří aniž by si to sami uvědomovali, uzavírají při nákupu zboží a služeb dennodenně smlouvy s prodávajícími a vstupují tak do smluvních vztahů. Někteří prodávající však porušují práva spotřebitelů, je proto na místě spotřebitele před případnými nekalými praktikami prodávajících chránit. Příkladem může být stále aktuální téma předváděcích akcí, na kterých jsou porušována práva spotřebitelů nekalými obchodními praktikami prodejců, neboli „Šmejdu“. Spotřebitel je chráněn veřejnoprávně, avšak mnohdy tato ochrana nestačí. Za účelem lepšího prosazování práv spotřebitelů vznikaly z vlastní iniciativy jich samotných na základě zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů, soukromoprávní instituce pro ochranu spotřebitele, které od ledna 2014 budou upravovány na základě zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, jako spolky - spotřebitelské organizace. V České republice nyní aktivně působí hlavních pět nezávislých občanských sdružení, na které se spotřebitel v případě potřeby pomoci může obrátit. Jsou jimi Sdružení českých spotřebitel, Občanské sdružení spotřebitelů TEST, Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace, Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska a Spotřebitel net. V registru Ministerstva vnitra jsou zapsány i další spotřebitelské organizace jako občanská sdružení, která ovšem nevyvíjejí žádné aktivity v rámci ochrany spotřebitele.

Vzhledem k jedinečnosti poskytování opory spotřebitelům na nevládní úrovni prostřednictvím spotřebitelských organizací je důležitý postoj spotřebitelů k těmto organizacím. Stejně důležitá je i jejich znalost, zda se spotřebitelé na ně v případě problému obracejí a na druhé straně jakým způsobem jsou poskytovány poradenské služby v případě, že se na ně spotřebitel obrátí.

Působení spotřebitelských organizací v České republice nemá velkou tradici. Je tedy nutné pro ucelený přehled ochrany spotřebitele zmínit jeho vývoj, který nejdříve z veřejnoprávního zakotvení postupně přijímal i soukromoprávní prvky, a to zejména vstupem České republiky do Evropské unie, kdy začaly být implementovány evropské směrnice do české právní úpravy. Z hlediska institucionální ochrany jsou významné také vládní instituce, především Ministerstvo průmyslu a obchodu jako ústřední orgán státní

správy spolupracující se spotřebitelskými organizacemi, a dále Česká obchodní inspekce jako významný orgán státní správy pro ochranu spotřebitele.

Pro porovnání činnosti spotřebitelských organizací v České republice jsou zmíněny i některé spotřebitelské organizace působící ve Francii, která je z hlediska ochrany spotřebitele na velmi vysoké úrovni, a to jak ohledně právních předpisů tak i institucí. Zajímavé je i porovnání České republiky a Slovenska, jejichž vývoj ochrany spotřebitele byl do prosince 1993 stejný. Od roku 1994 se ochrana spotřebitele těchto dvou států vyvíjí odlišně, a to například v důsledku novelizací právních předpisů, rušení dříve společných právních předpisů a ustanovení nových.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je rozbor platné právní úpravy v České republice vztahující se především ke spotřebitelským organizacím a k ochraně spotřebitele, včetně nové právní úpravy platné od 1. ledna 2014 spočívající v novém občanském zákoníku, který kromě jiného zahrnuje přeměnu spotřebitelských organizací z občanských sdružení na spolky.

Dalším cílem diplomové práce je přehled činností spotřebitelských organizací působících zejména v České republice a dále ve vybraných státech Evropské unie, kterými jsou Francie a Slovensko. Pro úplnost jsou uvedeny činnosti spotřebitelských organizací působící v Evropské unii, které sdružují národní organizace nejen z členských zemí Evropské unie.

Cílem práce je také zjistit aktuální postoje spotřebitelů ke spotřebitelským organizacím, a to jak z hlediska znalosti těchto organizací, tak ve vyhledání spotřebitelské organizace v případě problému s uplatňováním svého práva jako spotřebitele. Jsou zjišťovány závislosti mezi jednotlivými znaky a na základě výsledku zjištěného v rámci postoje spotřebitelů k organizacím je ověřována činnost spotřebitelských organizací při jejich telefonickém poradenství.

2.2 Metodika

Metodikou v teoretické části bude výklad práva neboli „*objasnění smyslu a obsahu právních norem vyjádřených v normativních aktech za účelem jejich pochopení a používání*“¹. V interpretaci práva se rozlišují metody jazykové (zaměřující se na gramatickou a sémantickou analýzu právního textu), logické (používající specifické metody, například argumenty), systematické (zajišťující smysl normy v porovnání s jinými), teleologické (zvažující účel právní úpravy v souvislosti k sociálnímu a politickému kontextu v době aplikace právní úpravy) a historické (zkoumající úmysl zákonodárce při přijímání právní úpravy).²

Dále bude provedena analýza platné právní úpravy týkající se ochrany spotřebitele a spotřebitelských organizací. Pro uvedení do problematiky ochrany spotřebitele budou sumarizovány data a informace z odborné literatury a dalších dostupných zdrojů a pro zjištění činnosti spotřebitelských organizací bude provedena sumarizace dat a informací zejména z výročních zpráv jednotlivých organizací. Bude také použita komparativní metoda pro srovnávání současné a budoucí právní úpravy a dále pro srovnání ochrany spotřebitele v jednotlivých zemích.

V praktické části bude na základě stanovených hypotéz sestaven strukturovaný dotazník a provedeno dotazníkové šetření. Dotazníkové šetření proběhne osobní a elektronickou formou, pro kterou bude využita aplikace Google Dokument. Data z dotazníkového šetření budou statisticky vyhodnocována v programu STATISTICA 10 CZ prostřednictvím metody statistických dat pro testování hypotéz. Dále budou v praktické části na základě výstupu z dotazníkového šetření učiněny telefonické rozhovory s vybranými spotřebitelskými organizacemi, kterým budou pokládány otázky týkající se problémů při uplatňování práva jako spotřebitele. Jednotlivé rozhovory budou zaznamenávány, srovnávány a vyhodnocovány.

V poslední části diplomové práce bude učiněno hodnocení a doporučení na základě zjištěných informací a poznatků z teoretické a praktické části.

¹ BOGUSZAK, J., ČAPEK, J., GERLOCH, A., *Teorie práva*, s.143

² VEVERKA, V., BOHUSZAK, J., ČAPEK, J., *Základy teorie práva a právní filozofie*, s. 132-137

3 Teoretická východiska

3.1 Výklad pojmů

3.1.1 Ochrana spotřebitele

Ochranu spotřebitele lze obecně definovat tak, „že jde o systematickou, cílevědomou činnost občanů a vlády státu, směřující k posílení postavení spotřebitele na trhu a k zajištění a udržování přiměřené ochrany mezinárodně uznávaných práv spotřebitelů (především ochrana bezpečnosti a zdraví občanů).“³

„Právní regulace ochrany spotřebitele je nezbytná zejména ze dvou důvodů. Především proto, že propaguje kvalifikovanější fungování trhu tím, že vyrovnává faktickou nerovnost mezi spotřebitelem a prodávajícím. ... Pokud by neexistovala první ochrana spotřebitele, spotřební trh by nemohl tak dobře odrážet potřeby spotřebitelů. Druhým důvodem pro ochranu spotřebitele je veřejnoprávní ochrana spotřebitele⁴ před nebezpečnými výrobky a záměrnými pokusy prodávajícího zneužívat přirozeně slabší pozice spotřebitele (agresivní prodejní techniky).“⁵

Cílem ochrany spotřebitele je zajistit všem spotřebitelům stejně vysokou úroveň informovanosti, ochrany a bezpečnosti, dosáhnout větší rovnováhy a transparentnosti ve vztazích mezi spotřebitelem, výrobcem a prodejcem, iniciovat rozvoj tržních podmínek a podporovat rozvoj občanských a spotřebitelských iniciativ.⁶

Hlavním nástrojem práva na ochranu spotřebitele je odhalení nezbytných informací a bezpečnostních požadavků na výrobky. Pokud se spotřebitel rozhoduje, zda koupí či nekoupí výrobek nebo službu, potřebuje k tomu určité množství relevantních informací. Tyto informace musí prodávající kupujícím poskytnout. Dále jsou u výrobků vyžadovány určité bezpečnostní normy, které musí dodavatel splňovat.⁷

³ HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele*, s.15

⁴ Veřejnoprávní ochranu spotřebitele zajišťuje zejména zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

⁵ TOMANČÁKOVÁ, B., *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*, s.11

⁶ HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele*, s.15, <https://www.euroskop.cz/8969/sekce/ochranaspotrebitele>

⁷ TOMANČÁKOVÁ, B., *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*, s.12

Ochrana spotřebitele prostupuje celou společností, a to jako systém institucí, zákonů, spotřebitelských organizací a spotřebitelských aktivit. Ochrana spotřebitele není zvláštním právním odvětvím. Normy ochrany spotřebitele jsou roztrženy v různých předpisech soukromého a veřejného práva, úzce se jí dotýká především právo občanské, obchodní, správní a trestní.⁸

3.1.2 Spotřebitel a prodávající

Lidé, aniž by si uvědomovali, uzavírají denně řadu smluvních vztahů. V tomto smluvním vztahu jsou vždy dva subjekty, a to spotřebitelé na jedné straně a podnikatelé neboli prodávající na straně druhé.

V českém právním řádu se objevuje několik definic pojmu spotřebitel. Ve smyslu zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, je spotřebitelem dle § 2 odst. 1a) rozumí „*fyzická osoba, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání*“.⁹

Podle zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, je spotřebitel v § 52 odst. 3 definován jako „*osoba, která při uzavírání smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti.*“¹⁰ Vzhledem k použití pouze slova „osoby“ se diskutovalo, zda se v občanském zákoníku jedná v rámci ochrany spotřebitele o jak osobu fyzickou, tak právnickou¹¹. Zákonem č. 155/2010 Sb., kterým se mění některé zákony ke zkvalitnění jejich aplikace a ke snížení administrativní zátěže podnikatelů, dochází k jasnému vymezení spotřebitele jako „*fyzické osoby, která při uzavírání smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání.*“¹²

⁸ HULVA, T., *Právo ochrany spotřebitele pro nepravvníky: otázky a odpovědi: vzory smluv, podání a korespondence*, s.16, HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele*, s.3

⁹ §2 (1) a), zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů
Tato definice se použije při aplikaci zák. č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, nikoli na soukromoprávní vztahy

¹⁰ § 52 (3), zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

¹¹ TOMANČÁKOVÁ, B., *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*, s.18

¹² Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 155/2010 Sb., kterým se mění některé zákony ke zkvalitnění jejich aplikace a ke snížení administrativní zátěže podnikatelů. Vzhledem k zrušení zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, bude nově spotřebitel vymezen zákonem č. 89/2012, občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, v § 419 jako „*každý člověk, který mimo rámec*

Lze tedy z uvedených definic dovodit, že spotřebitelem je pouze fyzická osoba, která je konečným uživatelem výrobku nebo služby, určených pouze pro jeho vlastní a konečnou potřebu.¹³

Dalšími zákony, kde je spotřebitel definován je zákon č. 321/2001 Sb., o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru, ve znění pozdějších předpisů, a to v § 2 jako „fyzická osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti a v jejíž prospěch je spotřebitelský úvěr sjednáván“¹⁴, a zákon č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích, ve znění pozdějších předpisů, dle kterého spotřebitel je „každá fyzická osoba, která využívá nebo žádá veřejně službu elektronických komunikací pro účely mimo rámec její podnikatelské činnosti.“¹⁵

Spotřebitele lze dle Tomančákové rozdělit na dva druhy, a to na pasivního spotřebitele a aktivního spotřebitele. „V prvním případě je možné spotřebitele považovat za slabou a důvěřivou osobu (tzv. pasivní spotřebitel), která potřebuje vyšší míru ochrany za pomoci zákonných opatření¹⁶. Na druhé straně můžeme za spotřebitele považovat velmi jistou, s riziky dobře obeznámenou a informovanou osobu, neboli tzv. aktivního spotřebitel, který je připraven racionálně uzavírat smlouvy v rámci celého jednotného trhu.“¹⁷

Prodávající je vymezen v §2 odst. 1b) zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, jako „podnikatel¹⁸, který spotřebiteli prodává výrobky nebo poskytuje služby“¹⁹ a v §2 odst. 2 téhož zákona jako „i fyzická osoba, která prodává spotřebiteli rostlinné a živočišné výrobky z vlastní drobné pěstitelské nebo chovatelské činnosti anebo lesní plody“²⁰.

své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná“.

¹³ ZDRAŽIL, M., *O ochraně spotřebitele: praktická příručka se vzory a judikaturou*, s.16

¹⁴ § 2 zákon č. 321/2001 Sb., o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru, ve znění pozdějších předpisů

¹⁵ § 2 zákon č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích, ve znění pozdějších předpisů

¹⁶ Zákonné opatření je normativní právní akt, který vydává Senát. Tomančáková v tomto smyslu myslela zákonné úpravy.

¹⁷ TOMANČÁKOVÁ, B., *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*, s.16

¹⁸ Podnikatel v § 2 odst. 2 zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů je „a) osoba zapsaná v obchodním rejstříku, b) osoba, která podniká na základě živnostenského podnikání, c) osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů, d) osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu“.

¹⁹ § 2 (1b), zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

²⁰ § 2 (2), zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

Z toho vyplývá, že „povinnosti prodávajícího proto nestíhají nejen osoby, které samostatně, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost provádějí soustavnou činnost, jejímž účelem je dosažení zisku, ale rovněž fyzické osoby, jež tyto základní pojmové znaky podnikatelské činnosti nenaplnují, ovšem v drobném (příležitostně) prodávají své přebytky.“²¹

3.1.3 Spotřebitelské organizace

Spotřebitelské organizace jsou „nevládní a neziskové organizace, které vyvíjejí činnost v oblasti ochrany spotřebitelů v České republice. Jsou nezávislými občanskými sdruženími²² podle zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů a jsou řádně registrovány jako právnické osoby²³ na ČSÚ a příslušném finančním úřadu.“²⁴

Jejich činnost je založena na profesionální a dobrovolné úrovni. Ve svých aktivitách vycházejí dle zásad činnosti spotřebitelských organizací, které definovala Mezinárodní organizace spotřebitelů. „Podle těchto zásad musí být spotřebitelské organizace nezávislé na hospodářských subjektech, politických stranách a hnutích. Neměly by přijímat finanční podpory, které by je zavazovaly vzhledem k zájmovým skupinám, a tím by se ve své činnosti mohly nechat ovlivňovat a ztratit svoji nezávislost.“²⁵

V celkovém pojetí ochrany spotřebitele mají nezastupitelnou úlohu, neboť „vytváří jednak jakési nárazníkové pásmo mezi spotřebitelem a jeho „protivníkem“ (prodejcem, poskytovatelem služeb apod.) a jednak vyvíjí tlak na stát a jeho instituce, aby se systém ochrany spotřebitele nezpronevřoval svému poslání a zlepšoval se ve prospěch spotřebitelů.“²⁶

²¹ ZDRAŽIL, M., *O ochraně spotřebitele: praktická příručka se vzory a judikaturou*, s.17,18

²² Občanská sdružení dle rekodifikace soukromého práva přejdou od 1.1.2014 na spolky zákonem č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

²³ Definice právnická osoba není v českém právním řádu uvedena, výčet právnických osob je uveden v ustanovení §18 odst. 2 zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. Právnickými osobami jsou: „a) sdružení fyzických nebo právnických osob, b) účelová sdružení majetku, c) jednotky územní samosprávy, d) jiné subjekty, o kterých to stanoví zákon.“

²⁴ KLABUSAYOVÁ, N., BURDILÁKOVÁ, R., ZLÁMALOVÁ, J., *Ochrana spotřebitele: geneze a současnost*, s.106

²⁵ HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*, s.90

²⁶ HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*, s.90

Dle charakteru své činnosti se člení na nezávislá občanská sdružení, jejichž hlavní činností je problematika ochrany spotřebitele (v ČR aktivně působí například: Občanské sdružení spotřebitelů TEST, Spotřebitel net, Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace, Sdružení českých spotřebitelů, Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska), a další nevládní organizace, jejichž činnost s ochranou spotřebitele souvisí (např. občanské poradenství, výuka a vzdělávání, atd.)²⁷ (v ČR aktivně působí například: Generation Europe, Asociace občanských poraden)

3.1.4 Neziskové organizace

Neziskové organizace jsou v právní teorii považovány za „*subjekty, které nejsou prioritně zařizovány za účelem podnikání a které si vytvářený zisk nerozdělují mezi zakladatele, členy orgánů nebo zaměstnance, ale použijí ho k dalšímu rozvoji organizace.*“²⁸ Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmu ve znění pozdějších předpisů, tyto poplatníky, kteří nejsou založeni nebo zřízeni za účelem podnikání (§18 odst. 3 tohoto zákona) vyjmenovává v §18 odst. 8 tohoto zákona. Mezi neziskové organizace²⁹ v České republice patří občanská sdružení, nadace, nadační fondy, obecně prospěšné společnosti a církevní organizace, zájmové sdružení právnických osob a další. Jsou tou organizace, které vyvíjejí svojí činnost ve prospěch svých členů v rámci zájmové činnosti, či ve prospěch veřejnosti.³⁰ Český právní řád nedefinuje pojem nezisková organizace. Jejich činnost je však upravována konkrétními zákony dle jejich právní formy. (Například občanská sdružení se řídí dle zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů, nadace a nadační fondy³¹ dle zákona č. 227/1997 Sb., o nadacích a nadačních fondech a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů.)

²⁷ KLABUSAYOVÁ, N., BURDILÁKOVÁ, R., ZLÁMALOVÁ, J., *Ochrana spotřebitele: geneze a současnost*, s.106

²⁸ FRÍČ., P. a kol. *Neziskový sektor v ČR: výsledky mezinárodního srovnávacího projektu Johns Hopkins University*, s.49

²⁹ Evidence nestátních neziskových organizací je dostupná na Portálu veřejné správy <http://www.isnno.cz/EvidencennoV10001/DesignPages/oevidenci.aspx>, <http://www.isnno.cz/EvidenceNNOV10001/DesignPages/SeznamNNO.aspx>

³⁰ ČEPELKA O., *Průvodce neziskovým sektorem Evropské unie*, s.15

³¹ Dle nového občanského zákoníku, zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, se nadace a nadační fondy mění na fundace

Neziskové organizace patří do neziskového sektoru (cílem není vytváření zisk a poté rozdělování mezi vlastníky), který se označuje také jako „třetí sektor“ (sektor, který působí mezi státem a trhem), „dobrovolnický sektor“ (dobrovolná činnost), „nevládní/nestátní sektor“ (fungující nezávisle na vládě), či „občanský sektor“ (propojení neziskových organizací s občanskou společností).³²

Dle definice amerického sociologa Lestera M. Salamona se neziskový sektor skládá z institucí, které jsou charakterizovány pěti rysy: jsou do určité míry institucionalizovány, mají soukromou povahu (jsou odděleny institucionálně od státní správy), nerozdělují zisk (mezi vlastníky či vedení organizace), jsou samosprávné a autonomní (neboli schopné řídit vlastní činnost) a jsou dobrovolné. Dalším znakem může být veřejný prospěch, podle kterého se dají neziskové organizace rozčlenit podle toho, do jaké míry plní kritérium veřejného prospěchu, a to na: organizace vzájemně prospěšné, u kterých je hlavním cílem sloužit zájmům svých členů (uzavřený kruh osob, které jsou zároveň členy organizace), a organizace veřejně prospěšné, které poskytují veřejně prospěšné služby a služby obecných zájmů (pro širokou veřejnost, která tuto službu potřebuje). Dalším způsobem rozdělení neziskových organizací je dle typu převládající činnosti, a to na: servisní, které zaměřují činnost hlavně na poskytování služeb, a advokační, které se soustřeďují zejména na obhajobu práv a zájmů různých skupin lidí, upozorňují na problematické otázky, projevují své názory, kontrolují rozhodování státní správy.³³ Neziskový sektor lze tedy rozčlenit na čtyři typické okruhy, jak zobrazuje tabulka č. 1.

Tabulka č. 1: Čtyři typické okruhy neziskových organizací

| Zaměření činnosti | Druh sledovaného zájmu | |
|-------------------|---|------------------------------|
| | <i>Veřejný</i> | <i>Kolektivní - zájmový</i> |
| <i>Servisní</i> | Servisně prospěšné | Servisní vzájemně prospěšné |
| <i>Advokační</i> | Advokační veřejně prospěšné ³⁴ | Advokační vzájemně prospěšné |

Zdroj tabulky: FRIČ., P. a kol. *Neziskový sektor v ČR: výsledky mezinárodního srovnávacího projektu Johns Hopkins University*, s.14

³² FRIČ., P. a kol. *Neziskový sektor v ČR: výsledky mezinárodního srovnávacího projektu Johns Hopkins University*, s.11

³³ FRIČ., P. a kol. *Neziskový sektor v ČR: výsledky mezinárodního srovnávacího projektu Johns Hopkins University*, s.11-13

³⁴ Spotřebitelské organizace by se řadily mezi advokační veřejně prospěšné NO

V rámci projektu The Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project L.M. Salamon a H.K. Anheier rozdělili ve své práci Mezinárodní klasifikace neziskových organizací, ICNPO-Revision 1 z roku 1996, neziskové organizace do dvanácti základních skupin dle jejich působení.³⁵ Další klasifikace neziskových organizace jsou v systému klasifikace netržních činností OSN (COPNI) a v odvětvové klasifikaci nevýrobních ekonomických činností (OKEČ – ČR). Tyto klasifikace jsou blíže uvedeny v příloze č. 1: Srovnání struktury neziskové činnosti v klasifikaci ICNPO, COPNI a OKEČ – ČR.

3.1.5 Občanské sdružení

Občanské sdružení je upraveno zákonem č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů (dále také zákon č. 83/1990 Sb.).³⁶ Ustanovení § 1 odst. 3 zákona č. 83/1990 Sb. vymezuje negativně působnost občanských sdružení. „*Tento zákon se nevztahuje na sdružování občanů a) v politických stranách a politických hnutích, b) k výdělečné činnosti nebo k zajištění řádného výkonu určitých povolání, c) v církvích a náboženských společnostech.*“³⁷ V ustanovení §4 téhož zákona jsou za účelem zabránění antidemokratických silám v působení ve společnosti a přístupu obranyschopné demokracie, která vyjadřuje „*základní ideový přístup k hledání rovnováhy mezi ochranou stávajícího demokratického státu a ochranou lidských práv*“³⁸, jsou uvedena sdružení, která nejsou dovolena. Dle § 2 odst. 2 zákona č. 83/1990 Sb. „*Členy sdružení mohou být i právnické osoby*“³⁹ a dle § 2 odst. 3 téhož zákona „*sdružení jsou právnickými osobami*“⁴⁰.

Na základě těchto paragrafů lze shrnout, že občanské sdružení je nenáboženské, nepolitické a nepodnikatelské sdružení fyzických a právnických osob za účelem

³⁵ Working Papers of The Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project, L.M.Salamon, H.K. Anheier: The International Classification of Nonprofit Organizations

³⁶ S účinností od 1.1.2014 dochází ke zrušení zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů a k přesunu právní úpravy občanských sdružení do nového občanského zákoníku – zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. Občanské sdružení se tak transformují do spolků. (FORST, A., in: *EPravo.cz* [cit.2013-09-05], dostupné z <http://www.epravo.cz/top/clanky/tranformace-obcanskych-sdruzeni-na-spolky-dle-noveho-obcanskeho-zakoniku-91443.html>)

³⁷ § 1 (3), zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů

³⁸ ČERNÝ, P., *Zákon o sdružování občanů: komentář*, s. 59

³⁹ § 2 (2), zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů

⁴⁰ § 2 (3) zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů

dosahování a ochrany společného zájmu, které nepopírá nebo neomezuje osobní, politická nebo jiná práva občanů pro jejich národnost, pohlaví, původ, rasu, politické či jiné smyšlení, náboženské vyznání a sociální postavení, či jinak neporušuje ústavu a zákony. Sdružení jsou právníckými osobami a jejich členy mohou být fyzické i právnícké osoby s výjimkou obcí, do jejich postavení a činnosti mohou státní orgány zasahovat pouze v mezích zákona.

Dle § 6 odst. 1 a 2 a §7 odst. 1, zák. č. 83/1990 Sb. sdružení vzniká registrací u Ministerstva vnitra České republiky (dále jen „MV“). *„Návrh na registraci mohou podávat nejméně tři občané, z nichž alespoň jeden musí být starší 18 let (dále jen „přípravný výbor“). Návrh podepíší členové přípravného výboru a uvedou svoje jména a příjmení, rodná čísla a bydliště. Dále uvedou, kdo z členů starších 18 let je zmocněncem oprávněným jednat jejich jménem. K návrhu připojí stanovky ve dvojím vyhotovení, v nichž musí být uvedeny: a) název sdružení, b) sídlo, c) cíl činnosti sdružení, d) orgány sdružení, způsob jejich ustavování, určení orgánů a funkcionářů oprávněných jednat jménem sdružení, e) ustanovení o organizačních jednotkách, pokud budou zřízeny a pokud budou jednat svým jménem, f) zásady hospodaření.“*⁴¹

MV registraci sdružení může odmítnout z důvodu uvedených v §8 odst. 1, zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů (například sdružení je nedovolené, stanovky nejsou v souladu se §3 odst. 1 a 2 atd.). O odmítnutí registrace MV rozhodne do 10 dnů ode dne zahájení řízení, sdružení se pomohou do 60 dní od doručení odmítnutí odvolat. Pokud MV nezjistí důvod k odmítnutí registrace, do 10 dnů od zahájení řízení provede registraci, den registrace vyznačí na jedno vyhotovení stanov, kterou zašle zmocněnci. Po registraci u MV by mělo sdružení svolat členskou schůzi, na které zvolí orgány sdružení uvedených ve stanovách. Jestliže dojde ke změně stanov, sdružení tuto skutečnost musí oznámit MV do 15 dnů od jejího schválení a dále připojí ve dvojím vyhotovení text změny.

Zánik sdružení nastává dobrovolným rozpuštěním nebo sloučením s jiným sdružením či pravomocným rozhodnutím MV o jeho rozpuštění. Při zániku sdružení se provádí majetkové

⁴¹ § 6 (2), zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů

vypořádání na základě §13 zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů.⁴²

3.1.6 Spolky

Na základě rekonstrukce soukromého práva se zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů, ruší a dochází s účinností od 1.1.2014 k přesunu právní úpravy občanských sdružení do nového občanského zákoníku, zákona č. 89/2012, občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále také „nový občanský zákoník“). Zákon č. 83/1990 Sb. upravoval občanské sdružení, které se novým občanským zákoníkem mění na spolky. Spolek je v novém občanském zákoníku vymezen v § 214 až §302.

Spolek je zakládán alespoň třemi osobami vedenými společným zájmem jako dobrovolný a samosprávný svazek členů, ve kterém se mohou spolčovat.⁴³ Založení spolku upravuje §218 až § 221 tohoto zákona. *„Zakladatelé založí spolek, shodnou-li se na obsahu stanov; stanovy obsahují alespoň a) název a sídlo spolku, b) účel spolku, c) práva a povinnosti členů vůči spolku popřípadě určení způsobu, jak jim budou práva a povinnosti vznikat, d) určení statutárního orgánu.“*⁴⁴ Spolek poté vzniká dnem zápisu do veřejného rejstříku dle § 226 nového občanského zákoníku na návrh zakladatele či osoby určené na ustavující schůzi.⁴⁵ Nový občanský zákoník upravuje organizaci spolku a dále upravuje jeho orgány apod. v § 243 až § 267. *„Orgány spolku jsou statutární orgán a nejvyšší orgán, případně kontrolní komise, rozhodčí komise a další orgány určené ve stanovách. Stanovy mohou orgány spolku pojmenovat libovolně, nevzbudí-li tím klamný dojem o jejich povaze.“*⁴⁶ Spolek může založit pobočný spolek (§ 228 až § 231), může rozdělit spolek (§ 288 až § 302) nebo mohou spolky uzavírat mezi sebou *„smlouvu o fúzi jako smlouvu o sloučení spolků nebo jako smlouvu o splynutí spolků.“*⁴⁷ Zákon tedy přímo neobsahuje ustanovení o zániku spolků, ale vymezuje v jednotlivých ustanoveních zrušení spolku rozhodnutím soudu (§ 268), likvidaci spolku (§ 269 až § 273), fúzi spolku (§ 274 až § 287)

⁴² § 12, zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů

⁴³ § 214, zákon č. 89/2012, občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

⁴⁴ § 218, zákon č. 89/2012, občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

⁴⁵ § 226, zákon č. 89/2012, občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

⁴⁶ § 243, zákon č. 89/2012, občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

⁴⁷ § 274, zákon č. 89/2012, občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

a rozdělení spolku (§ 288 až § 302), přičemž smlouva o fúzi a smlouva o rozdělení musí obsahovat údaj o tom, který spolek zaniká a který je nástupnický.⁴⁸

3.1.7 Shrnutí

Klíčovým pojmem ochrany spotřebitele (viz kapitola 3.1.1) je samotný spotřebitel (viz kapitola 3.1.2). Stejně jako ochrana spotřebitele, tak i vymezení pojmu spotřebitel je zakotven v několika právních předpisech. Spotřebitel v každém vymezení onoho předpisu je fyzickou osobou, která nejedná v rámci svého podnikání. (Spotřebitel mohl být v zákoně č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, i osobou právnickou vzhledem k použití slova „osoba“, tuto skutečnost však změnil zákon č. 155/2010 Sb., kterým se mění některé zákony, přesnějším vymezením). V každém jednotlivém zákoně je poté uvedeno jakého konkrétního případu se to týká (například v rámci uzavírání smluv – zákon č. 40/1964, občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, při sjednávání spotřebitelského úvěru – zákon č. 321/2001 Sb., o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru, ve znění pozdějších předpisů, a podobně). Obecně lze říci, jak je ustanoveno v zákoně č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, že se jedná o „*fyzickou osobu, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání*“⁴⁹. Vzhledem k jasnosti této definice by mělo být používáno pouze toto vymezení, jelikož zcela vystihuje pojem spotřebitel. Ostatní vymezení tohoto pojmu v právních předpisech jenom rozšiřují danou oblast, které se předpis týká. Jedná se i o nové vymezení spotřebitele od ledna 2014 v ustanovení § 419 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, kterým se ruší původní zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, jako „*každý člověk, který mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná*“.⁵⁰

Nová právní úprava občanského zákoníku se bude týkat i spotřebitelských organizací (viz kapitola 3.1.3), které mají nezastupitelnou úlohu v ochraně spotřebitele na nevládní

⁴⁸ § 275 a 288 (2a), zákon č. 89/2012, občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

⁴⁹ § 2 (1), zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

⁵⁰ § 419, zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

úrovni. Spotřebitelské organizace jsou neziskovými organizacemi (viz kapitola 3.1.4), které primárně nejsou zakládány za účelem podnikání a které vytvořený zisk použijí k rozvoji organizace. Vznik spotřebitelských organizací a jejich působení jako občanská sdružení (viz kapitola 3.1.5) je do ledna 2014 upravováno zákonem č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů. V lednu 2014 dojde na základě rekodifikace soukromého práva k přesunu právní úpravy spotřebitelských organizací ze zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů, který se tímto ruší, do zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. Občanská sdružení se touto rekodifikací mění na spolky (viz kapitola 3.1.5) a musí se tak připravit na novou právní úpravu. Vzhledem k rozsahu a některých změn v nové úpravě nebude přechod pro občanská sdružení, resp. spolky, jednoduchý, ať už se jedná například o pouhý název samotného sdružení nebo samotné organizační struktury.

3.2 Evropská unie a spotřebitelské organizace

3.2.1 Vývoj ochrany spotřebitele v Evropské unii

Evropské společenství vzniklo v roce 1951, kdy byla podepsána Smlouva o založení Evropského společenství uhlí a oceli (ESUO)⁵¹ v Paříži zeměmi Belgie, Francie, Itálie, Lucembursko, Německo a Nizozemí. Jeho hlavním cílem bylo vytvoření společného trhu, kde bylo nutné dodržovat čtyři základní svobody, a to volný pohyb zboží, služeb, osob a kapitálu. Již v počátku se zavedla společná pravidla a dále se vytvořilo několik společných institucí (dnes Evropská komise, Rada, Evropský parlament a Soudní dvůr) a vytvořily se právní pravidla, které byly platné a vynutitelné ve všech členských zemích.

Evropská společenství (dále také „ES“ nebo „Společenství“) se na začátku nezabývala otázkou ochrany spotřebitele, Římská smlouva z roku 1957 se nezmiňuje o spotřebitelské problematice. Až zavedením celní unie v polovině roku 1968 podněcovalo k hlubšímu zájmu o ochranu spotřebitele. Pokud má společný trh fungovat, je nutné, aby spotřebitel měl zájem a odvalu nakupovat v zahraničí.

V sedmdesátých letech dvacátého století se objevují první zmínky o ochraně spotřebitele. V roce 1972 se v Paříži konal Evropský summit, který se stal východiskem iniciativ Společenství zaměřených na ochranu zájmů spotřebitelů, a kde se dožadovalo zvýšené úsilí k ochraně spotřebitele. Bylo zde shledáno, že zlepšování životních podmínek zahrnuje ochranu zdraví a bezpečnosti spotřebitelů a ochrany jejich ekonomických zájmů. Po třech letech od konání Evropského summitu v Paříži (14.4.1975) byl přijat První spotřebitelský program, v němž bylo Radou ministrů schváleno pět základních práv spotřebitele (právo na ochranu zdraví a bezpečnosti spotřebitele, na ochranu hospodářských zájmů spotřebitele, na náhradu trpěných škod, informace a osvětu, na vzdělávání a na kolektivní zastupování zájmů souvisejících s ochranou spotřebitele). Ochrana spotřebitele se v tomto prvním programu zásadně začlenila do obsáhlého programu sociální ochrany pro spotřebitele.

⁵¹ ESUO = European Coal and Steel Community

Druhým programem Evropského hospodářského společenství (dále také „EHS“) o politice ochrany a informování spotřebitele z 19.5.1981 se ochrana spotřebitele dále rozšířila na další oblasti, a to zejména na zemědělskou a průmyslovou politiku a na politiku hospodářské soutěže.

Dalším základem pro rozvoj spotřebitelské problematiky v rámci ES byl Zákon o jednotném trhu z roku 1987, který ve článku „100a“ stanovuje, že je vyžadována vysoká úroveň ochrany spotřebitele při přípravě zákonodárství o jednotném trhu. Vzrůstající význam spotřebitelské politiky byl v roce 1989 uznán Evropskou komisí a při Generálním ředitelství XI pro životní prostředí, ochranu spotřebitele a nukleární bezpečnost byl zřízen Úřad pro spotřebitelskou politiku (Consumer policy service).⁵²

Dne 3.5.1990 byl Evropskou Komisí (dále „Komisí“) přijat tříletý akční plán na období 1990-1992 v oblasti politiky EHS na ochranu spotřebitele, který byl hlavně zaměřen na zlepšování informovanosti spotřebitelů o výrobcích, zvýšení bezpečí spotřebitelů při uzavírání úvěrů a zabezpečení minimálních požadavků při výrobě výrobků. V roce 1992 byla ochrana spotřebitele zahrnuta do Smlouvy o založení Evropského společenství mezi oblastmi, na jejichž základě členské státy spolupracují na unijní úrovni a které jsou předmětem legislativy Společenství, zařazena Smlouvou o Evropské unii (neboli Maastrichtskou smlouvou). Druhý tříletý akční plán na léta 1993-1995 na tuto Smlouvu „reagoval“ upevněním předpisů evropského práva, dále byl zaměřen na vyšší informovanost a právní ochranu spotřebitele.

V únoru 1997 předseda Komise Santer představil v souvislosti s krizí kolem BSE⁵³ před Evropským parlamentem politiku Společenství na ochranu zdraví spotřebitele a bezpečnosti potravin. Evropský parlament tuto politiku přijal v prohlášení o bezpečnosti potravin ve třech opatřeních: organizačním (lepší zvládání problémů a optimalizace vědeckých konzultací), legislativním (vydání nových předpisů na ochranu spotřebitele), a kontrolním (inspekce a kontrola za účelem dohledu nad plněním předpisů Společenství). Evropský parlament a Rada ve společném rozhodnutí také přijaly v roce 1999 „Obecný rámec pro činnosti Společenství ve prospěch spotřebitele“.

⁵² HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*, s.26,27, DAUSES, M.,A., ed., ZEMÁNEK, J., ed. *Příručka hospodářského práva EU: základy vnitřního trhu, ochrana životního prostředí a ochrana spotřebitele*, s.671-673

⁵³ BSE = bovinní spongiformní encefalopatie, neboli nemoc šílených krav

Pravidla Společenství na ochranu spotřebitele lze nalézt převážně ve směrnicích, na kterých se v minulosti usnášela Rada a Evropský parlament. Při tvorbě spotřebitelské legislativy Společenství je tak nutné nalézt kompromis, protože se v jednotlivých členských státech EU uplatňují dlouholeté právní ale i praktické tradice.⁵⁴ Přehled právních aktů je zobrazen v příloze č. 2.

V rámci spotřebitelské legislativy EU se jedná především o směrnici Rady 85/374/EHS ze dne 25. července 1985 o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se odpovědnosti za vadné výrobky, směrnici 85/577/EHS Rady ze dne 20. prosince 1985 o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory, směrnici 90/314/EHS Rady ze dne 13. června 1990 o souborných službách pro cesty, pobyty a zájezdy, směrnici 93/13/EHS Rady ze dne 5. dubna 1993 o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách, směrnici 97/7/ES Evropského parlamentu a Rady ze dne 20. května 1997 o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených na dálku, směrnici 98/6/ES Evropského parlamentu a Rady ze dne 16. února 1998 o ochraně spotřebitelů při označování cen výrobků nabízených spotřebiteli, směrnici 1999/44/ES Evropského parlamentu a Rady ze dne 25. května 1999 o některých aspektech prodeje spotřebního zboží a záruk na toto zboží, směrnici 2001/95/ES Evropského parlamentu a Rady ze dne 3. prosince 2001 o obecné bezpečnosti výrobků, směrnici 2006/114/ES Evropského parlamentu a Rady ze dne 12. prosince 2006 o klamavé a srovnávací reklamě a o směrnici 2008/48/ES Evropského parlamentu a Rady ze dne 23. dubna 2008 o smlouvách o spotřebitelském úvěru a o zrušení směrnice Rady 87/102/EHS.⁵⁵

V roce 2005 Evropská komise zveřejnila „Deset základních pravidel“ s cílem seznámit spotřebitele s jejich právy v rámci Evropské unie. Tato pravidla jsou zakotvena v sekundární legislativě EU a platí pro všechny spotřebitele v rámci EU. Je to minimální úroveň ochrany, kterou by měly všechny členské státy EU spotřebitelům zajišťovat. Záleží však na tom, jak jednotlivé členské země převedly pravidla EU do svých národních zákonů. V některých případech národní zákony o ochraně spotřebitele poskytují ochranu

⁵⁴ DAUSES, M., A., ed., ZEMÁNEK, J., ed. *Příručka hospodářského práva EU: základy vnitřního trhu, ochrana životního prostředí a ochrana spotřebitele*, s. 673, Ochrana spotřebitele v EU a v ČR [cit.2013-10-07], dostupné z: http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/article_494_cs.htm

⁵⁵ Ochrana spotřebitele v EU a v ČR [cit.2013-10-07], dostupné z: http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/article_494_cs.htm

vyšší. Jedná se o tato pravidla: „*nakupujte co chcete, kde chcete; pokud je zboží vadné, vraťte ho; vysoké standardy v oblasti bezpečnosti potravin; informujte se o tom, co jíte; smlouvy musí být vůči zákazníkům férové; spotřebitelé mohou někdy měnit svá rozhodnutí; možnost jednoduššího porovnávání cen; spotřebitelé nemají dostávat zavádějící informace; ochrana spotřebitele během dovolené; účinné urovnávání přeshraničních sporů.*“⁵⁶ Tato pravidla jsou blíže vysvětlena v příloze č. 3: Deset základních pravidel z roku 2005.

3.2.2 Institucionální zakotvení ochrany spotřebitele

3.2.2.1 Vývoj institucionálního zakotvení ochrany spotřebitele

Od roku 1962 existoval po dobu deseti let *Kontaktní výbor pro otázky ochrany spotřebitele* na úrovni Společenství. Jednalo se o fórum pro různé evropské organizace zabývající se ochranou spotřebitele. V roce 1973 zřídila Komise *Útvar pro ochranu životního prostředí a spotřebitele* a ustavila spotřebitelský výbor *Comité Consultatif des Consommateurs* (CCC) složený z 39 zástupců.⁵⁷ V roce 1989 byl *Comité Consultatif* přejmenován na *Conseil Consultatif des Consommateurs* a zároveň otevřen pro národní spotřebitelské organizace. V roce 1995 Komise zřídila nový spotřebitelský výbor složený z 15 zástupců národních spotřebitelských organizací a z 5 zástupců evropských organizací.

Útvar pro ochranu životního prostředí a spotřebitele z roku 1973 byl v roce 1989 rozdělen na dva samostatné útvary, na Komisi pro ochranu spotřebitele a na Komisi ochrany životního prostředí, které byly později sloučeny do Generálního ředitelství pro ochranu životního prostředí, ochranu spotřebitele a jadernou bezpečnost.

V roce 1995 byl *Útvar pro politiku v oblasti ochrany spotřebitele* vytvořený v roce 1989 pozvednut na úroveň *Generálního ředitelství XXIV – politika na ochranu spotřebitele* a v roce 1999 byla do něj přiřazena příslušnost pro veřejné zdraví, zdraví zvířat a rostlin a politiku na ochranu spotřebitele, v roce 2000 byly přidány zemědělské produkty a

⁵⁶ Evropská komise, *Ochrana spotřebitele v EU: Deset hlavních zásad Ochrana spotřebitele v EU* [cit. 2012-11-17], dostupné z: http://ec.europa.eu/consumers/cons_info/10principles/cz.pdf

⁵⁷ Tento výbor byl vytvořen ze 39 zástupců těchto organizací: Evropské kanceláře spotřebitelských svazů (BEUZ), Evropského odborového svazu (EGB), Evropského společenství spotřebních družstev (EUROCOOP) a Výboru rodinných organizací při Evropských společenstvích (COFACE)

potravinové právo. Evropská komise v průběhu let dále tvořila a tvoří velké množství poradních výborů, které poskytují rady a podpory v nejrůznějších oblastech činnosti.⁵⁸

3.2.2.2. Orgány Evropské unie a ochrana spotřebitele

3.2.2.2.1 Evropská komise

V rámci Evropské komise (dále také „Komise“) se sídlem v Bruselu, která sleduje zájmy Evropské unie jako celku a je iniciátorem legislativy, fungují tři poradní vědecké výbory, kterými jsou Vědecký výbor pro spotřebitelské výrobky, Vědecký výbor pro zdraví a ekologická rizika a Vědecký výbor o vznikajících a nově identifikovaných rizikách. Současným komisařem pro ochranu spotřebitele je John Dalli pocházející z Malty a v čele Generálního ředitelství pro zdraví a ochranu spotřebitele (nebo také DG SNACO) sedí Robert Madelin z Velké Británie. S cílem seznámit spotřebitele s jejich spotřebitelskými právy Komise zveřejnila „Deset základních pravidel ochrany spotřebitele v Evropské unii“ (viz výše), a pro období 2007-2013 vytyčila v oblasti spotřebitelské politiky a ochrany spotřebitele dva hlavní cíle, kterými jsou: zajištění vysoké úrovně ochrany spotřebitele (prostřednictvím kvalitnějších dokladů, lepších konzultací a lepšího zastupování zájmů spotřebitelů) a zajištění účinné aplikace právních předpisů v oblasti ochrany spotřebitele (poskytování informací, vzdělávání, právní prostředky nápravy).⁵⁹

Evropská komise zřídila v rámci ochrany spotřebitele **Evropskou poradní skupinu spotřebitelů** (dále také „ECCG“). ECCG⁶⁰ je poradním orgánem Evropské komise a poradní skupinou⁶¹ národních a evropských spotřebitelských organizací se sídlem v Bruselu, kde se čtyřikrát do roka schází. Představuje fórum pro obecné diskuze o spotřebitelských problémech, vyjadřuje se ke Společenství v záležitostech ovlivňujících ochranu spotřebitelů, nastiňuje politiky a činnosti, které mají dopad na spotřebitele,

⁵⁸ DAUSES, M., A., ed., ZEMÁNEK, J., ed. *Příručka hospodářského práva EU: základy vnitřního trhu, ochrana životního prostředí a ochrana spotřebitele*, s.675,676

⁵⁹ KOPECKÁ, H., *Ochrana spotřebitele*, [cit. 2013-10-07], dostupné z <https://www.euroskop.cz/8969/sekce/ochrana-spotrebitela>, EU institutions and other bodies. *Europa*, [cit. 2013-09-09]. Dostupné z: <http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/>, Jaká mám práva jako spotřebitel na trhu EU, [cit. 2013-10-07], dostupné z: http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/index_cs.htm

⁶⁰ ECCG = The European Consumer Consultative Group

⁶¹ Poradní skupina se skládá jednoho zástupce národních spotřebitelských organizací pro danou zemi, jednoho člena z každé evropské organizace BEUC a ANEC, ze dvou přidružených členů EUROCOOP a COFACE a ze dvou pozorovatelů z Islandu a Norska.

informuje Komisi o vývoji spotřebitelské politiky v členských státech a poskytuje informace o Společenství u různých národních organizací. Zabývá se regulací obchodu a služeb, integrací do ostatních evropských politik, hospodářskou soutěží.⁶²

3.2.2.2 Evropský Parlament

Evropský parlament zastupuje občany EU, hájí jejich zájmy a vedle Rady EU je jedním z hlavních orgánů EU, který přijímá právní předpisy. Otázkami ochrany spotřebitele se zabývá Výbor pro vnitřní trh a ochranu spotřebitelů (IMCO)⁶³ v čele s Malcomem Harbour a Výbor pro Životní prostředí, veřejné zdraví a bezpečnosti potravin (ENVI)⁶⁴ s předsedou Jo Leinenem.⁶⁵

3.2.2.3 Rada Evropské unie

Evropská rada má dvojí úlohu, určuje obecný politický směr a priority EU a zabývá se složitějšími otázkami, které nelze řešit na úrovni mezivládní spolupráce. Otázky ochrany spotřebitele projednává Rada pro zaměstnanost, sociální politiku, zdraví a ochranu spotřebitele (EPSCO)⁶⁶, jejichž členové se scházejí čtyřikrát do roka, Rada pro konkurenceschopnost (scházejí se šestkrát ročně) a pracovní skupina Ochrana spotřebitele a informace.⁶⁷

3.2.2.3 Evropské spotřebitelské organizace

3.2.2.3.1 Úvod

Na evropské úrovni působí několik spotřebitelských organizací, které sdružují některé národní spotřebitelské organizace, pomáhají spotřebiteli při domáhání jeho práv a zabývají se dalšími otázkami ochrany spotřebitele. Jsou jimi Svaz evropských spotřebitelů,

⁶² Health and Consumers: Consumers, [cit. 2013-08-17], dostupné z:

http://ec.europa.eu/consumers/empowerment/eccg_en.htm

⁶³ IMCO = Internal Market and Consumer Protection

⁶⁴ ENVI = Committee on the Environment, Health and Food Safety

⁶⁵ KOPECKÁ, H., Ochrana spotřebitele, [cit. 2013-10-07], dostupné z:

<https://www.euroskop.cz/8969/sekce/ochrana-spotrebitel>, Evropský parlament. *Europa*, [cit. 2013-09-10], dostupné z: http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/european-parliament/index_cs.htm

⁶⁶ EPSCO = Employment, Social Policy, Health and Consumer Affairs Council

⁶⁷ KOPECKÁ, H., Ochrana spotřebitele, [cit. 2013-10-07], dostupné z:

<https://www.euroskop.cz/8969/sekce/ochrana-spotrebitel>, Konkurenceschopnost (vnitřní trh, průmysl, výzkum a vesmír). *Konsilium*, [cit. 2013-09-10], dostupné z:

<http://www.consilium.europa.eu/policies/council-configurations/competitiveness?lang=cs>

Evropská asociace pro koordinaci zastoupení spotřebitelů při normalizaci, Consumers International, Síť evropských spotřebitelských center, Evropská poradní skupina spotřebitelů a Euro Coop.

3.2.2.3.2 European Community of Consumer Cooperatives (Euro Coop)

Euro Coop je Evropské společenství spotřebitelských družstev, které bylo založeno v roce 1957 v Bruselu a bylo uznáno Evropskou komisí jako první nevládní organizace. Jeho členy jsou národní organizace spotřebního družstevnictví z 18 evropských zemí a z jednoho mimoevropského státu, viz příloha č. 4 Členové European Community of Consumer Cooperatives (Euro Coop). Nyní reprezentuje více než 4500 lokálních a regionálních spolupracujících členů, kteří chrání zájmy více než 30 milionů spotřebitelů v celé Evropě. Zástupcem České republiky je Svaz českých a moravských spotřebních družstev. Je financován pouze ze členských poplatků. Euro Coop působí hlavně v potravinářském maloobchodu. Jeho činností je podpora a reprezentování hospodářských a sociálních cílů svých členů s evropskými institucemi, hájení zodpovědného a etického přístupu k potravinám, udržitelnosti a spotřebitelských otázek na evropské úrovni, informování členských organizací o evropských iniciativách souvztažných k jejich činnosti, poskytování prostoru pro výměnu informací a koordinaci společných zájmů mezi členskými organizacemi.⁶⁸

Za účelem podpory modelu spolupráce jako prostředku k budování demokratičtější, odpovědnější a spravedlivější Evropy se zaměřují na oblasti politiky potravinové, podnikání a potravinové maloobchodní politiky, politiky udržitelného rozvoje, družstevní identity a spotřebitelské politiky.⁶⁹

Strukturálně je Euro Coop složen z valné hromady a z představenstva. Valná hromada má nejširší pravomoc (jmenování a odvolávání členů, schvalování rozpočtu atd.) a je složena ze zástupců všech členů Euro Coop. Řádní členové mají právo volit a „pozorovatelé – členové“ se mohou účastnit bez hlasovacího práva. Představenstvo má

⁶⁸ Home. *Eurocoop*, [cit. 2013-08-10], dostupné z: <http://www.eurocoop.org/en/>, Who we are. *Eurocoop*, [cit. 2013-08-10], dostupné z: <http://www.eurocoop.org/en/euro-coop/who-we-are>, HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*, s.39, Euro Coop's position on the European Transparency Initiative and the Code of Conduct for interest, [cit. 2013-08-10], dostupné z: [representatives.http://ec.europa.eu/transparency/consultation_code/docs/contrib/22_Euro_Coop.pdf](http://ec.europa.eu/transparency/consultation_code/docs/contrib/22_Euro_Coop.pdf)

⁶⁹ Our priorities. *Eurocoop*, [cit. 2013-08-10], dostupné z: <http://www.eurocoop.org/en/euro-coop/our-priorities>

funkci řídící a dvouletý mandát. Počet členů je omezen na 75% z počtu řádných členů. Ze svých členů poté volí předsedu, jímž je v současné době Mr. Duncan Bowdler z The Co-operative Group, Manchester (Velká Británie) a dva viceprezidenty.⁷⁰

3.2.2.3 Consumers International (CI)

Consumers International (dále také „CI“) bylo založeno v roce 1960 za účelem boje za spravedlivou, bezpečnou a udržitelnou budoucnost pro všechny spotřebitele v rámci globálního trhu ve stále vzrůstající dominanci mezinárodních korporací.

CI je světová federace sdružující více jak 240 členských organizací ze 120 zemí světa (ohledně České republiky byl členem CI od roku 1999 Sdružení obrany spotřebitelů), která ve spolupráci se členy tvoří nezávislý a globální hlas pro spotřebitele. Jejich posláním je bojovat, chránit, podporovat a rozvíjet práva spotřebitelů jakožto mezinárodní základ ochrany spotřebitele s cílem pomáhat k ochraně a posílení postavení spotřebitelů po celém světě, a dále podporovat, rozvíjet a spolupracovat se členy organizace, kteří chrání, informují a ochraňují práva spotřebitelů.⁷¹ Je financována z členských příspěvků a také hlavně z grantů (od mezinárodních institucí, krajských úřadů, vlády, vysokých škol apod.)⁷²

Mezi projekty a kampaně CI patří finanční celosvětové vzdělávání, bezpečnost potravin, spotřebitelská práva a ochrana, počítačové sítě, klamavá reklama a další.⁷³

CI je tvořena třemi orgány: Valné shromáždění, Rada a Představenstvo. Valné shromáždění se skládá z řádných členů CI. Mezi jejich pravomoci patří volba předsedy Valného shromáždění, Rady a Představenstva, stanovení obecných zásad, upravování stanov a další. Rada se skládá z prezidenta z dalších až 19 členů, kteří fungují jako správní

⁷⁰ Governance structure. *Eurocoop*, [cit. 2013-08-13], dostupné z: <http://www.eurocoop.org/en/eurocoop/governance-structure>

⁷¹ About us. *Consumers international*, [cit. 2013-08-13], dostupné z: <http://www.consumersinternational.org/who-we-are/about-us/>

⁷² Consumers International - Getting Funding. *Consumers International*, [cit. 2013-08-20], dostupné z: <http://www.consumersinternational.org/our-members/member-support/getting-started/getting-funding/#.UmaU8RDG1pE>

⁷³ Our Work. *Consumers International*, [cit. 2013-08-20], dostupné z: <http://www.consumersinternational.org/our-work/http://www.consumersinternational.org/our-work/>

organizace a vypracovávají strategie a priority. Představenstvo tvoří osm členů, kteří se scházejí alespoň dvakrát do roka a mají rozhodovací roli přenesenou od Rady.⁷⁴

CI má čtyři kontaktní kanceláře, z nichž hlavní se nachází v Londýně (Velká Británie), pro Latinskou Ameriku a Karibik v Santiagu (Chile), pro Afriku v Pretorii (Jihoafrická republika), pro Asii, Tichomoří v Kuala Lumpur (Malaysie) a pro Blízký Východ v Azaiba (Oman).⁷⁵

3.2.2.3.4 Svaz evropských spotřebitelů (BEUC)

Dlouhodobá spolupráce mezi spotřebitelskými organizacemi z Belgie, Lucemburska, Francie, Nizozemí, Itálie a Německa, jejichž cílem bylo posílení základních spotřebitelských práv v Evropě prostřednictvím zákonů, vedla ke vzniku evropského sdružení Svaz evropských spotřebitelů (originální název Le Bureau Européen des Unions de Consommateurs, dále pouze „BEUC“) dne 6. března 1962 se sídlem v Bruselu. BEUC byl průkopníkem, jedním z prvních lobbistických sdružení zřízených na základě evropského kapitálu s cílem ovlivnit rozhodovací proces. Je financován především z příspěvků členských organizací a dále z prostředků rozpočtu EU. BEUC se zabývá podporou práv spotřebitelů, mezi které řadí práva na bezpečnost, informace, volby, zastoupení, nápravu, vzdělání, uspokojení základních potřeb a čisté životní prostředí. Navíc se v zájmu spotřebitelů snaží ovlivňovat vývoj politiky EU začleněním právě těchto práv do všech jejích oblastí, jimiž jsou: energie a udržitelnost, finanční služby, potraviny, zdraví, bezpečnost, spotřebitelské smlouvy, digitální prostředí a odškodnění spotřebitelů.

Tato evropská spotřebitelská organizace podporuje postavení spotřebitelů prostřednictvím konkurenčních trhů, zajímá se o bezpečnost výrobků a služeb na trhu, chrání ekonomické a právní zájmy spotřebitelů. Dále se snaží zajistit, aby spotřebitelská politika na úrovni EU byla udržitelná pro všechny, což se netýká pouze ochrany životního prostředí včetně změny klimatu, ale také snížení negativních sociálních a hospodářských

⁷⁴ Who we are – How we're run. *Consumers International*, [cit. 2013-08-20], dostupné z: <http://www.consumersinternational.org/who-we-are/governance-bodies/#.UojrwuLl5pE>

⁷⁵ Contact us. *Consumers International*, [cit. 2013-08-25], dostupné z: <http://www.consumersinternational.org/contact-us>

dopadů. Zvýšenou pozornost věnuje potřebám znevýhodněných a nejvíce zranitelných občanů, jako jsou děti, starší lidé či lidé se zdravotním postižením.⁷⁶

Hlavní orgánem BEUC je výkonná rada, která se skládá z deseti reprezentantů z členských organizací, kteří jsou voleni valnou hromadou na čtyři roky. Reprezentanti se scházejí v pravidelných intervalech v průběhu roku. Prezident BEUC, kterým je nyní Peter Vicary-Smith z anglické spotřebitelské organizace Which?, navrhuje politické cíle a provozní program a koordinuje Valné shromáždění.⁷⁷

Mezi členy BEUC se řadí 41 nezávislých národních spotřebitelských organizací (viz příloha č. 5) z 31 evropských zemí, které BEUC zastřešuje. Jeho cílem je zatupování svých členů a prosazování a hájení zájmů všech spotřebitelů v Evropě. BEUC nabízí svým členům výhody, jako například získávání nových kontaktů, účast na konferencích, seminářích, možnost zviditelnění se, sdílení informací atd. Dále nabízí dvojí členství – „řádní členové“ (přispívají 0,45% svého ročního příjmu, prosazují a hájí obecné zájmy spotřebitelů, mají právo se podílet na všech činnostech BEUC, vytvářet strategie, hlasovat na Valném shromáždění apod.), a „přidružení členové“ (přispívají 0,30% svého ročního příjmu, obecně podporují a brání zájmy spotřebitelů, mají národní, regionální nebo přeshraniční mezinárodní dosah, nepodílejí se na strategii, mají právo se účastnit všech činností BEUC, ale nemohou hlasovat). Českým přidruženým členem BEUC je spotřebitelská organizace dTest (Czech association od consumers TEST) a kontaktní osobou je Karel Pavlík.⁷⁸

3.2.2.3.5 Evropská asociace pro koordinaci zastoupení spotřebitelů při normalizaci (ANEC)

Evropská asociace pro koordinaci zastoupení spotřebitelů při normalizaci (originální název European Association for the Co-ordination od Consumer Repesantion in Standardisation , dále jen „ANEC“) byla založena roku 1995 se sídlem v Bruselu národními spotřebitelskými organizacemi z osmnácti zemí EU a EFTA⁷⁹ jako mezinárodní

⁷⁶ HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*, s.37,38, BEUC? BEUK? BOUIK? BEEEOOK?. *BEUC*, [cit. 2013-09-07], dostupné z: <http://www.beuc.org/Content/Default.asp?PageID=855>

⁷⁷ BEUC Executive. *BEUC*, [cit. 2013-09-07], dostupné z: <http://www.beuc.org/Content/Default.asp?PageID=1527>

⁷⁸ Affiliation. *BEUC*, [cit. 2013-09-07], dostupné z: <http://www.beuc.org/Content/Default.asp?PageID=840>

⁷⁹ EFTA = Evropské sdružení volného obchodu, anglicky The European Free Trade Association

nezisková organizace⁸⁰, jejímž záměrem bylo soustředit se na spotřebitelskou účast v normalizaci ve světovém měřítku. Je financována z EU (95%) a z EFTA (5%). ANEC je organizací, která zastupuje zájmy evropských spotřebitelů v oblasti normalizace, neboli zastupuje zájem spotřebitelů při tvorbě technických norem, zejména těch v oblasti evropského práva a veřejné politiky, neboť „normy⁸¹ poskytují šrouby a matice moderní společnosti“.⁸²

Podílí se a účastní se prostřednictvím svých dobrovolníků v oblasti tvorby norem ve třech evropských normalizačních organizacích (CEN⁸³, CENELEC⁸⁴, ETSI⁸⁵) a v dalších organizacích, jež vyvíjejí standardy, které mohou přímo či nepřímo ovlivnit spotřebitele (např. UNECE⁸⁶).

Mezi její priority, na kterých se podílejí stálé pracovní skupiny, patří: bezpečnost dětí, přístup k produktům a službám, bezpečnost domácích spotřebičů, životní prostředí, informovaná společnost, nanotechnologie, služby, inteligentní měřiče a inteligentní sítě a bezpečnost dopravy.⁸⁷

ANEC je řízena Valnou hromadou tvořenou 33 jedinci (viz příloha č. 6: Členské organizace Valného shromáždění ANEC 2011 - 2015) ze zemí EU a EFTA, kteří jsou jmenováni na čtyřleté období. Zástupcem České republiky je Libor Dupal ze spotřebitelské organizace Sdružení českých spotřebitelů. Řídící výbor, který realizuje strategická rozhodnutí valné hromady, se skládá z až devíti členů volených na dva roky. Již zmíněné pracovní skupiny určuje Valná hromada a řídicí výbor. Každá skupina má předsedu a tajemníka. Skupiny se zabývají se oblastmi dle svého zaměření, definují priority ve svém oboru a hledají zástupce v podobných evropských organizacích.⁸⁸

⁸⁰ A decade of consumer involvement in standardisation. *ANEC*, [cit. 2013-09-16], dostupné z: <http://www.anec.eu/attachments/10%20yr%20anniversary%20leaflet.pdf>

⁸¹ Prostřednictvím norem lze také dle ANEC například zvýšit ochranu spotřebitelů a tím snížit riziko nehod, přispět k podpoře na ochranu životního prostředí, zajistit vyšší konzistentnost kvality služeb, možnost všech věkových kategorií mít rovný přístup k produktům a službám.

⁸² What is ANEC?. *ANEC*, [cit. 2013-09-16], dostupné z: <http://www.anec.eu/anec.asp?p=about-anec&ref=01-01>

⁸³ CEN = The European Committee for Standardization

⁸⁴ CENELEC = The European Committee for Electrotechnical Standardization

⁸⁵ ETSI = The European Telecommunications Standards Institute

⁸⁶ UNECE = The United Nations Economic Commission for Europe

⁸⁷ HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*, s.38, Priorities. *ANEC*, [cit. 2013-09-16], dostupné z: <http://www.anec.eu/anec.asp?p=priorities&ref=01-01.02-01>

⁸⁸ What is ANEC?. *ANEC*, [cit. 2013-09-16], dostupné z: <http://www.anec.eu/anec.asp?p=about-anec&ref=01-01>

3.2.2.3.6 Síť evropských spotřebitelských center (ECC-Net, ESC)

Síť evropských spotřebitelských center (ESC či ECC-Net, obecný anglický název European Consumer Centres Network) bylo založeno v lednu 2005 za finanční podpory EU sloučením dvou sítí na ochranu spotřebitele – Síť pro mimosoudní řešení spotřebitelských sporů (EJE) a síť Euroguichets.⁸⁹ Pro české spotřebitele bylo ECC-Net otevřeno v Praze v dubnu téhož roku při Ministerstvu průmyslu a obchodu, a od ledna roku 2009 působí při České obchodní inspekci.

ECC-Net je celoevropská síť, která slouží spotřebitelům EU nakupujících produkty a služby na evropském trhu - poskytuje jim bezplatné rady ohledně jejich spotřebitelských práv v zemích EU, Norsku a Islandu, bezplatnou spolupráci a pomoc při vyřizování stížností na kvalitu výrobků či služeb, jednání obchodníků v zemích EU, Norsku a Islandu, asistuje spotřebiteli při hledání řešení sporů s obchodníkem. ECC-Net se tedy nezabývá vnitrostátními případy a případy mimo území EU, Norsko a Island a kdy prodávající není podnikatelem, ale soukromou osobou. Přehled zemí, ve kterých je dostupné ECC-Net, je zobrazeno v příloze č. 7: Zastoupení ECC-Net v jednotlivých evropských státech.

Činnost ECC-Net pro ČR (ESC) je financována Evropskou komisí a Českou obchodní inspekci. Ředitelem ESC je od roku 2009 Mrg. Tomáš Večl.⁹⁰

3.2.3 Shrnutí

V rámci evropské úrovně působí čtyři hlavní spotřebitelské organizace – Evropské společenství spotřebitelských družstev (Euro Coop), Consumer International (CI), Svaz evropských spotřebitelů (BEUC) a Evropská asociace pro koordinaci zastoupení při normalizaci (ANEC), které vznikaly postupně na základě potřeb vyšší ochrany spotřebitele, než v té době bylo možné (viz kapitola 3.2.2.3). Příkladem může být organizace BEUC, která byla založena zakládajícími státy EU v roce 1962 v době, kdy

⁸⁹ Síť Evropských spotřebitelských center. *Europa*, [cit. 2013-10-07], dostupné z: http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/consumer_information/l32048_cs.htm

⁹⁰ O nás. *Evropské spotřebitelské centrum*, [cit. 2013-10-07], dostupné z: <http://www.evropskyspotrebitel.cz/o-nas>, Výroční zpráva o činnosti Evropského spotřebitelského centra za rok 2005, *Evropské spotřebitelské centrum pro ČR*, [cit. 2013-10-07], dostupné z: <http://www.evropskyspotrebitel.cz/files/vyrocní-zpráva-esc-2005.pdf>, European Consumer Centres Network. *ECC-Net*, [cit. 2013-10-07], dostupné z: http://ec.europa.eu/consumers/ecc/about_ecc_en.htm

Evropské společenství nejevilo větší a hlubší zájem o ochranu spotřebitele. Spotřebitelskou problematikou se o šest let později po založení BEUC Evropská unie zabývala více, a to zavedením celní unie (viz kapitola 3.2.1).

Kromě jedné z nich, Consumers International sídlící v Londýně, se jejich sídla nacházejí v Bruselu - v hlavním městě Belgie a neoficiálním městem Evropy. Na základě jejich povahy a působení získávají finanční prostředky pro svou činnost (Euro Coop je financován pouze ze členských příspěvků, CI z členských příspěvků a grantů a BEUC a ANEC mimo jiné z rozpočtu EU) a sdružují členy, kteří nemusejí být nutně organizacemi z členských států Evropské unie, z minimálně 18 zemí.

První nevládní organizací uznanou Evropskou Komisí byl Euro Coop (viz kapitola 3.2.2.3.2) založený v roce 1957 za účelem sdružování národních organizací spotřebního družstevnictví a působení hlavně v potravinářském maloobchodu. Je reprezentován více než 4 500 členy z 18 evropských a jednoho mimoevropského státu.

Největší sdružující světovou spotřebitelskou organizací se členy ze 120 zemí světa je organizace Consumers International (viz kapitola 3.2.2.3.3). Dle svého charakteru a v závislosti na rozsahu světového působení není stejně jako Euro Coop financována z rozpočtu EU. CI chrání a posiluje spotřebitelská práva za účelem lepšího postavení spotřebitelů ve světě.

BEUC spolu s ANEC jsou financovány z rozpočtu EU vzhledem k jejich působnosti hlavně v EU. BEUC (viz kapitola 3.2.2.3.4) jako první sdružení založené s cílem ovlivnit rozhodovací proces se zabývá podporou práv spotřebitelů a v jejich zájmu se snaží ovlivňovat vývoj politiky EU. Sdružuje 41 nezávislých evropských organizací, kterým za členský poplatek nabízí výhody přirovnatelné k sociální síti (v sociologickém pojetí).

ANEC přímo nesdružuje spotřebitelské organizace jako BEUC, ale „sdružuje“ jednotlivé členy neboli zástupce spotřebitelských organizací v rámci Valného shromáždění jmenovaného na čtyři roky (viz kapitola 3.2.2.3.5). Byl založen se záměrem zastupovat zájmy evropských spotřebitelů při tvorbě technickým norem.

Zastoupení českých spotřebitelských organizací v nadnárodních spotřebitelských organizacích není silné. V BEUC jsou země zastoupeny dvěma organizacemi (10 zemí, a to například Velká Británie, Francie, Německo, Rakousko, Řecko) nebo alespoň jednou organizací, která má plné členství (18 zemí, například Slovensko, Belgie, Bulharsko).

Výjimkou je poté Česká republika (s organizací Občanské sdružení spotřebitelů TEST), Litva a Švýcarsko, které jako jediné nejsou zastoupeny spotřebitelskou organizací jako řádní členové, nýbrž pouze jako přidružení. Dalším příkladem je zastoupení české spotřebitelské organizace Sdružení obrany spotřebitelů, která byla členem v organizaci Consumers International 13 let. Nyní ČR v této světové spotřebitelské organizaci zastoupení nemá.

Plné členství v organizace Euro Coop má Svaz českých a moravských spotřebních družstev. Zastoupení ČR je významné v organizaci ANEC, ve které Ing. Libor Dupal ze Sdružení českých spotřebitelů zasedá v řídicím výboru ANEC v období 2013 – 2015, a dále člen Sdružení českých spotřebitelů zasedá ve Valném shromáždění.

Ochrana spotřebitele v EU je zakotvena také institucionálně, a to především v Evropském Parlamentu (viz kapitola 3.2.2.2.2), Radě EU (viz kapitola 3.2.2.2.3) a Evropské komisi (viz kapitola 3.2.2.2.1), která v rámci ochrany spotřebitele zřídila poradní orgán Evropské komise a zároveň poradní skupinu spotřebitelských organizací – Evropskou poradní skupinu spotřebitelů představují fórum spotřebitelských záležitostí.

Pro členské země EU, Norsko a Island byla založena Síť evropských spotřebitelských center (ECC-Net) (kapitola 3.2.2.3.6). Pro každou zemi je centrum zřízeno zvlášť. V případě problému s kvalitou výrobku nebo služeb či s obchodníkem v rámci přeshraniční spolupráce je spotřebiteli doporučeno obrátit se na tuzemskou síť a problém, pokud se nacházel v rámci těch států, které mají ECC-Net se může na ně se žádostí o vyřešení na ně obrátit.

3.3 Česká republika a spotřebitelské organizace

3.3.1 Vývoj ochrany spotřebitele v České republice

První počátky ochrany spotřebitele na našem území se datují za vlády císaře Rudolfa II. na území Země koruny české, kdy byla v roce 1579 vydána Práva městská království Českého Pavla Kristiána z Kolína. Bylo v nich použito právo římské, právo zemské a usnesení zemských sněmů království Českého. Již ve středověku byla známa odpovědnost za vady prodávané věci, a to jak právní, tak i faktické. Významné byly i cechovní předpisy, které nabyly na významu se vznikem manufakturní výroby, postupem času však ztrácely svůj význam s nástupem průmyslové výroby a byly zrušeny prostřednictvím rakouského Živnostenského řádu v roce 1859. Živnostenský řád (zákon č. 227/1895 ř. z.) s působností od 1.5.1860 v rámci veřejnoprávní ochrany spotřebitele stanovil například povinnosti při označování provozoven, oceňování výrobků, informační povinnost u některých druhů výrobků atd. Tento řád byl několikrát novelizován. V roce 1918 na základě zákona č. 11/1918 Sb. převzat do řádu Československé republiky a v roce 1965 spolu s jeho měnicími a prováděcími předpisy byl zrušen zákonem č. 65/1965 Sb. Soukromoprávní ochrana spotřebitelů byla od roku 1811 zajišťována Všeobecným zákoníkem občanským, který upravoval práva a povinnosti smluvních stran z tržové a směnné smlouvy, ze smlouvy na dílo a dalších. Zákoník platil až do roku 1950, kdy byl nahrazen občanským zákoníkem č. 141/1950 Sb.⁹¹

Kromě živnostenského řádu byla vydána řada dalších předpisů⁹² v 19. a na začátku 20. století, které také sledovali zájem na ochraně spotřebitele.⁹³

„Po roce 1949 se ochranou spotřebitele zabýval Zákon o vnitřním obchodě. Obsahoval opatření týkající se zajištění oběhu zboží, jeho distribuce a kontroly

⁹¹ ZDRAŽIL, M., *O ochraně spotřebitele: praktická příručka se vzory a judikaturou*, s.7,8, HULVA, T., *Ochrana spotřebitele*, s.24, 25

⁹² Dalšími předpisy jsou například zákon č. 26/1995 ř.z., o výprodejích, zákon č. 26/1902 ř.z., o obchodu s máslem, sýrem, přepuštěným máslem a vepřovým sádlem a jejich náhražkami

⁹³ ZDRAŽIL, M., *O ochraně spotřebitele: praktická příručka se vzory a judikaturou*, s.8

spotřeby.⁹⁴ Ministerstvo vnitřního obchodu vydalo několik vyhlášek⁹⁵, kterými byla řešena řada zájmů spotřebitelů.⁹⁶

„Po zavedení centrálně plánované ekonomiky fungovala ochrana spotřebitele v tehdejší Československu pouze sporadicky – na základě centralistického vlivu státu. Systém diktatury výrobce vytvářel zcela nerovnovážný vztah mezi výrobcí, distributory či prodejci a spotřebiteli. Zájmy spotřebitelů byly víceméně potlačovány, neboť úvahy výrobců, plány firem a strategie rozvoje se neodvíjely od potřeb a požadavků zákazníků.“⁹⁷ Monopolní výrobci nebo prodejci tak měli ze svého postavení na trhu mnoho výhod (například stanovení si vysoké monopolní ceny, nebyli tlačeni k inovaci, k vyšší náročnosti na kvalitu). V tomto období (centrální řízení ekonomiky) ochranu spotřebitele garantoval stát prostřednictvím svých orgánů, mezi které patřily například národní výbory, Výbor lidové kontroly, Státní obchodní inspekce a další instituce.⁹⁸ Jejich činnost je popsána v příloze č. 8: Orgány na ochranu spotřebitele v období centrálně řízené ekonomiky a jejich činnost.

Tyto instituce tedy pouze zmírňovaly dopad monopolní výroby na spotřebitele. Měly určité znaky ochrany spotřebitele, ale také nedostatky (například byly ovlivněny politickými zájmy státu, nepůsobily preventivně nýbrž následně). Jako nástroj ochrany spotřebitele sloužily tzv. Knihy přání a stížností⁹⁹ a Reklamační řády.¹⁰⁰

V té době také byly přijímány různé normy a zákony, které ovšem nebyly důsledně uplatňovány, prosazovány a vynucovány. Neexistoval konkrétní speciální zákon na ochranu spotřebitele. *„Byly sice přijímány různé normy a zákony srovnatelné s mezinárodními, ovšem jejich uplatňování, prosazování a vynucování nebylo důsledné, byla udělována celá řada výjimek motivovaných politicky a ekonomicky. Přístup spotřebitelům k informacím byl velmi složitý, Nevycházely žádné nezávislé spotřebitelské časopisy a rovněž nebylo možné zakládat dobrovolné spotřebitelské organizace a skupiny,*

⁹⁴ HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*, s. 40

⁹⁵ Například vyhlášku č. 13/1968 Sb., o pravidlech obchodního podnikání, vyhlášku č. 218/1954 Ú. l. o jednotném vedení knihy přání a stížností v maloobchodních prodejnách a závodech společného stravování

⁹⁶ ZDRAŽIL, M., *O ochraně spotřebitele: praktická příručka se vzory a judikaturou*, s.9

⁹⁷ HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*, s. 41

⁹⁸ ZDRAŽIL, M., *O ochraně spotřebitele: praktická příručka se vzory a judikaturou*, s.10

⁹⁹ V knihách přání a stížností spotřebitel vyjadřoval svým zápisem svou nespokojenost s prodejcem či s výrobcem

¹⁰⁰ HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*, s. 41

jejichž prostřednictvím by bylo možné uplatnit názory spotřebitelů při rozhodování a které by mohly spotřebitele informovat, poradit jim či je případně zastupovat při soudním řešení spotřebitelských problémů.“¹⁰¹

Tato situace se změnila v roce 1989 demokratizačním procesem, kdy byla uvedena problematika ochrany spotřebitele do povědomí i u nás. Nejprve začaly vznikat občanské aktivity (vznik prvních sdružení na ochranu spotřebitele), následně i stát začal rozvíjet své aktivity. *„Začal se vytvářet moderní právní systém – právo ochrany spotřebitele, jehož základy byly položeny přijetím norem proti zkreslování hospodářské soutěže (zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, a zákon č. 63/1991 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, zákonem o živnostenském podnikání č. 455/1991 Sb. a zákonem č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.“¹⁰²*

3.3.2 Institucionální zakotvení ochrany spotřebitele

3.3.2.1 Státní orgány zabývající se ochranou spotřebitele

3.3.2.1.1 Úvod

„Ochrana spotřebitele může efektivně fungovat jen jako ucelený systém, složený ze tří základních prvků, které se vzájemně ovlivňují, a jejich vliv prostupuje celou společností. Tyto tři základní prvky jsou stát a jeho instituce, spotřebitelské organizace, spotřebitelé.“¹⁰³

Stát je povinen vytvářet právní, politické a institucionální zajištění ochrany spotřebitelem, protože spotřebitel je do jisté míry v nerovném postavení vůči dodavateli a povinností státu vyplývající z Listiny základních práv a svobod je zajištění rovnosti subjektů právních vztahů. Pro ochranu spotřebitele jsou určeny specializované orgány z moci výkonné, moc zákonodárná ani soudní tyto orgány nemá. Podle působnosti lze orgány rozdělit na ústřední (centrální), oblastní (regionální) a místní (lokální).¹⁰⁴ V příloze č. 9 Vládní instituce a orgány a spotřebitelské organizace je shrnutí a vztah mezi nimi.

¹⁰¹ HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*, s. 43

¹⁰² HULVA, T., *Ochrana spotřebitele*, s.27

¹⁰³ HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*, s.17,18

¹⁰⁴ HULVA, T., *Ochrana spotřebitele*, s.75

3.3.2.1.2 Ústřední orgány státní správy

Z hlediska ochrany spotřebitele je specifické, že dohled nad ním není přiřazen do kompetence jediného ústředního orgánu státní správy¹⁰⁵. Nejvíce aspektů této ochrany spadá pod **Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky** (dále také „MPO“), některé oblasti ochrany spotřebitele jsou však zcela nebo zčásti svěřeny do pravomoci jiných orgánů státní správy – např. Ministerstvu zdravotnictví, Ministerstvu zemědělství.¹⁰⁶

„Do okruhu činností Ministerstva průmyslu a obchodu ČR ovlivňujících přímo komunitu spotřebitelů spadá obchodní spolupráce s ES, ESVO¹⁰⁷, GATT¹⁰⁸ a jinými mezinárodními organizacemi a seskupeními, řídí puncovníctví a zkoušení drahých kovů. Ministerstvu jsou podřízeny i některé orgány dohlížející nad výrobou a prodejem výrobků a poskytování služeb, zejména se tím myslí Česká obchodní inspekce a Puncovní úřad.“¹⁰⁹

Dalšími ústředními orgány důležitými pro ochranu spotřebitele jsou **Ministerstvo zemědělství**, které je odpovědné za bezpečnosti potravin, nápojů a tabákových výrobků a za fytoosanitární a veterinární prevenci, **Ministerstvo pro místní rozvoj** odpovídající za služby cestovního ruchu, **Ministerstvo zdravotnictví** odpovědné za hygienickou prevenci, léčiva a reklamu na léčiva, za hračky a kosmetiku, **Ministerstvo financí**, které odpovídá za cenové označení, dále **Ministerstvo kultury**, které je důležité pro spotřebitele vzhledem k jeho pravomocem v oblasti tisku, rozhlasového a televizního vysílání a v oblasti kultury, **Ministerstvo dopravy** a spojů odpovědné za oblast dopravy a **Úřad pro ochranu hospodářské soutěže** pro podporu a ochranu hospodářské soutěže proti jejímu nedovolenému omezování.¹¹⁰

¹⁰⁵ „Státní správa představuje jednu z forem činnosti státu, a to formou, jejímž posláním je realizace výkonné moci státu. Svou povahou je státní správa organizující a mocensko-ochrannou činností státu, která v sobě spojuje jednak prvky klasického řízení, jednak prvky regulace, a to v nejobecnějším chápání těchto pojmů.“

PRŮCHA, P., *Správní právo*, s. 59

¹⁰⁶ HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*, s.44, HULVA, T., *Ochrana spotřebitele*, s.75

¹⁰⁷ ESVO = Evropské sdružení volného obchodu

¹⁰⁸ GATT = General Agreement on Tariffs and Trade

¹⁰⁹ HULVA, T., *Ochrana spotřebitele*, s.76

¹¹⁰ KLABUSAYOVÁ, N., BURDILÁKOVÁ, R., ZLÁMALOVÁ, J., *Ochrana spotřebitele: geneze a současnost*, s.94,95, HULVA, T., *Ochrana spotřebitele*, s.78-79

3.3.2.1.3 Orgány státní správy činné v oblasti ochrany spotřebitele

Množství orgánů státní správy činné v oblasti ochrany spotřebitele je poměrně značné. Při řešení určitého problému je tedy nutné přesně analyzovat vztahy dotyčných orgánů státní správy a určit, který z orgánů je pro řešení tohoto problému věcně a místně příslušný.¹¹¹ V tabulce č. 2 je přehled orgánů státní správy, které se zabývají ochranou spotřebitele. Jsou rozděleny dle ústředních orgánů státní správy, které vykonávají svou působnost podle oblastí určených v kompetenčním zákoně.

Tabulka č. 2: Rozdělení orgánů státní správy činných v oblasti ochrany spotřebitele dle ústředních orgánů státní správy

| | |
|--|---|
| Ministerstvo průmyslu a obchodu | Česká obchodní inspekce |
| | živnostenské úřady |
| | Puncovní úřad |
| | Státní energetická inspekce |
| | Úřad pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví |
| | Český úřad pro zkoušení zbraní a střeliva |
| | Český telekomunikační úřad ¹¹² |
| Ministerstvo zemědělství | Úřad pro ochranu hospodářské soutěže ¹¹³ |
| | Státní zemědělská a potravinářská inspekce |
| | Česká plemenářská inspekce |
| Ministerstvo zdravotnictví | Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský |
| | orgány ochrany veřejného zdraví |
| Rada pro rozhlasové a televizní vysílání | |

Zdroj: Vlastní zpracování, data z HULVA, T., Ochrana spotřebitele, str. 78, upravena dle aktuální stavu

Nejvýznamnějším státním orgánem z hlediska ochrany spotřebitele je **Česká obchodní inspekce** (dále také „ČOI“), která spadá pod MPO. ČOI je rozpočtovou organizací a je zřízena zákonem č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů (dále také „zákon o ČOI“). ČOI se skládá z ústředního inspektorátu a jemu podřízených inspektorátů. V čele je ústřední ředitel, od března 2013 Ing. Vladimír

¹¹¹ HULVA, T., *Ochrana spotřebitele*, s.78-79

¹¹² Do roku 2007 spadal Český telekomunikační úřad pod Ministerstvo informatiky

¹¹³ Do roku 2007 spadal Úřad pro ochranu hospodářské soutěže pod Ministerstvo informatiky

Velčovský, kterého řídí MPO.¹¹⁴ ČOI dle § 2 odst. 1 zákona o ČOI „kontroluje fyzické a právní osoby prodávající nebo dodávající výrobky a zboží na vnitřní trh, poskytující služby nebo vyvíjející jinou podobnou činnost na vnitřním trhu nebo poskytující spotřebitelský úvěr (...), pokud podle zvláštních právních předpisů nevykonává dozor jiný správní úřad, pokud tento zákon nestanoví jinak (§ 7b).“¹¹⁵ V zákoně o ČOI v § 2 je poté stanoven konkrétní předmět kontroly ČOI, kterým je například dodržování podmínek a kvality služby, zda nedochází ke klamání spotřebitele, zda výrobky uváděné na trh jsou bezpečné. Více v příloze č. 10: Předmět kontroly ČOI dle § 2 odst. 2, zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů.

Dalším významnými státními orgány pro ochranu spotřebitele v kompetenci MPO jsou **živnostenské úřady**¹¹⁶ zřízeny zákonem č. 570/1991 Sb., o živnostenských úřadech, ve znění pozdějších předpisů. Byly zřízeny za účelem ochrany spotřebitele, trhu a obchodu obecně a jsou pověřeny dohledem nad řádným výkonem živností, které musí být provozovány osobami v určitém stupni odborné způsobilosti.¹¹⁷ Další povinnosti živnostníků vůči spotřebitelům jsou v zákoně č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů. Jedná se například o označení „*prodejná nebo provozní doba určenou pro styk se spotřebiteli, nejedná-li se o mobilní provozovnu nebo automat*“¹¹⁸, označit viditelně provozovnu, na žádost zákazníka vydat doklad s určitými náležitostmi o prodeji zboží či služby.¹¹⁹ Pokud živnostník svou povinnost nesplní, spotřebitel se může poté obrátit na živnostenské úřady.

Významným správním orgánem spadajícím pod Ministerstvo zemědělství ČR z hlediska ochrany spotřebitele je **Státní zemědělská a potravinářská inspekce** (dále pouze „SZPI“). SZPI je zřízena zákonem č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a

¹¹⁴ Zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů, HULVA, T., *Ochrana spotřebitele*, s.79, Ústřední ředitel. ČOI, [cit. 2013-10-15], dostupné z: <http://www.coi.cz/cz/o-coi/ustreni-reditel/>

¹¹⁵ § 2, zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů

¹¹⁶ Živnostenskými úřady dle § 1, zákona č. 570/1991 Sb., o živnostenských úřadech, ve znění pozdějších předpisů, jsou: „a) *obecní živnostenské úřady, kterými jsou odbory obecních úřadů obcí s rozšířenou působností, a na území hlavního města Prahy živnostenské odbory úřadů městských částí určených Statutem hlavního města Prahy, b) krajské živnostenské úřady, kterými jsou odbory krajských úřadů, a na území hlavního města Prahy živnostenský odbor Magistrátu hlavního města Prahy, c) Živnostenský úřad České republiky.*“

¹¹⁷ HULVA, T., *Ochrana spotřebitele*, s.82

¹¹⁸ § 17 (8b), zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů

¹¹⁹ § 31 (2) a (14), zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů

potravinářské inspekci a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů. SZPI je tvořena ústředním inspektorátem (se sídlem v Brně) a jemu podřízenými inspektoráty (se sídlem v Praze, Táboře, Plzni, Ústí nad Labem, Hradci Králové, Brně a v Olomouci).¹²⁰ „*Inspekce u fyzických a právnických osob kontroluje zemědělské výrobky a potraviny nebo suroviny určené k jejich výrobě anebo tabákové výrobky, ...*“¹²¹ Zejména kontroluje splnění požadavků u zemědělských výrobků, potravin, surovin či tabákových výrobků a zda jsou bezpečné, zda nedochází ke klamání spotřebitele. Dále při plnění úkolů podle tohoto zákona a zvláštních předpisů ukládá pokuty, provádí nebo zajišťuje rozbory zemědělských výrobků, potravin, surovin nebo tabákových výrobků, vydává osvědčení atd.¹²²

3.3.2.2 Spotřebitelské organizace

3.3.2.2.1 Úvod

V České republice existuje značné množství¹²³ občanských spotřebitelských sdružení v databázi „Seznam občanských sdružení“ Ministerstva vnitra. Avšak při detailnějším zkoumání a při hledání jejich kontaktů či jejich činností je nutno konstatovat, že většina těchto organizací není aktivních¹²⁴, některé z nich jsou v insolvenční¹²⁵ nebo také zanikly¹²⁶. Pro přehled o aktivitách spotřebitelských organizací budou vybrány ty organizace, které se aktivně zapojují do spotřebitelské problematiky. To znamená, že spotřebitel je snadno vyhledá na internetovém vyhledávači včetně jejich aktuálních internetových adres a že se podaří spotřebiteli je zkontaktovat. Dále se tyto organizace účastní výběrového dotačního řízení nebo jsou také členy Spotřebitelského poradního výboru při MPO. Přehled

¹²⁰ § 1, zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů

¹²¹ § 3 (1), zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů

¹²² § 3 (1) a (2), zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů

¹²³ V databázi je zaznamenáno zhruba 50 občanských spotřebitelských organizací

¹²⁴ Příklady spotřebitelských organizací, které nevyvíjejí žádnou činnost: Nezávislá společnost nespokojených spotřebitelů, Sdružení pro Nadaci k ochraně práv a zájmů spotřebitelů, Sdružení na ochranu spotřebitele, Sdružení spotřebitelů Praha, Klub spotřebitelů - CONCORDIA

¹²⁵ V insolvenční je například sdružení Klub mladých spotřebitelů České republiky, Společnost pro reklamu, ochranu spotřebitelů a pacientů.

¹²⁶ Zanikly tyto občanské spotřebitelské organizace: Aliance spotřebitelů a obchodníků Praha (1992-1995), Spolek na ochranu soutěžitelů a spotřebitelů (1993 – 1998), Spotřebitel.cz (1998-2010), Sdružení ochrany spotřebitelů a pacientů (1999 – 2007), Sdružení spotřebitelů elektřiny (2000 – 2010)

občanských spotřebitelských organizací dostupných v databázi Ministerstva vnitra je v příloze č. 11, seznam spotřebitelských organizací uvedených na stránkách MPO je uveden v příloze č. 12.

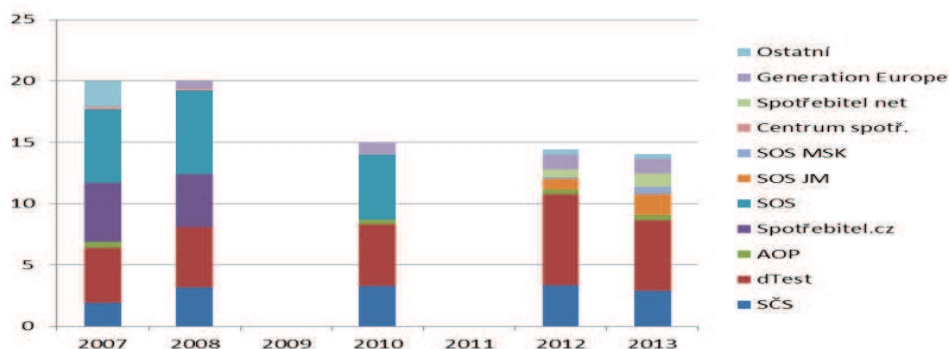
3.3.2.2 Výběrové dotační řízení v oblasti ochrany spotřebitele

Se spotřebitelskými organizacemi úzce spolupracuje MPO v rámci uplatňování spotřebitelské politiky. Každý rok rozděljuje neinvestiční dotace nestátním neziskovým organizacím, které působí v oblasti ochrany spotřebitele, na podporu realizace projektů, které jsou v souladu se stanoveným programy a přinášejí maximální užitek v této oblasti. Tyto dotační částky se pohybují za posledních deset let v rozmezí 15 – 20 milionů Kč (viz graf č. 1 a graf č. 2)¹²⁷ MPO vyhláší výběrové dotační řízení v oblasti ochrany spotřebitele na určité programy, programy pro rok 2014 jsou uvedeny v příloze č. 13: Programy ve výběrovém dotačním řízení pro rok 2014 v oblasti ochrany spotřebitele. Žadatelem se mohou stát nestátní neziskové organizace se sídlem v České republice, které splňují určité požadavky, například systematicky a dlouhodobě (nejméně dva roky od registrace) vyvíjet aktivity v rámci problematiky ochrany spotřebitele, musí být řádně registrován, řídit se principem nezávislosti atd. Organizace předloží písemnou žádost MPO s určitými administrativními náležitostmi. Hodnotitelská komise bude hodnotit projekty na základě ukazatelů definitivní výběr projektu a dotace stanoví nejpozději do února následujícího roku.¹²⁸

¹²⁷ HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*, s. 91, 92, Seznam úspěšných projektů v rámci výběrového dotačního řízení na rok 2013. *Ministerstvo průmyslu a obchodu*, [cit. 2013-10-20], dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument118754.html>

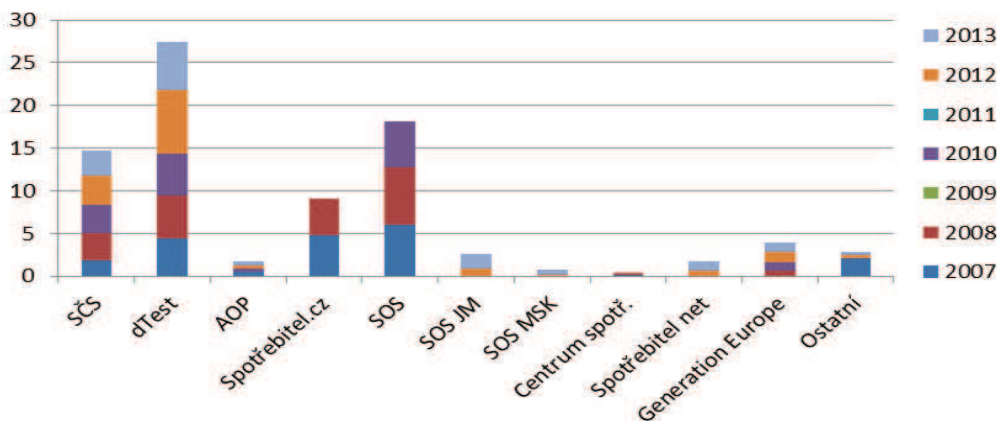
¹²⁸ Výběrové dotační řízení pro rok 2014 v oblasti ochrany spotřebitele. *Ministerstvo průmyslu a obchodu*. [cit. 2013-10-20] Dostupné z: <download.mpo.cz/get/49211/55449/603661/priloha005.doc>

Graf č. 1: Dotační politika MPO v letech 2001 – 2013 jednotlivým neziskovým organizacím v oblasti ochrany spotřebitele (částky jsou v milionech Kč)



Zdroj: Vlastní zpracování, data z dotačních politik v jednotlivých let

Graf č. 2: Rozdělení dotací v rámci dotační politiky MPO jednotlivým organizacím v letech 2007 – 2013



Zdroj: Vlastní zpracování, data z dotačních politik v jednotlivých let

3.3.2.2.3 Spotřebitelský poradní výbor při Ministerstvu průmyslu a obchodu

MPO také zřizuje Spotřebitelský poradní výbor (dále také „SPV“) a jeho činnost také financuje. „Spotřebitelský poradní výbor je platformou pro dialog mezi státními orgány České republiky a nezávislými organizacemi i pro dialog s podnikatelskou veřejností při řešení otázek spotřebitelské politiky v České republice a pro vyjádření postojů nevládních spotřebitelských organizací k vybraným otázkám ochrany spotřebitele.“¹²⁹

¹²⁹ Statut Spotřebitelského poradního výboru. Ministerstvo průmyslu a obchodu, [cit. 2013-10-20], dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument90856.html>

V současné době jsou členskými organizacemi SPV těchto osm organizací: Občanské sdružení spotřebitelů TEST, Sdružení českých spotřebitelů, Generation Europe, o.s., Asociace občanských poraden, Občanské sdružení pro bezpečnost potravin a ochranu spotřebitele, Spotřebitel net, Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska, Sdružení obrany spotřebitel – Asociace.¹³⁰

Mezi činnosti SPV je diskutování o problémech spotřebitelů, ovlivňování ochrany jejich zájmů v ČR a v jednotlivých regionech, účast na zapojení spotřebitelů do vytváření i realizace legislativních i nelegislativních opatření k zajištění dostatečné úrovně ochrany spotřebitelů, podpora účasti nevládních spotřebitelských organizací při mezinárodní spolupráci v rámci evropských i celosvětových spotřebitelských organizací, zaujímání jednotného názoru spotřebitelských organizací k určitým otázkám ochrany spotřebitelů, společně se členskými organizacemi podílet se na vytváření národních a evropských dokumentů o koncepčních otázkách ochrany spotřebitelů a plnění úkolů z nich vyplývajících, utváření analýzy stavu ochrany spotřebitele na trhu prostřednictvím svých členů a navrhování řešení ke zkvalitnění ochrany spotřebitele a k řešení spotřebitelských problémů.¹³¹

3.3.2.2.4 Vybrané občanské spotřebitelské organizace a jejich aktivity

3.3.2.2.4.1 Úvod

Hlavními činnostmi spotřebitelských organizací v České republice je informační a vzdělávací činnost, která by měla vést k racionálně a zodpovědně se chovajícímu spotřebiteli, prostřednictvím školení, poskytováním informací v časopisech, publikacích, televizi, rozhlasu, poradenská činnost uskutečňována především telefonicky, osobně a prostřednictvím internetových stránek organizací, boj proti nepoctivým obchodním praktikám prostřednictvím kontroly a případného upozorňování odpovědných státních orgánů na nekvalitní výrobky a služby a na nečestné podnikatele, poskytování přehledů o výrobcích a službách prostřednictvím komparativního testování, zveřejňováním jeho výsledků a jeho následné interpretování populární formou pro správné rozhodnutí

¹³⁰ Členské organizace Spotřebitelského poradního výboru. *Ministerstvo průmyslu a obchodu*, [cit. 2013-11-24], dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument94002.html>

¹³¹ Statut Spotřebitelského poradního výboru. *Ministerstvo průmyslu a obchodu*, [cit. 2013-10-20], dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument90856.html>

spotřebitelů při pořizování těchto výrobků nebo služeb, podílení se při tvorbě legislativy na ochranu spotřebitele, spolupráce se zahraničními spotřebitelskými organizacemi apod.¹³²

V české republice působí několik spotřebitelských organizací. Mezi hlavní z nich patří organizace, které se aktivně zapojují do spotřebitelské problematiky a jsou členy SPV. Činnost těchto organizací bude níže popsána. Jedná se o tyto občanské spotřebitelské organizace: Sdružení českých spotřebitelů, Občanské sdružení spotřebitelů TEST, SOS – Sdružení obrany spotřebitelů, Asociace občanských poraden. Spotřebitel net.

3.3.2.2.4.2 Sdružení českých spotřebitelů Praha

Občanské sdružení s názvem Sdružení českých spotřebitelů (dále také „SČS“) je nejstarší činnou organizací pro spotřebitele na území České republiky. Dne 5. 2. 1990 byla tato organizace registrována u Ministerstva vnitra České republiky a od roku 2000 byla postupně profesionalizována. SČS sídlí v Praze 4, ulici Budějovická.

Strategii SČS je se rozvíjet jako nezávislá spotřebitelská organizace, která přispívá *„k hájení zájmů spotřebitelů v rámci vnitřního trhu EU po celé ČR a transparentně se profilující vůči spotřebitelům, orgánům státní správy, hospodářským subjektům, médiím i vůči evropským a mezinárodním institucím a subjektům. SČS chce přispívat ke zvyšování právního vědomí a informovanosti spotřebitelů, preventivně působit při zlepšování vztahů mezi poskytovateli služeb a spotřebiteli, i napomáhat radou či konkrétní pomocí při řešení spotřebitelských sporů.“*¹³³

Cílem SČS je tedy preventivní působení na spotřebitele (shromažďovat informace a poskytovat je spotřebiteli, pořádat semináře a přednášky), prosazování zájmů spotřebitele v procesech tvorby předpisů a technických norem a uplatňování předpisů a norem na úrovních regionálních, národních, evropských a mezinárodních.¹³⁴

SČS je také aktivně zapojeno do připomínkování návrhů legislativních opatření na technickou normalizaci, na mimosoudní řešení spotřebitelských sporů a dále do komunikace různých dokumentů sektorově zaměřených.¹³⁵

¹³² HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*, s. 90,91, HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele*, s.67

¹³³ Výroční zpráva Sdružení českých spotřebitelů z roku 2007

¹³⁴ SČS - Úvod. *Sdružení českých spotřebitelů*, [cit. 2013-10-14], dostupné z: <http://www.konzument.cz/index.php>

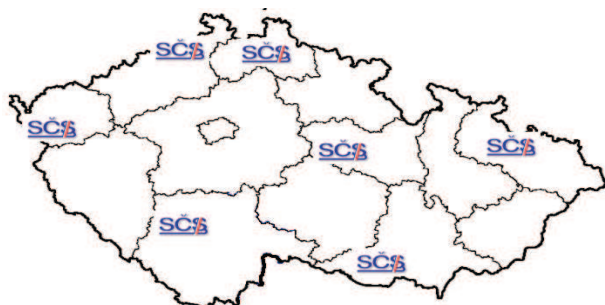
¹³⁵ Výroční zpráva Sdružení českých spotřebitelů z roku 2011

Regionální uspořádání

Práce v regionech je založena na aktivitách *regionálních kontaktních míst* (dále jen „RKM“) a na ně navazujících *kontaktních míst* (dále jen „KM“). Dále v rámci této organizace působí *Regionální odborná komise pro ochranu spotřebitele*.

RKM je kontaktní a informační centrum, které poskytuje osobní vyřizování stížností a reklamací, poradenství (osobní, telefonické či elektronické) a udržuje a rozvíjí síť přidružených kontaktních míst (KM).¹³⁶ Činnost RKM je uskutečňována ve spolupráci se smluvními partnery v regionech, jejich činnost je však vykonávána zásadně jménem SČS. Spotřebitelé se mohou obrátit na RKM v těchto krajích (a městech): Jihočeský a Plzeňský (Volyně), Jihomoravský (Znojmo), Karlovarský (Cheb), Královéhradecký a Pardubický (Hradec Králové), Liberecký (Liberec), Moravskoslezský (Opava) a Ústecký (Ústí nad Labem), viz obrázek č. 1.¹³⁷

Obrázek č. 1: Mapa RKM SČS v roce 2012



Zdroj: Vlastní zpracování

Obrázek č. 2: Logo RKM a KM SČS



Zdroj: Konzument.cz

KM jsou udržována prostřednictvím RKM. Na KM se vyskytují pouze tiskoviny SČS a formuláře se žádostí o radu a obvykle jsou KM bez personálního zajištění. Kontaktními místy jsou hlavně městské úřady, obecní úřady, a jsou označeny logem na obrázku č. 2. KM SČS je nyní 82 a jsou v těchto krajích (počet): Jihočeský (20),

¹³⁶ SČS - Regionální kontaktní místa. *Sdružení českých spotřebitelů*, [cit. 2013-10-15], dostupné z: <http://konzument.cz/spotrebitelem-v-kraji/kontaktmi-mista.php>

¹³⁷ SČS - Regionální kontaktní místa. *Sdružení českých spotřebitelů*, [cit. 2013-10-15], dostupné z: <http://konzument.cz/spotrebitelem-v-kraji/kontaktmi-mista.php>, a jejich jednotlivé KM

Jihomoravský (24), Karlovarský (3), Královéhradecký (3), Pardubický (2), Liberecký (6), Moravskoslezský (8), Plzeňský (7) a Ústecký (9).¹³⁸

Regionální odborná komise pro ochranu spotřebitele působí od roku 2001 a nyní působí v šesti regionech. Tato komise se skládá ze členů komise, kterými jsou představitelé kraje, zástupci municipalit nebo svazu měst a obcí, dozorových orgánů (ČOI, SZPI), profesních sdružení (Hospodářská komora) a nevládní organizace.¹³⁹

Aktivity

Mezi aktivity SČS patří poradenská, publikační a informační činnost, sledování a připomínkování zákonů, vzdělání pro spotřebitele.

a) Poradenská činnost

Poradenská činnost je poskytována prostřednictvím RKM, a to formou osobní, telefonickou a elektronickou. Osobní poradny se nacházejí v RKM SČS, jejichž přesné adresy a pracovní doby mohou spotřebitelé najít na webové adrese¹⁴⁰ SČS. Telefonické poradenství SČS poskytuje na pevné telefonní lince¹⁴¹. Elektronické poradenství je dostupné z internetové adresy <http://www.konzument.cz/reseni-sporu/poradenstvi-scs/podani.php>, kde spotřebitel vyplní formulář (viz příloha č. 14). Po podání stížnosti (tlačítkem odeslat) mu e-mailem přijde s potvrzením o převzetí a s identifikačním číslem případu. Ve složce „Vyřizování případu“ poté nalezne po zadání identifikačního čísla stav jeho vyřizování a po vyhotovení stížnosti obdrží e-mailem také odpověď na e-mailovou adresu. Různé případy lze také sledovat ve složce¹⁴² „Archiv“.¹⁴³

¹³⁸ SČS - Regionální kontaktní místa. *Sdružení českých spotřebitelů*, [cit. 2013-10-15], dostupné z: <http://konzument.cz/spotrebitel-v-kraji/kontakti-mista.php>, a jejich jednotlivé KM

¹³⁹ <http://www.konzument.cz/spotrebitel-v-kraji.php>

¹⁴⁰ SČS – Spokojený spotřebitel v krajích. *Sdružení českých spotřebitelů*, [cit. 2013-10-15], dostupné z: <http://www.konzument.cz/spotrebitel-v-kraji.php>

¹⁴¹ Telefonní číslo je +420 495 215 266. Jedná se o pevnou linku s tarifací dle operátora. Poradenská činnost je dostupná v pondělí, ve středu a v pátek od 9:00 do 16:00.

¹⁴² Archiv SČS je dostupný z internetové adresy <http://www.konzument.cz/reseni-sporu/poradenstvi-scs/archiv.php>

¹⁴³ SČS – Podání. *Sdružení českých spotřebitelů*, [cit. 2013-10-20], dostupné z: <http://www.konzument.cz/reseni-sporu/poradenstvi-scs/podani.php>

b) Publikační a informační činnost a kampaně

Vydávání publikací¹⁴⁴, a tak informovat spotřebitele o různých tématech ze spotřebitelského prostředí, patří k tradiční aktivitě SČS. Je kladen důraz na vysokou odbornost, proto některé tituly jsou skutečně zaměřeny na odbornou veřejnost, ale také na výrobce, obchodníky a jiné složky trhu.

Dalším způsobem informační činnosti je internet. Internetové stránky jsou dostupné z portálu www.konzument.cz. Webové stránky jsou přehledné a spotřebitel se v nich tak může snadno orientovat. V sekci „Kde najít pomoc?“ SČS stručně nabízí, jak a kde hledat pomoc při řešení spotřebitelských sporů a další informace pro spotřebitele (například Bezpečnost výrobků, Cestovky, Klamavá reklama a další).

Mezi kampaně SČS patří mediální kampaň vedená od roku 2003 „Podepsat můžeš, přečíst musíš!“, pro kterou zavedlo internetové stránky www.vaspodpis.cz.¹⁴⁵ Další kampaní SČS je prevence proti podvodům při nehotovostních platbách dostupné z internetového odkazu www.prevencepodvodu.cz, kde se spotřebitel dozví o legislativních rámcích v rámci ČR a EU, o obraně a prevenci a dalších informacích týkajících se tohoto tématu.¹⁴⁶

Další doména www.top-normy.cz byla vytvořena pro spotřebitele v rámci jeho zapojení se do standardizace. SČS informuje spotřebitele o normách, platformách, publikacích a o dalších užitečných informacích.¹⁴⁷ Poslední doménou SČS je www.overenehriste.cz, která se zabývá tematikou bezpečných hřišť pro děti.¹⁴⁸ Všechny zmíněné internetové stránky jsou dostupné také z domovské stránky SČS www.konzument.cz.

¹⁴⁴ SČS například vydalo publikace „Průvodce spotřebitele – Rizika a zálužnosti elektrospotřebičů“ (2007), Brožury v edici – Průvodce spotřebitele („Značky IEC na audiovizuální zařízení a techniku“, „Značky IEC na zařízení informační techniky“ a „Podepsat můžeš, přečíst musíš!“) (2008) a „Konzument Test“ (občasník vydáván několikrát za rok)

¹⁴⁵ Podepsat můžeš, přečíst musíš!. *Podepsat můžeš, přečíst musíš!*, [cit. 2013-10-20], dostupné z: <http://www.vaspodpis.cz/index.php>

¹⁴⁶ Úvod. *Podvody v e-bankovníctví*, [cit. 2013-10-20], dostupné z: <http://www.prevencepodvodu.cz/index.php>

¹⁴⁷ Úvodní stránka. *Kabinet pro standardizaci*, [cit. 2013-10-20], dostupné z: <http://www.top-normy.cz/>

¹⁴⁸ Výroční zpráva Sdružení českých spotřebitelů z roku 2010

c) Vzdělávání

Mezi cíle SČS patří také vzdělávání spotřebitelů. SČS proto organizuje semináře, přednášky, školení a kurz, které jsou zaměřené právě na spotřebitele, ale také na poskytovatele služeb a výrobce, zástupce profesních organizací, regionální a místní samosprávu a další. Vzdělávací akce jsou také organizovány pro učitele a žáky středních škol.¹⁴⁹

d) Zahraniční aktivity

Zástupci SČS se průběžně zúčastňují několika zasedání ANEC, Evropské organizace pro koordinaci spotřebitelů ve standardizaci (General Assembly a Steering Committee), kde reprezentují spotřebitelské organizace ČR.¹⁵⁰ SČS spolupracuje také se zahraničními partnery, například s norským Standard Norge, se kterým se podílí na realizaci projektu zapojení spotřebitelů do standardizace. V roce 2011 se SČS stalo členem pracovní skupiny Evropské komise pro uživatele finančních služeb (FSUG), která se schází skoro každý měsíc.¹⁵¹

Hospodaření

SČS pro finanční pokrytí svých aktivit využívá zejména grantů od MPO. Dalším způsobem získávání finančních prostředků je hlavně hospodářská činnost, popřípadě hledání partnerů pro realizace kampaní či další působení SČS.¹⁵²

3.3.2.2.4.3 Občanské sdružení spotřebitelů TEST

Občanské sdružení spotřebitelů TEST (dále pouze „dTest“) registrováno u MV v roce 1992 je neziskovou organizací, která si dala za cíl chránit spotřebitele zejména prostřednictvím nezávislých a objektivních informací.¹⁵³ Poslání dTestu je „*poskytnout spotřebiteli komplexní spotřebitelský servis.*“¹⁵⁴ Spotřebitelský servis poskytují

¹⁴⁹ Příkladem seminářů mohou být semináře na téma Evropská legislativa pro uvádění výrobků na trh a vzájemné uznávání (květen 2008 pro Poslaneckou sněmovnu), Prevence podvodů při nehotovostních platbách (listopad 2008 pro odbornou veřejnost) či Podnikatelská etika (listopad 2011 pro veřejnost), Výroční zpráva Sdružení českých spotřebitelů z roku 2008

¹⁵⁰ Výroční zpráva Sdružení českých spotřebitelů z roku 2009

¹⁵¹ Výroční zpráva Sdružení českých spotřebitelů z roku 2010

¹⁵² Výroční zpráva Sdružení českých spotřebitelů z roku 2007

¹⁵³ Výroční zpráva Občanského sdružení spotřebitelů TEST z roku 2012

¹⁵⁴ O dTestu. *dTest*, [cit. 2013-09-13], dostupné z: <http://www.dtest.cz/clanek-2/o-dtestu>

prostřednictvím internetových stránek www.dtest.cz, poradenské linky a publikací. Každý měsíc publikují testy výrobků, přibližují práva spotřebitelů a povinnosti prodávajících či poskytovatelů služeb, radí, jak tyto práva využívat v běžném životě.¹⁵⁵ dTest spolupracuje s ČOI, hygienickou službou, Státní zemědělskou a potravinářskou inspekcí a Státní veterinární správou.¹⁵⁶

Pokud se spotřebitel obrátí na organizace dTest, je více či méně ovlivněn, zda je či není předplatitel. dTest také nabízí předplatné ve třech formách - roční předplatné, balíček 2013 + 2014 nebo SMS předplatné. Mezi výhody předplatného patří přístup k výsledkům testů na internetu a v mobilní aplikaci, při podání dotazu v ePoradně neomezený počet znaků při vkládání dotazu, přednostní servis spotřebitelské poradny. Pokud spotřebitel není předplatitelem, nemá přístup do placené sekce na internetu, kde se nacházejí výsledky testů, dále je omezen znaky (max. 1000 znaků) při vkládání dotazu v ePoradně a využívá telefonní čísla na stránkách dTestu v případě telefonního poradenství. Více v příloze č. 15 - Předplatné časopisu dTest.

Regionální uspořádání

Sídlo dTestu se nachází na Praze, v ulici Černomořská 419/10, kde se také pořádají semináře či při osobním setkání odpovídá na složitější spotřebitelské případy a problémy. dTest žádné pobočky po republice nemá.¹⁵⁷

Aktivity

a) Poradenská činnost

Poradenskou činnost organizace dTest poskytuje spotřebiteli ve třech formách – telefonicky, přes internet či osobně. Telefonicky¹⁵⁸ se může spotřebitel se svým dotazem obrátit na telefonní linku¹⁵⁹, která je dostupná každý všední den od 9:00 do 17:00. Bezplatná elektronická poradna je na www.dtest.cz v sekci „Poradna“ – „e-Poradna“, kde

¹⁵⁵ O dTestu. *dTest*, [cit. 2013-09-13], dostupné z: <http://www.dtest.cz/clanek-2/o-dtestu>

¹⁵⁶ Výroční zpráva Občanského sdružení spotřebitelů TEST z roku 2011

¹⁵⁷ Výroční zpráva Občanského sdružení spotřebitelů TEST z roku 2012

¹⁵⁸ Telefonní linka byla zprovozněna v listopadu roku 2010 na základě poptávky spotřebitelů, Výroční zpráva Občanského sdružení spotřebitelů TEST z roku 2010

¹⁵⁹ Telefonní číslo poradenské linky je 299 149 009 nebo 222 767 221, sazba je dle mobilního operátora na pevnou linku, či číslo 900 080 808 se zvýšenou tarifací 8 Kč/min. Pro předplatitele je zřízena speciální poradenská linka s přednostním servisem – toto číslo je sděleno při zřízení předplatného. Pro nepředplatitele je délka hovoru omezena na 5 minut.

vyplní formulář¹⁶⁰ a odešle ho. Osobní poradenství je pro spotřebitele dostupné pouze pro složitější případy.¹⁶¹ „Osobní poradnu můžete využít výhradně po objednání se a zkonzultování případu s poradcem v rámci telefonické poradny.“¹⁶²

b) Publikační a informační činnost a kampaně

Hlavní aktivitou dTestu je zveřejňování výsledků testování výrobků, které publikují ve vlastním časopisu dTest od roku 1992 a na webových stránkách www.dtest.cz od roku 2008. Výrobky „testují“ objektivně¹⁶³ nezávisle a bez reklam.¹⁶⁴ Více k testování výrobků v příloze č. 16.

Dále kromě testů¹⁶⁵, které jsou dostupné v časopise dTest a na internetu pouze pro spotřebitele, spotřebitel může na internetových stránkách dTestu najít databázi nebezpečných výrobků, různé spotřebitelské články, kalkulačky sloužící k finančním a dalších výpočtů¹⁶⁶, dále poradny, publikace, články a další.

Časopis dTest propůjčuje výrobcům od roku 2009 „značku kvality“, kterou mohou označit pouze ty výrobky, které získaly v rámci testu hodnocení známku „velmi dobře“ nebo „dobře“. O značku musejí výrobci zažádat.¹⁶⁷

dTest také uskutečňuje kampaně, vedlo například „Kampaň pro nežádoucímu zadlužování“. Působí také ve sdělovacích prostředcích. dTest spolupracuje s Českým rozhlasem 1 Radiožurnál, Českým rozhlasem 2 – Praha, Českým rozhlasem – České Budějovice, ČT1 a ČT 24, s Televizí Nova a Televizí Prima.¹⁶⁸

¹⁶⁰ Pro nepřihlášené neboli pro nepředplatitele je omezena délka textu na tisíc znaků

¹⁶¹ Podmínky spotřebitelského poradenství. *dTest*, [cit. 2013-09-13], dostupné z: <http://www.dtest.cz/clanek-1598/podm%C3%ADnky-spotrebitelskeho-poradenstvi>

¹⁶² Podmínky spotřebitelského poradenství. *dTest*, [cit. 2013-09-13], dostupné z: <http://www.dtest.cz/clanek-1598/podm%C3%ADnky-spotrebitelskeho-poradenstvi>

¹⁶³ „Veškeré výrobky nakupujeme anonymně v běžné maloobchodní síti. Nepřijímáme výrobky k testování od výrobců, jak to činí komerční periodika. Tím je zajištěna objektivita výběrů a výsledků.“ z Jak testujeme. *dTest*, [cit. 2013-09-13], dostupné z: <http://www.dtest.cz/clanek-94/jak-testujeme>

¹⁶⁴ „Nepřijímáme žádné reklamní zakázky. Reklama je v rozporu s objektivitou a nezávislostí.“ z Jak testujeme. *dTest*, [cit. 2013-09-13], dostupné z: <http://www.dtest.cz/clanek-94/jak-testujeme>

¹⁶⁵ Testy jsou rozděleny do sekcí: auto + doprava, děti, domácnost, obraz + zvuk, telefony + počítače, sport + hobby, zdraví + kosmetika, jídlo + pití, právo + finance

¹⁶⁶ Kalkulačky pro spořicí a termínované účty, pravidelné spoření, výpočet RPSN, soudní poplatky, srovnání mobilních tarifů, kalkulačka tarifkace, dodavatelé elektřiny, životní pojištění, délka splácení úvěru, úroková míra úvěru, měsíční splátky úvěru

¹⁶⁷ Výroční zpráva Občanského sdružení spotřebitelů TEST z roku 2009

¹⁶⁸ Výroční zpráva Občanského sdružení spotřebitelů TEST z roku 2011

c) Vzdělávání

Spotřebitelské vzdělávání nabízí dTest ve třech formách. První formou jsou „webináře“, které zprostředkovávají zdarma přes své internetové stránky. Tyto kurzy jsou krátké a jednotématické¹⁶⁹. Účastníci se musí na „webinář“ zaregistrovat a v určitý den a hodinu se na kurz přihlásit.¹⁷⁰ Další formou jsou komplexní kurzy spotřebitelského práva¹⁷¹, které jsou placené a konají se v místě sídla dTestu.¹⁷² Poslední formou spotřebitelského vzdělávání jsou krátké on-line kurzy o spotřebitelských právech. Tyto kurzy¹⁷³ jsou kdykoliv dostupné na stránkách dTestu a jejich délka je od šesti do patnácti minut.¹⁷⁴

d) Zahraniční spolupráce

dTest spolupracuje se třemi zahraničními organizacemi. dTest je členem mezinárodní organizace ICRT (International Consumer Research), která sdružuje 45 organizací zabývajících se testováním výrobků, a přidruženým členem asociace BEUC, a od roku 1993 spolupracuje s německou nadací Stiftung Warentest.¹⁷⁵

Hospodaření

Hlavním finančním zdrojem pro dTest je předplatné časopisu dTest, které v roce 2011 mělo 30 tisíc předplatitelů. Dále je každoročně podporováno MPO, které přispívá částkami od cca 4 milionů do 7,4 milionů ročně¹⁷⁶, Ministerstvem životního prostředí nebo jsou poskytovány prostředky z EU.¹⁷⁷

¹⁶⁹ Příkladem jednotématického webináře je „Nákup přes internet dle nového občanského zákoníku

¹⁷⁰ Webináře pro podnikatele. *dTest*, [cit. 2013-09-13], dostupné z: <http://www.dtest.cz/clanek-2298/webinar>

¹⁷¹ Jedná se například o kurz „Podnikatel a spotřebitel v novém občanském zákoníku“

¹⁷² Kurzy. *dTest* [cit. 2013-09-13]. Dostupné z: <http://dtest.cz/clanek-826/kurzy>

¹⁷³ „Nakupování na internetu“, „Smlouvy o dílo“, „Zbytečné chyby podnikatelů v jednání se spotřebitelem“

¹⁷⁴ Kurzy. *dTest* [cit. 2013-09-13]. Dostupné z: <http://dtest.cz/clanek-826/kurzy>

¹⁷⁵ Výroční zpráva Občanského sdružení spotřebitelů TEST z roku 2011

¹⁷⁶ O dTestu. *dTest*, [cit. 2013-09-13], dostupné z: <http://www.dtest.cz/clanek-2/o-dtestu>

¹⁷⁷ Výroční zpráva Občanského sdružení spotřebitelů TEST z roku 2009

3.3.2.2.4.4 Asociace občanských poraden

Asociace občanských poraden (dále jen „AOP“) vznikla v roce 1998 přejmenováním Sdružením pro vybudování sítě občanských poraden založené v roce 1997. Zakládajícími OP byly z měst Havířov, Děčín, Praha – Jižní město a Brno.¹⁷⁸

Posláním této organizace je „sdužovat občanské poradny do sítě a podporovat je v jejich práci tak, aby poskytovaly kvalitní služby“.¹⁷⁹ Občanské poradny (dále jen „OP“) jsou zřizovány při neziskových nevládních organizacích a jejich úkolem je poskytování rad, informací a pomáhání klientům, kteří se na OP obrátí. Odborné poradenství je nezávislé, bezplatné, důvěrné a nestranné. Usilují o informovanosti občanů o jejich právech a povinnostech, dostupných služeb či o schopnosti vyjádřit jejich potřeby. OP se podílejí na činnosti AOP a také upozorňují příslušné státní a místní orgány na případné nedostatky v oblasti legislativy.¹⁸⁰

Regionální uspořádání

OP se sdružují v síti z důvodu zvyšování kvality služeb pomocí společného úsilí. Počet občanských poraden v AOP se v průběhu let zvyšuje a rozrůstá po celé České republice, například v roce 2003 byly OP pouze v 10 krajích ČR, nyní jsou OP rozmístěny po celé ČR. Sídlo AOP je v Praze.¹⁸¹ Nyní je ve sdružení 40 občanských poraden, jejich detašovaných (samostatných) pracovišť a kontaktních míst poskytujících poradenství na 66 místech v ČR, které ročně zodpoví na 70 tisíc dotazů.¹⁸² Uspořádání je vidět na obrázku č.3, kde občanské poradny jsou označeny vyplněnými černými tečkami, kontaktní místa a detašovaná pracoviště nevyplněnými tečkami.

¹⁷⁸ Asociace občanských poraden. *Asociace občanských poraden*, [cit. 2013-09-16], dostupné z: <http://www.obcanskeporadny.cz/>

¹⁷⁹ Výroční zpráva Asociace občanských poraden z roku 2002

¹⁸⁰ Výroční zpráva Asociace občanských poraden z roku 2002

¹⁸¹ Výroční zpráva Asociace občanských poraden z roku 2003

¹⁸² Asociace občanských poraden. *Asociace občanských poraden*, [cit. 2013-09-16], dostupné z: <http://www.obcanskeporadny.cz/>

Obrázek č. 3: Mapa rozložení občanských poraden AOP



Zdroj obrázku: Výroční zpráva AOP z roku 2011

Aktivita AOP

AOP poskytuje odborné poradenství v 18 právních oblastech. Mezi tyto oblasti patří: „sociální dávky, sociální pomoc, pojištění, pracovně právní vztahy a zaměstnanost, bydlení, rodina a mezilidské vztahy, rodina a mezilidské vztahy, majetkoprávní vztahy a náhrada škody, finanční a rozpočtová problematika, zdravotnictví, školství a vzdělávání, ekologie, právo životního prostředí, ochrana spotřebitele, základy práva ČR, právní systém EU, občanské soudní řízení, veřejná správa, trestní právo a ústavní právo.“¹⁸³ Dlouhodobě jsou nejvíce zodpovídány dotazy ohledně rodiny (16% z celkových dotazů) a bydlení (16% z celkových dotazů). Procentuální zastoupení dotazů týkajících se ochrany spotřebitele je okolo 4%. Ročně je tak na toto téma zodpovězeno okolo 1700 odpovědí.¹⁸⁴

V průběhu činnosti AOP realizovala několik projektů na téma ochrana spotřebitele. Jednalo se například o projekty Ochrana spotřebitele a ochrana nájemních vztahů (rok 2002), Ekospotřebitelství – Zelená domácnost (2006) nebo Spotřebitelské poradenství – nákupy na splátky (2006).¹⁸⁵ V roce 2008 spustilo AOP za podpory MPO ČR projekt s názvem Spotřebitelské poradenství, který funguje dodnes. Cílem projektu je prohloubení informovanosti občanů o svých právech a povinnostech při nákupu zboží a služeb, o tématické předváděcích zájezdech a předlužování občanů prostřednictvím spotřebitelských

¹⁸³ Oblasti občanského poradenství. *Asociace občanských poraden*, [cit. 2013-09-16], dostupné z: <http://www.obcanskeporadny.cz/oblasti-obcanskeho-poradenstvi/>

¹⁸⁴ Výroční zprávy Asociace občanských poraden z let 2003-2011

¹⁸⁵ Výroční zprávy Asociace občanských poraden z let 2003-2011

úvěrů, a poskytování poradenství.¹⁸⁶ V rámci tohoto projektu OP zodpovídají dotazy, konají se různé semináře a školení.

Ve sdělovacích prostředcích se činnost OP zviditelnila v rámci spolupráce s Českou televizí v pořadech Černé ovce, Barvy života, v ekonomickém zpravodajství ČT24 či s televizí Nova s pořadem Střepin a v dalších relacích. Na internetových portálech rozvíjela spolupráci například s www.bankovnipoplatky.cz, www.uspory.cz, www.penize.cz.¹⁸⁷

Hospodaření

Finanční zdroje pro svou činnost získává AOP ze členských příspěvků od OP, z vlastní činnosti, z dobrovolnických příspěvků a darů. Prostředky AOP získává také na projekty od Ministerstev ČR (například od MPO, Ministerstva pro místní rozvoj), ze státního rozpočtu, ale také z prostředků EU.¹⁸⁸

3.3.2.2.4.5 Sdružení obrany spotřebitelů

SOS neboli Sdružení obrany spotřebitelů (dále jen „SOS“) vzniklo dne 1. února 1993 v Ostravě jako nezávislá, nezisková a nevládní organizace podle zákona č. 83/1990 Sb., o sdružení občanů, ve znění pozdějších předpisů. Jeho zakladatelem byl Ing. Zdeněk Škuta. V roce 1999 se sídlo této organizace přestěhovalo do Prahy na základě III. Republikové konference SOS, na které byly také stanoveny „Priority dalšího rozvoje SOS a ochrany spotřebitelů v ČR“.¹⁸⁹

Posláním SOS bylo hlavně hájení oprávněných zájmů spotřebitelů. Zaměřovalo se na spotřebitelské vzdělání, shromažďování, zpracování a šíření informací, které souvisejí s ochranou spotřebitele. Dlouhodobé priority SOS jsou uvedeny v příloze č. 17. Využívalo k tomu poradenskou činnost umožňující konzultovat spotřebitelské problémy, publikační a informační činnost, zprostředkovávali spotřebitelské vzdělání, připomínkovali zákony týkající se ochrany spotřebitelů, zaměřovalo se na dodržování bezpečnosti výrobků a služeb a dalších aktivit týkajících se ochrany spotřebitele.¹⁹⁰

¹⁸⁶ Výroční zpráva Asociace občanských poraden z roku 2008

¹⁸⁷ Výroční zpráva Asociace občanských poraden z roku 2011

¹⁸⁸ Výroční zpráva Asociace občanských poraden z roku 2011

¹⁸⁹ Úvod. *SOS*, [cit. 2012-11-20], dostupné z: <http://spotrebitele.info>

¹⁹⁰ Výroční zpráva Sdružení obrany spotřebitelů z roku 2008

Regionální uspořádání

SOS postupně zřizovalo spotřebitelská informační centra (dále „SIC“) po celé České republice. SIC sloužilo k poradní činnosti pro spotřebitele, kteří se mohli na toto centrum osobně a bezplatně obrátit v určitých dnech v týdnu s dotazem týkajícím se spotřebitelských práv. Vznik těchto center záviselo na finančních možnostech SOS, dále na zájmu spotřebitelů a také na městech (místní správy a samosprávy). Na obrázku č. 4 - Mapa hlavních poradních center SIC v roce 2008 je vidět rozmístění těchto SIC v roce 2008 v České republice. Kromě svých vlastních spotřebitelských center, SOS vykonávalo svojí poradní činnost pro spotřebitele mimo jiné i při různých neziskových organizacích¹⁹¹ či ve výjezdních poradnách. V roce 2000 zřídilo Administrativní centrum jako statutární orgán SOS se sídlem ve Štěpánské ulici na Praze 2. V roce 2002 díky podpoře Magistrátu hlavního města Prahy bylo možné přesunout zázemí SOS do Rytířské ulice na Praze 1.¹⁹²

Obrázek č. 4: Mapa hlavních poradních center SIC v roce 2008



Zdroj: Vlastní zpracování

Aktivity SOS

Aktivity SOS vycházejí z priorit, které si organizace stanovila. Mezi ně patří poradenská činnost, publikační a informační činnost, spotřebitelské vzdělávání, zahraniční aktivity a kauzy.

¹⁹¹ Například při organizaci ROSA v Českých Budějovicích, Veronica v Brně, VITA v Ostravě, Zelený kruh v Praze

¹⁹² Výroční zprávy Sdružení obrany spotřebitelů z let 1999 - 2008

a) Poradenská činnost

Poradenská činnost byla zajišťována prostřednictvím osobních poraden, telefonické linky a dále elektronickou poradnou. Osobní poradny se nacházely ve spotřebitelských informačních centrech (SIC), která byla zmíněna v předchozí kapitole. SOS si postupem času vybudovalo síť SIC po celé České republice v každém kraji. Dále mohli spotřebitelé využívat osobní poradní činnost SOS při různých neziskových organizací či při výjezdních poradnách (viz výše). Tento způsob pomoci byl pro spotřebitele zdarma. Další poradenská činnost probíhala prostřednictvím telefonní linky. V roce 2002 SOS začalo k poradní činnosti nově využívat telefonních linek s názvem „SOS po telefonu“¹⁹³ dostupných pro spotřebitele každý všední den od 8:00 do 17:00, tato služba byla však zpoplatněna sazbou 6 Kč/minutu, o rok později 8 Kč/minutu.¹⁹⁴

Elektronická poradna byla dostupná od roku 1999 na internetové adrese www.spotrebitele.cz. Spotřebitelé mohli zasílat své dotazy z oblasti spotřebitelského práva poradcům SOS, kteří jim poté na dotazy odpovídali. V roce 2003 se internetová adresa změnila na www.spotrebitele.info¹⁹⁵.

b) Publikační a informační činnost

SOS využívalo k publikační a informační činnosti několik způsobů. Jedním z nich byly již zmíněné internetové stránky. Tento způsob informační a poradenské činnosti zavedlo koncem roku 1998 s firmou Macron. Od listopadu 1999 byl zpřístupněn informační server „Svět spotřebitelů“, který byl návštěvníkům dostupný z webové adresy www.spotrebitele.cz. Dále SOS zřídilo anglickou verzi internetových stránek www.consumers.cz pro zahraniční zákazníky a spotřebitele.¹⁹⁶ Od roku 2003 byl provozován informační server „Svět spotřebitelů“ na www.spotrebitele.info.

¹⁹³ Telefonní číslo bylo 900 969 091, od roku 2004 bylo zřízeno nové číslo 900 080 808. Nyní toto číslo používá Občanské sdružení spotřebitelů TEST (dTest) od prosince 2012

¹⁹⁴ Výroční zprávy Sdružení obrany spotřebitelů z let 1999 - 2008

¹⁹⁵ Pokud nyní spotřebitelé zadají stránku www.spotrebitele.info, budou přesměrováni na stránky www.dtest.cz. Od roku 2010 do prosince 2012 byli přesměrováni na stránky SOS Jihomoravského kraje.

¹⁹⁶ Spotřebitel mohl na tomto serveru nalézt informace o SOS a jejich aktivitách, jak se stát jejich členem, on-line poradnu, elektronickou verzi Knihovny spotřebitelských informací, Databázi spotřebitelských zkušeností, spotřebitelskou legislativu, apod.

Od počátku své existence (od roku 1993) vydávalo časopis Štít spotřebitele, který spotřebitele informoval o dění v oblasti ochrany jeho práv, dále vydávalo letáky¹⁹⁷ a brožury¹⁹⁸. V červnu 2007 byl časopis Štít spotřebitele přejmenován na „SOS magazín“. Se jménem se i změnila tvář časopisu – barevné stránky, více fotografií, jiné lámání časopisu. SOS se také prezentovalo v několika časopisech¹⁹⁹ a novinách²⁰⁰.

Poradci z SOS byli také pozváni do několika pořadů v televizním a radiovém vysílání. Byli hosty například v ranním vysílání Dobrého rána na ČT 1 a Snídaně s Novou na Nově, dále v pořadu pro ženy Sama doma (ČT), v pořadu Černé ovce (ČT) či Občanské judo (Nova). Z hlediska rádiového vysílání se jednalo o pořady Českého rozhlasu 1 – Praha, Radiožurnálu, Rádía Impuls, Reginy a dalších rádiových stanic.²⁰¹

c) Vzdělávací činnost

Mezi aktivity SOS patřily také spotřebitelské vzdělání, které bylo určeno spotřebitelům, podnikatelům²⁰², ale také školám a seniorům. Probíhalo prostřednictvím různých seminářů²⁰³, besed, výstav, ale také elektronicky, vyhodnocováním soutěží či vydáváním odborných materiálů. SOS se také zapojilo do několika mezinárodních projektů.²⁰⁴

d) Zahraniční aktivity

SOS se stalo během svého působení členem několika významných organizací a spolupracovalo a udržovalo kontakty se zahraničními organizacemi, které se zabývaly ochranou spotřebitele. V roce 1999 bylo přijato za člena celosvětové *Consumers International*, o rok později za člena *ANEC*. V květnu roku 2001 se SOS jednohlasně stalo

¹⁹⁷ Příklady letáků, které SOS vydalo: „Jak na reklamní zájezdy“, „Konce letáků ve schránce“ apod.

¹⁹⁸ Příklady brožur, které SOS vydalo: „Ochrana spotřebitele v ČR a EU“ (2001), „Jak chránit svá práva“ (2002), edice čtyř brožur „Průvodce“ (2007) apod.

¹⁹⁹ Šlo o časopisy např. Květy, Chvilka pro Tebe

²⁰⁰ MF Dnes, Lidové noviny, Hospodářské noviny

²⁰¹ Výroční zprávy Sdružení obrany spotřebitelů z let 1999 - 2008

²⁰² Pro podnikatele od roku 2006 SOS zahájilo program konzultací obchodních podmínek s názvem *Spotřebitelský audit obchodních podmínek* (SAOP). Pokud podnikatel splnil podmínky na základě smlouvy o SAOP, obdržel logo SAOP, které prokazuje, že obchodní podmínky nejsou v rozporu se zákonem a jejich důsledným uplatňováním se domůže svého práva. z Služby pro podnikatele. SOS, [cit. 2012-11-16], dostupné z: <http://www.spotrebitele.info/sluzbypropodnikatele/saop.html>

²⁰³ Témata seminářů: Výměna zkušeností se spotřebitelskou výchovou v zemích střední Evropy (2000), Výchova spotřebitele zítřka již dnes (2001), atd.

²⁰⁴ Mezinárodní projekty, do kterých se SOS zařadilo: „Spotřeba pro život“, „Spotřebitelský diář – volba je na Tobě“, „Yogmat.net“, a dalších. Zdroj: Výroční zpráva Sdružení obrany spotřebitelů 2006

členem evropského spotřebitelského svazu *BEUC*.²⁰⁵ Od roku 2002 patří mezi členy evropské organizace pro bezpečnost výrobků *ECOSA*. Dále bylo členem evropské asociace pro spotřebitelskou bezpečnost *EuroSafe* i *Transatlantického spotřebitelského dialogu*.²⁰⁶

Hospodaření

Zpočátku bylo toto občanské sdružení financováno z členských příspěvků, drobných darů či příjmů. Později největší položkou příjmu tvořily dotace ze státního rozpočtu získané prostřednictvím MPO pro každý kalendářní rok na základě jednotlivých projektů.²⁰⁷

Sdružení obrany spotřebitelů nyní

V září 2010 převzala organizace Sdružení obrany spotřebitelů Jihomoravského kraje (SOS JmK, nebo také SOS - Asociace) veškeré činnosti SOS na základě smlouvy. Jednalo se o webové stránky www.spotrebitele.info, o zpoplatněnou telefonickou poradnu a také značku SAOP.²⁰⁸ Stalo se tak v důsledku toho, že SOS se ocitlo ve vážných finančních problémech, jelikož neobdrželo od MPO část dotací ve výši 2,3 milionu korun na rok 2010. SOS tak nemohlo hradit své závazky a dostalo se tím do insolvence. MPO tuto částku neposkytlo.²⁰⁹ „*Ministerstvo průmyslu a obchodu v létě skutečně pozastavilo výplatu zbytku dotace, protože SOS – Sdružení obrany spotřebitelů neodstranilo veškeré nedostatky zjištěné při průběžné kontrole plnění cílů a měřitelných ukazatelů dotovaného projektu, tedy v podstatě neprokázalo účelné nakládání se státní dotací. Poté došlo v SOS ke změnám v personálním obsazení vedení, sdružení ovšem nedokladovalo MPO, kdo je osobou, která je oprávněna za něj uzavírat smluvní vztahy.*“²¹⁰ Největší spotřebitelská organizace v ČR SOS se tak dostala do insolvence neboli platební neschopnosti. V prosinci 2012, kdy bylo rozhodnuto Městským soudem o prodeji aktiv SOS v konkurzu, se situace

²⁰⁵ Vaše práva. *SOS*, [cit. 2012-11-20], dostupné z: [http://www.spotrebitele.info/vase-prava/karticka256d.html?als\[KID\]=2340705](http://www.spotrebitele.info/vase-prava/karticka256d.html?als[KID]=2340705)

²⁰⁶ Výroční zprávy Sdružení obrany spotřebitelů z let 2006 - 2008

²⁰⁷ Úvod. *SOS*, [cit. 2012-11-20], dostupné z: <http://spotrebitele.info>

²⁰⁸ Výroční zpráva Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace (SOS JmK) z roku 2012

Sdružení obrany spotřebitelů padlo do insolvence. *Česká televize*, [cit. 2013-10-20], dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/106613-sdruzeni-obrany-spotrebitele-padlo-do-insolvence/>

²¹⁰ Vyjádření mluvčího MPO Jana Sochora pro server Měsíc.cz, KLIMÁNKOVÁ, Gabriela. Sdružení obrany spotřebitelů je v insolvenční, je předlužené, [cit. 2013-10-20], dostupné z:

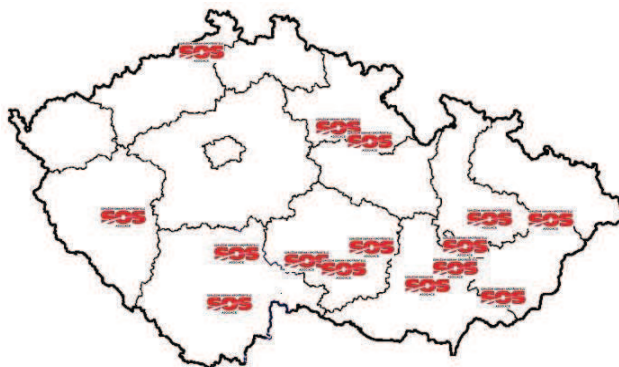
<http://www.mesec.cz/aktuality/sdruzeni-obrany-spotrebitele-je-v-insolvenci/>

změnila. Novým majitelem značky SOS, jejich webových stránek a placené telefonní linky se stalo s vyšší nabídkou Občanské sdružení TEST (dTest).²¹¹

Nyní aktivně působí dvě organizace s SOS v názvu. Je tím Sdružení obrany spotřebitelů Jihomoravského kraje, nyní s názvem **Sdružení obrany spotřebitelů - Asociace**, které vzniklo v říjnu 2009 se sídlem v Brně. Jak již bylo zmíněno, na období září 2010 až prosinec 2012 převzalo některé aktivity, které vykonávalo SOS. Druhým sdružením je **Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska**, které vzniklo také v říjnu 2009 a sídlí v Ostravě.²¹²

Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace (dále také „SOS – Asociace“) poskytuje spotřebitelům poradenství ve formě přes telefon, přes internet a v rámci osobních poraden. Telefonní poradenství²¹³ je zpoplatněné 10 Kč za minutu, pokud je spotřebitel členem, je poradenství placené pouze v rámci jeho tarifu. Internetové poradenství mohou spotřebitelé využít přes e-mailovou adresu poradna@asociace-sos.cz či prostřednictvím kontaktního formuláře.²¹⁴ Dále může spotřebitel využít 15 osobních poraden. Viz následující obrázek č. 5.

Obrázek č. 5: Osobní poradny SOS - Asociace



Zdroj: Vlastní zpracování

Vedle hlavní činnosti, „*připravujeme pro vás brožury a letáky, které jsou k dispozici zdarma v našich osobních poradnách, podílíme se na připomínkování zákonů,*

²¹¹ Výroční zpráva Sdružení obrany spotřebitel – Asociace (SOS JmK) z roku 2012

²¹² Výroční zpráva Sdružení obrany spotřebitel – Asociace (SOS JmK) z roku 2012

²¹³ Telefonní číslo je 900 101 010

²¹⁴ Kontaktní formulář je dostupný z <http://www.asociace-sos.cz/elektronicke-poradenstvi/>

spolupracujeme s dozorovými orgány i dalšími organizacemi, pořádáme také školení²¹⁵ pro podnikatele²¹⁶, patří i další činnosti, jako je pořádání besed, spolupráce s médii. Pro zlepšování spotřebitelsko-podnikatelského prostředí vytvořila SOS-Asociace program GOS (Garance ochrany spotřebitele), ve kterém podnikatelé mohou tuto značku získat, pokud obchodní podmínky jsou v souladu se zákonem a podnikatel nepoškozuje práva spotřebitele.²¹⁷

Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska (dále také „SOS MaS“) stejně jako SOS Asociace poskytuje poradenství. Osobní poradny provozuje stálé nebo výjezdní v deseti městech kraje Moravskoslezského, Olomouckého a Zlínského, viz obrázek č. 6, kde jsou osobní poradny označeny plným logem SOS MaS.²¹⁸ Na rozdíl od SOS – Asociace telefonní poradna²¹⁹ je pro spotřebitele zdarma (tarifikace dle operátora), avšak nedisponuje elektronickou poradnou. Na svých internetových stránkách www.sos-msk.cz informuje spotřebitele o aktualitách ve spotřebitelské oblasti, v legislativní úpravě apod.²²⁰ Pro finanční podporu organizace se může spotřebitel stát jeho členem.²²¹

Obrázek č. 6: Osobní a výjezdní poradny SOS MaS



Zdroj: Vlastní zpracování

²¹⁵ SOS-Asociace nabízí pro podnikatele školení například na téma „Eshop“, „Kupní smlouva, reklamace“

²¹⁶ O nás. *Sdružení ochrany spotřebitelů*, [cit. 2013-09-20], dostupné z: <http://www.asociace-sos.cz/o-nas-2/>

²¹⁷ GOS. *Sdružení ochrany spotřebitelů*, [cit. 2013-09-20], dostupné z: <http://www.asociace-sos.cz/gos/>

²¹⁸ Poradny. *Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska*, [cit. 2013-09-20], dostupné z: <http://www.sos-msk.cz/clanky/poradny/>

²¹⁹ Telefonní číslo je 596 111 252

²²⁰ Aktuality. *Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska* [online]. 2013 [cit. 2013-09-20], dostupné z: <http://www.sos-msk.cz/clanky/aktuality/>

²²¹ Proč být členem. *Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska*, [cit. 2013-09-20], dostupné z: <http://www.sos-msk.cz/clanky/o-nas/clenstvi/proc-byt-clenem/>

Pro podnikatele a úřady pořádá odborné semináře²²², podnikatelům a firmám poskytuje službu s názvem „OK podmínky“. Jedná se o právní poradenství při vytvoření nových obchodních podmínek, případně kontrolu stávajících podmínek. „*SOS MaS provede revizi obchodních podmínek, aby byly v souladu s aktuálním zněním nového občanského zákoníku. ... Naše OK logo sdělí zákazníkům, že se podnikatel nebo firma chová vůči spotřebitelům v souladu se zákonem, obchodními podmínkami a dokonce i v souladu s dobrými mravy.*“²²³

3.3.2.2.4.6 Spotřebitel net

Spotřebitel net je nejmladší občanské spotřebitelské sdružení, které se aktivně zapojuje do ochrany spotřebitele a které je členem SPV. U MV bylo zaregistrováno v roce 2010, sídlí v Praze 2 v ulici Bělehradská. „*Posláním sdružením je ochrana práv spotřebitelů. Cíle sdružení budou naplňovány zejména shromažďováním a šířením informací souvisejících s obranou spotřebitele, vzděláváním spotřebitelů, poradenskou činností a odbornou publikační činností... Cílem Sdružení je prosazování a obhajoba zájmů a práv spotřebitelů, podpora evropské integrace, vytváření a posilování právního vědomí občanů v oblasti obrany spotřebitele s využíváním všech dostupných forem.*“²²⁴ Činnosti sdružení se tedy zaměřují zejména na obhajobu a prosazování práv spotřebitelů, poradenskou činnost, zajišťování spotřebitelského informačního servisu, vzdělávání spotřebitelů prostřednictvím seminářů, kongresů, spolupráce s českými i mezinárodními organizacemi apod.²²⁵

Spotřebitelům nabízí roční členství s výhodami, například přednostně vyřízený elektronický dotaz, přednostní osobní poradna, 6 x ročně spotřebitelský zpravodaj, sepsání tiskopisů za nižší cenu.²²⁶ Sdružení také poskytuje certifikát TOP, neboli „Test obchodních podmínek“, který slouží k certifikaci všeobecných podmínek, které neobcházejí nebo neporušují platnou právní úpravu ČR.²²⁷

²²² Seminář s názvem „Reklamační řízení a ochrana spotřebitele (včetně dopadů nového občanského zákoníku)“

²²³ Logo OK obchodní podmínky. *Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska*, [cit. 2013-09-20], dostupné z: <http://www.sos-msk.cz/clanky/ok-podminky/logo-ok-obchodni-podminky/>

²²⁴ O nás. *Spotřebitel.net*, [cit. 2013-09-25], dostupné z: <http://spotrebitel.net/o-nas>

²²⁵ O nás. *Spotřebitel.net*, [cit. 2013-09-25], dostupné z: <http://spotrebitel.net/o-nas>

²²⁶ Úvodní seznámení. *Spotřebitel.net*, [cit. 2013-09-25], dostupné z: <http://spotrebitel.net/benefity-pro-cleny/vyhody-clenstvi>

²²⁷ Test obchodních podmínek. *Spotřebitel.net*, [cit. 2013-09-25], dostupné z: <http://spotrebitel.net/top>

Regionální uspořádání

Působnost organizace Spotřebitel net je zejména v hlavním městě Praha, kde se nachází jeho sídlo a také další dvě poradny (Masarykovo nádraží a Karlovo náměstí, obě poradny na Praze 2). Další dvě poradny se nacházejí ve Frýdku-Místku a v Sokolově (Karlovarský kraj). Spotřebitel net působí tedy v Praze, Moravskoslezském a v Karlovarském kraji.²²⁸

Aktivity Spotřebitel net

a) Poradenská činnost

Spotřebitel.net poskytuje poradenskou činnost ve třech formách, osobní poradenství ve výše zmíněných osobních poradnách na které je nutno se objednat, telefonické poradenství²²⁹ dostupné každý všední den od 9:00 do 17:00, a dále elektronické poradenství přes e-mailovou adresu spotrebitel@spotrebitel.net nebo přes „vložit dotaz online“ z jejich internetových stránek.²³⁰

b) Publikační a informační činnost

Publikační činnost prezentují přes jejich internetové stránky, kde poskytují aktuality spotřebitelům aktuality na spotřebitelská témata²³¹, vydávali také brožury „Nekalé obchodní praktiky“, „Komentovaný zákon o ochraně spotřebitele“ a „Spotřebitelé na informačním trhu“.²³²

Spotřebitel net spolupracuje s Českým rozhlasem Regina, ve kterém v pořadu „Třináctka“ právní poradce hovoří o spotřebitelských tématech²³³, které jsou možné si znova přehrát jak na stránkách Českého rozhlasu Regina²³⁴, tak ze stránek Spotřebitel net²³⁵ a také s Českým rozhlasem Region.

²²⁸ Kontakty. *Spotřebitel.net*, [cit. 2013-09-25], dostupné z: <http://spotrebitel.net/kontakty>

²²⁹ Telefonní linka 775 476 080, 775 476 090, 775 476 090, s tarifací dle operátora.

²³⁰ „Vložit odkaz online“ je dostupný z internetové adresy <http://spotrebitel.net/poradna/vloit-dotaz-online>

²³¹ Aktuality jsou rozřazeny do oblastí: Finance, Dovolená & volný čas, Domácnost & bydlení, Doprava & auto, Informatika & komunikace, Potraviny, Zdraví, Nebezpečné produkty, Společnost & právo a Životní prostředí.

²³² Naše brožury. *Spotřebitel.net*, [cit. 2013-09-25], dostupné z: <http://spotrebitel.net/nase-brozury>

²³³ „Kupní smlouvy o nemovitosti“

²³⁴ Hledání. *Český rozhlas*, [cit. 2013-11-04], dostupné z: <http://hledani.rozhlas.cz/?query=spot%C5%99ebitel.net>

²³⁵ Spotřebitel net v médiích. *Spotřebitel.net*, [cit. 2013-09-25], dostupné z: <http://spotrebitel.net/onas/spotrebitel-net-v-mediich>

c) Vzdělávání

Spotřebitel net nabízí semináře na spotřebitelská témata²³⁶ pro širokou veřejnost, podnikatele a státní zaměstnance²³⁷ a online kurzy ve formě článků na internetu, ke kterým poté dodá článkem správné odpovědi.²³⁸

Hospodaření

Spotřebitel net získává finanční zdroje z členských příspěvků, z poskytovaných služeb pro členy, z darů a dobrovolných příspěvků, v roce 2012 a 2013 obdrželi také dotační příspěvek od MPO k vykonávání spotřebitelských projektů.²³⁹

3.3.3 Shrnutí

Ochrana spotřebitele na území České republiky se vyvíjela zejména ve veřejnoprávní linii, soukromoprávní ochrana byla do roku 1989 nedostatečná. Soukromoprávní prvky ochrany spotřebitele byly nejvíce v právní úpravě občanského zákoníku z roku 1964. Po Sametové revoluci v roce 1989 se začal posilovat soukromý zájem, který přešel v aktivity lidí sdružovat se v různých organizacích a prosazovat svá práva (viz kapitola 3.3.1). První organizace na ochranu spotřebitele začaly vznikat v roce 1990, kdy vznikla také první spotřebitelská organizace Sdružení českých spotřebitelů, která působí dodnes. V roce 1992 registrací u Ministerstva vnitra byla založena další významná organizace Občanské sdružení spotřebitelů TEST, známá jako organizace dTest. Spotřebitelské hnutí v České republice je co do počtu organizací značné (zhruba 50 organizací), avšak většina organizací se na ochraně spotřebitele aktivně nepodílí (viz kapitola 3.3.2.2.1). Významné spotřebitelské organizace pro spotřebitele jsou činné a aktivní, pomáhají spotřebiteli řešit spotřebitelské problémy, poskytují spotřebiteli aktuální informace ze spotřebitelské oblasti a spotřebitelské vzdělání, pořádají kampaně na jeho ochranu, zapojují se do spolupráce s jinými mezinárodními organizacemi za účelem poskytnutí spotřebiteli oporu a pomoc.

²³⁶ Příklady témat seminářů: „Kupní smlouva, Zákon o ochraně spotřebitele a Směrnice ve službách v českém právním řádu“, Finanční gramotnost a její dopady“

²³⁷ Semináře. *Spotřebitel.net*, [cit. 2013-10-25], dostupné z: <http://spotrebitel.net/seminare>

²³⁸ Online kurzy. *Spotřebitel.net*, [cit. 2013-10-25], dostupné z: <http://spotrebitel.net/spotrebitelске-vzdelavani/online-kurzy>

²³⁹ Stanovy. *Spotřebitel.net*, [cit. 2013-19-25], dostupné z: <http://www.spotrebitel.net/o-nas/stanovy>, dotační politika MPO

V České republice jsou nejvíce aktivní organizace, které jsou členy Spotřebitelského poradního výboru (viz kapitola 3.3.2.2.3), který zřídilo Ministerstvo průmyslu a obchodu za účelem vytvoření prostoru k diskuzi na spotřebitelská témata mezi státními orgány, nezávislými organizacemi a podnikatelskou veřejností. Členy SPV jsou výše zmíněné organizace, a dále Asociace občanských poraden, Občanské sdružení pro bezpečnost potravin a ochranu spotřebitele, Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace, Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska, Spotřebitel net, a Generation Europe, která jako jediná se zabývá pouze spotřebitelským vzděláváním (viz kapitola 3.3.2.2.4).

Významnými organizacemi byl i Spotřebitel.cz a Sdružení obrany spotřebitelů, obě ovšem zanikly. Spotřebitel.cz poskytoval na své stejnojmenné internetové stránce poradenství a poskytoval informace po dobu 12 let do října 2010. Sdružení obrany spotřebitelů byla důležitou spotřebitelskou organizací, která postupem času působila celorepublikově, avšak v roce 2010 se dostala do platební neschopnosti. Poté ji spravovala organizace Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace, a to do roku 2012, kdy se novým majitelem SOS stalo Občanské sdružení spotřebitelů TEST. Nyní působí v České republice již zmíněné SOS – Asociace a SOS MaS, ovšem nenabízí spotřebiteli takové možnosti (i v rámci působení na českém území) jako samotné Sdružení obrany spotřebitelů (viz kapitola 3.3.2.2.4.5).

3.4 Spotřebitelské organizace ve vybraných státech EU

3.4.1 Spotřebitelské organizace ve Francii

3.4.1.1 Legislativní zakotvení ochrany spotřebitele

„Francouzský zákonodárny systém o ochraně spotřebitele, který je založen na speciálním právu, na spotřebitelském právu, je velmi rozvinutý, ovlivňuje jiné právní disciplíny a je považován za jeden z nejpropracovanějších ochranných systémů na světě.“²⁴⁰

Ochrana spotřebitele je zakotvena zejména ve Spotřebitelském zákoníku (dále také „SZ“), který se skládá z pěti knih. První kniha s názvem „Informace pro spotřebitele a formy smluv“ obsahuje pravidla, podle kterých je spotřebitel chráněn jako ekonomický činitel a jako smluvní strana. Druhá kniha „Dodržování pravidel a bezpečnost produktů a služeb“ se zabývá výrobky a službami uvedené na trh, třetí kniha „Zadlužení“ se zabývá pravidly ochrany spotřebitele o úvěru a pravidly přijatými ve prospěch značně předluženého spotřebitele, čtvrtou knihou je kniha s názvem „Spotřebitelská sdružení“ zabývající se spotřebitelskými organizacemi včetně uvedení za jakých podmínek může být tato organizace schválena veřejnými orgány pro zajištění obrany spotřebitelů a přehledu o různých soudních žalobách, které mohou spotřebitelské organizace podat. Poslední kniha, kniha pátá „Instituce“ se věnuje veřejným institucím, které se podílejí na ochraně spotřebitele a které se specializují na spotřebitelské právo.²⁴¹

²⁴⁰ *Spotřebitelská legislativa EU a její implementace do práva členského a kandidátského státu (na příkladu Francie a České republiky)*, s.51

²⁴¹ *Code de la consommation, Spotřebitelská legislativa EU a její implementace do práva členského a kandidátského státu (na příkladu Francie a České republiky)*, s.62-64, další legislativní zakotvení ochrany spotřebitele ve Francii je například zákon č. 2008-3, o rozvoji konkurence k službám spotřebitelů

3.4.1.2 Institucionální zakotvení ochrany spotřebitele

3.4.1.2.1 Státní instituce pro ochranu spotřebitele

Spotřebitelskou politikou ve Francii je odpovědný na vládní úrovni Úřad vlády, který pověřil Ministerstvo hospodářství, průmyslu a zaměstnanosti²⁴² zabývat se problematikou ochrany spotřebitele. Za tímto účelem bylo zřízeno **Generální ředitelství pro konkurenci, spotřebu a postih podvodů** (Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes - DGCCRF) (dále pouze „DGCCRF“), které zabezpečuje dozor nad dodržováním zákonů, ochranu hospodářských zájmů spotřebitele, má sankční pravomoc a vydává vlastní časopis „60 Millions de Consommateurs“ sloužící jako hlavní zdroj informací pro spotřebitele.²⁴³

Veřejnou institucí spravovanou státem je také **Národní spotřebitelský institut** (Institut National de la Consommation - INC), který zpracovává studie a šetření, výzkumy a testy, šíří informace o ochraně spotřebitel, poskytuje vzdělání na spotřebitelské téma a technickou podporu spotřebitelským organizacím, testuje a srovnává nabízené výrobky a služby a další. Mezi jeho další činnosti patří koordinace mezi spotřebitelskými organizacemi a státem.²⁴⁴ Dalšími institucemi zabývajícími se ochranou spotřebitel ve Francii je **Komise pro bezpečnost spotřebitelů** (La commission de la sécurité des consommateurs), která vydává posudky na nebezpečné výrobky a služby, informuje spotřebitelskou veřejnost, vyhledává a identifikuje informace o nebezpečných výrobcích a službách a jejich rizika²⁴⁵, dále **Státní úřad pro hospodářskou soutěž** (L'Autorité de la concurrence) zabývající se analýzou a regulací hospodářské soutěže na trzích,²⁴⁶ **Kontrolní**

²⁴² Ministerstvo hospodářství, průmyslu a zaměstnanosti se také zabývá ekonomickou a finanční odpovědností, podporou zaměstnanosti, školení malých a středních podniků, cestování apod. z FRANCE, [cit. 2013-09-17]. Dostupné z:

http://ec.europa.eu/consumers/empowerment/docs/FR_web_country_profile.pdf

²⁴³ HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele*, s.124

²⁴⁴ Code de la consommation (r531-2), Qui sommes nous?. *Conso.net*, [cit. 2013-11-24], dostupné z: [http://www.conso.net/page/bases.13_qui_sommes_nous./](http://www.conso.net/page/bases.13_qui_sommes_nous/), HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele*, s.124

²⁴⁵ Status & Missions. *Commission de la sécurité des consommateurs*, [cit. 2013-09-17], dostupné z: <http://www.securiteconso.org/la-csc/statut-missions/>

²⁴⁶ Autorité de la concurrence - Missions. *Autorité de la concurrence*, [cit. 2013-09-17], dostupné z: http://www.autoritedelaconcurrence.fr/user/standard.php?id_rub=12

finanční úřad zajišťující fungování finančních trhů, ochranu úspor investovaných do finančních produktů a informace pro investory,²⁴⁷ atd.

3.4.1.2.2 Spotřebitelské organizace

Ve Francii existuje celkem 15 národně schválených spotřebitelských organizací, jejichž činnost je řízena zákonem „la loi du 1er juillet 1901“. Aby mohly být organizace schváleny na národní úrovni, musí splňovat kritéria, kterými jsou: být alespoň jeden rok v provozu, vyvíjená efektivní a veřejná činnost na obranu spotřebitelů, mít minimálně 10 tisíc členů a být nezávislá v jakékoliv profesionální činnosti. Podrobnější podmínky definuje spotřebitelský zákoník.²⁴⁸

Spotřebitelské organizace jsou financovány z veřejných zdrojů, o výši peněz rozhoduje DGCCRF pod vedením Ministerstva hospodářství, průmyslu a zaměstnanosti. Další získávání finančních zdrojů pro financování činností spotřebitelských organizací musí být schváleno v dohodě s Ministerstvem.²⁴⁹

Těchto patnáct organizací lze rozdělit do tří skupin dle činností a historického původu. První skupinou jsou organizace zabývající se *rodinou* (le mouvement familial), které většinou vznikly před nebo těsně po druhé světové válce. Do této skupiny patří organizace **Cnafal** (Conseil national des associations familiales laïques), **CNAFC** (Confédération nationale des associations familiales catholiques), **CSF** (Confédération syndicale des familles), **Familles de France**, **Familles Rurales**, které jsou seskupeny v rámci organizace **UNAF** (Union nationale des associations familiales). Druhou skupinou jsou organizace vzniklé z iniciativy *odborového hnutí* (le mouvement syndical), jejíž představiteli jsou organizace **Adéic** (Association de défense, d'éducation et d'information du consommateur), **AFOC** (Association Force Ouvrière consommateurs), **Indecosa-CGT** (Association pour l'information et la défense des consommateurs salariés-CGT) a **ALLDC** (Association Léo Lagrange pour la défense des consommateurs), která pochází z hnutí veřejného školství. Poslední třetí skupinou jsou organizace *specializované na*

²⁴⁷Présentation - Autorité des marchés financiers. *Autorité des marchés financiers*, [cit. 2013-09-17], dostupné z: <http://www.amf-france.org/L-AMF/Missions-et-competences/Presentation.html>

²⁴⁸FRANCE, [cit. 2013-09-17], dostupné z: http://ec.europa.eu/consumers/empowerment/docs/FR_web_country_profile.pdf

²⁴⁹FRANCE, [cit. 2013-09-17], dostupné z: http://ec.europa.eu/consumers/empowerment/docs/FR_web_country_profile.pdf

spotřebitelskou problematiku (le mouvement consommériste et spécialisé). Představiteli této skupiny je pět organizací, z nichž dvě se věnují výhradně spotřebitelské problematice, jsou to **UFC-Que Choisir** (Union Fédérale des Consommateurs-Que Choisir) a **CLCV** (Confédération de la Consommation, du Logement et du Cadre de Vie), dále dvě organizace specializující se na bydlení **CNL** (Confédération nationale du logement) a **CGL** (Confédération générale du logement) a organizace specializující se na dopravu **FNAUT** (Fédération nationale des associations d'usagers des transports).

Tyto organizace radí a pomáhají řešit spory, a to dohodou či žalobou. Jsou oprávněny u soudu bránit kolektivní zájmy spotřebitelů a usilovat o nápravu. Dále mohou působit preventivně (požádat o stažení nebezpečného výrobku či odstranění či odstranění nepřiměřených podmínek ve smlouvách).²⁵⁰

Nejstarší francouzskou organizací specializující se na spotřebitelskou problematiku je **Union Fédérale des Consommateurs** (UFC – Que Choisir, dále pouze „Que Choisir“), která byla založena v roce 1951 v Paříži. Que Choisir je nezávislá organizace, která spotřebitele informuje, radí jim a brání je. Působí na národní, regionální a místní úrovni, na které poskytuje poradenství ve více než 150 místních asociacích. Mezi její hlavní činnosti patří testování a srovnávání výrobků, ekonomické analýzy, vydávání časopisů, řešení spotřebitelských sporů a poradenská činnost pro spotřebitele v oblasti obchodu, zdraví, bydlení, sociálních služeb, životního prostředí, cestovního ruchu, telekomunikací, bankovníctví a pojišťovnictví. Je financována z příjmů z prodeje časopisů a z poskytování informací na webových stránkách. Patří mezi zakládající členy organizace BEUC a CI.²⁵¹

Další významnou spotřebitelskou organizací působící ve Francii je **Confédération de la Consommation, du Logement et du Cadre de Vie** (CLCV – Confederation for Consumer Affairs, Housing and Quality of Life, dále pouze „CLCV“). CLCV je národním sdružením, které hájí specifické zájmy spotřebitelů na národní a místní úrovni na 73 francouzských pobočkách. Byla založena v roce 1952 v Paříži. Mezi její činnosti patří ochrana spotřebitele ohledně bydlení, územního plánování, dopravy, finančních služeb,

²⁵⁰ Les associations de consommateurs. *Conso.net*, [cit. 2013-11-24], dostupné z:

http://www.conso.net/images_publications/Guide_associations_consommateurs_2013.pdf

²⁵¹ UFC-Que Choisir. *Que Choisir*, [cit. 2013-09-17], dostupné z: <http://www.quechoisir.org/l-association/ufc-que-choisir-ufc-que-choisir-qui-sommes-nous>, FRANCE, [cit. 2013-09-17], dostupné z: http://ec.europa.eu/consumers/empowerment/docs/FR_web_country_profile.pdf

potravinářství, zdravotnictví a dalších, a dále informování spotřebitelů, ochrana životního prostředí, poskytování veřejného vzdělávání, zastoupení spotřebitelů v oblasti veřejného zdraví.²⁵² Je financována ze tří zdrojů, které garantuje nezávislost této organizace. Jsou jimi členské příspěvky, vlastní zdroje (tj. publikace, produkty, průzkumy a studie) a veřejné dotace.²⁵³

Přehled patnácti spotřebitelských organizací působících ve Francii je uveden v příloze č.18.

3.4.2 Spotřebitelské organizace na Slovensku

3.4.2.1 Legislativní zakotvení ochrany spotřebitele

Legislativní úprava ochrany spotřebitele se od roku 1918 do konce roku 1992 vyvíjela stejně jako úprava ochrany spotřebitele v České republice. 1. 1. 1993 došlo k rozdělení federace Československa na Českou a Slovenskou republiku. „*Základem ochrany spotřebitele v podobě, kterou známe v současnosti, se stal zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, který jako jeden z posledních federálních zákonů nabyl účinnosti až po rozdělení Československé republiky 1.ledna 1993 Zákon č.634/1992 Sb. byl původně výlučně veřejnoprávním předpisem. Novelizacemi se do něj vnesly soukromoprávní normy, které změnilý charakter zákona natolik, že se stal směsicí veřejnoprávních a soukromoprávních ustanovení,...*“²⁵⁴ Tento zákon byl v roce 2007 nahrazen zákonem č. 250/2007 Z.z., o ochraně spotřebitele a o změně zákona Slovenské národní rady č. 372/1990 Zb., o přestupcích, ve znění pozdějších předpisů. Nový zákon č. 250/2007 Z.z., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, upravuje práva spotřebitelů (§3), orgány veřejné správy pro ochranu spotřebitele a jeho úlohy (§ 19 až 22), sdružení založená na ochranu spotřebitele (§ 25) a další oblasti ochrany spotřebitele a podmínky podnikání pro tuto oblast.²⁵⁵

²⁵² Notre histoire et nos valeurs. *CLCV*, [cit. 2013-11-24], dostupné z: <http://www.clcv.org/pages/notre-histoire-et-nos-valeurs.html>, FRANCE, [cit. 2013-09-17], dostupné z: http://ec.europa.eu/consumers/empowerment/docs/FR_web_country_profile.pdf

²⁵³ Notre gouvernance. *CLCV*, [cit. 2013-11-24], dostupné z: <http://www.clcv.org/pages/notre-gouvernance.html>

²⁵⁴ DRGONCOVÁ, J., *Spotřebitelské právo v Slovenskej republike a v Európskej únii*, s. 80,81

²⁵⁵ zákon č. 250/2007 Z.z., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

Dalšími zákony schválenými pouze za účelem ochrany spotřebitele jsou zákon č. 258/2001 Z.z., o spotřebitelských úvěrech a o změně a doplnění zákona Slovenské rady č. 71/1986 Zb., o Slovenské obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 108/2000 Z. z., o ochraně spotřebitele při podomním obchodě a zásilkovém prodeji, ve znění pozdějších předpisů, dále zákon č. 226/2005 Z. z., o ochraně spotřebitele při finančních službách na dálku a o změně a doplnění některých zákonů ve znění zákona č. 266/2005 Z. z., a zákon č. 281/2001 Z. z., o zájezdech, podmínkách podnikání cestovních kanceláří a cestovních agentur a o změně doplnění Občanského zákoníku ve znění pozdějších předpisů.²⁵⁶

3.4.2.2 Institucionální zakotvení ochrany spotřebitele

3.4.2.2.1 Státní instituce na ochranu spotřebitele

„Státní orgány vykonávají kontrolu, odnímají vzorky, vyhodnocují dodržování právních předpisů a za jejich porušení ukládají sankce, nejčastěji v podobě pokut.“²⁵⁷

Hlavním ústředním orgánem státní správy, který se zabývá ochranou spotřebitele, je Ministerstvo hospodářství Slovenské republiky (dále také „MH“) na základě zákona č. 575/2001 Zb., ve znění pozdějších předpisů. MH vykonává správu ochrany spotřebitele na základě zákona č. 250/2007 Zb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, dle ustanovení §19 odst. 2. Jedná se například o vypracování a předkládání vládě návrh koncepce spotřebitelské politiky, informování spotřebitele o jeho právech a povinnostech, řídí a kontrolu Slovenskou obchodní inspekci.²⁵⁸

MH spolupracuje na úrovni ústředních orgánů státní správy při zabezpečování ochrany spotřebitele zejména s Ministerstvem financí, Ministerstvem dopravy, pošt a telekomunikací, Ministerstvem vodohospodářství, Ministerstvem vnitra a Ministerstvem spravedlnosti. MH za účelem vytvoření fóra pro spotřebitelské organizace a zajištění spolupráce mezi spotřebitelskými sdruženími a ústředními orgány státní správy založilo Poradní spotřebitelský výbor.²⁵⁹

²⁵⁶ DRGONCOVÁ, J., *Spotřebitelské právo v Slovenskej republike a v Európskej únii*, s.105

²⁵⁷ DRGONCOVÁ, J., *Spotřebitelské právo v Slovenskej republike a v Európskej únii*, s. 114

²⁵⁸ § 19 odst. 2b, e), i) zákon č. 250/2007 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

²⁵⁹ SLOVAKIA, [cit. 2013-09-20], dostupné z:

http://ec.europa.eu/consumers/overview/country_profile/SK_web_country_profile_sk.pdf

Na úrovni orgánů dozoru upravených v § 20 zákona č. 250/2007 Zb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, jsou nejdůležitějšími orgány na ochranu spotřebitele Slovenská obchodní inspekce (dále také „SOI“), Státní veterinární a potravinová správa a Úřad veřejného zdravotnictví. **Slovenská obchodní inspekce**, která byla zřízena a vykonává činnost na základě zákona č. 128/2002 Z. z., o státní kontrole vnitřního trhu ve věcech ochrany spotřebitele a o změně a doplnění některých zákonů, je jako orgán kontroly vnitřního trhu nezávislá. Je rozdělena na Ústřední inspektorát SOI se sídlem v Bratislavě a na podřízené inspektoráty s dalšími osmi sídli. SOI kontroluje vnitřní trh s výjimkou potravin, tabákových výrobků a kosmetiky. Kontrola vnitřního trhu se dle ustanovení § 2 téhož zákona zjišťuje, *„zda výrobky a služby při prodeji a poskytování jsou v souladu s obecně závaznými předpisy, ..., dodržování cenových předpisů, ..., dodržování obchodních podmínek věřitelů a smluvních podmínek nabízených spotřebitelům podle zvláštního předpisu.“*²⁶⁰

Státní veterinární a potravinová správa podle zákona č. 152/1995 Z. z., o potravinách, ve znění pozdějších předpisů, *„vykonává úřední kontrolu potravin nad výrobou, manipulací a umístováním na trh potravin živočišného původu kromě poskytování služeb společného stravování, potravin rostlinného původu včetně čerstvého ovoce, čerstvé zeleniny, brambor a jiných zemědělských produktů (...), nápojů včetně potravin s některými složkami živočišného původu“*²⁶¹, tabákových výrobků a geneticky modifikovaných potravin.²⁶² **Úřad veřejného zdravotnictví** *„ve smyslu zákona č. 126/2006 Z. z. o veřejném zdravotnictví, ve znění pozdějších předpisů, zabezpečuje z hlediska ochrany spotřebitele zejména monitoring determinantů zdraví, identifikaci zdravotních rizik, testování složek životního a pracovního prostředí, monitoring kvality pitné vody“*²⁶³ apod.

²⁶⁰ § 2 zákon č. 128/2002 Z. z., o státní kontrole vnitřního trhu ve věcech ochrany spotřebitele a o změně a doplnění některých zákonů

²⁶¹ § 23 zákon č. 152/1995 Z. z. o potravinách, ve znění pozdějších předpisů

²⁶² § 23 zákon č. 152/1995 Z. z. o potravinách, ve znění pozdějších předpisů

²⁶³ SLOVAKIA, [cit. 2013-09-20], dostupné z:

http://ec.europa.eu/consumers/overview/country_profile/SK_web_country_profile_sk.pdf

3.4.2.2 Spotřebitelské organizace

Slovenské Spotřebitelské organizace jsou upravovány dle stejného zákona jako české spotřebitelské organizace, tzn. zákonem č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů.

Na internetových stránkách Evropské komise v rámci spotřebitelské politiky je uveden přehled 17 mimovládních spotřebitelských organizací a dalších 31 ostatních spotřebitelských sdružení bez uvedení počtu členů, tedy celkem 48 organizací.²⁶⁴ Ministerstvo hospodářství v „Seznamu spotřebitelských sdružení“ uvádí celkem 43 sdružení na ochranu spotřebitele.²⁶⁵ V databázi Ministerstva vnitra „Evidence občanských sdružení“ v oblasti spotřebitelské činnosti je celkem 101 organizací, z toho 5 již zaniklo nebo jsou v likvidaci. Spotřebitelské hnutí dle počtu spotřebitelských organizací je značné, avšak nalézt kontakt na většinu z nich není možný kvůli chybějícím internetovým stránkám, telefonním kontaktům nebo e-mailovým adresám. Největší koncentrace sídel těchto organizací je v hlavním městě Bratislavě, sídlí tu celkem 37 organizací, 15 organizací je poté v košickém kraji. Pouze jedna organizace se nachází v kraji Trenčín.²⁶⁶ Níže jsou rozepsány hlavní spotřebitelské organizace, které se aktivně zapojují do ochrany spotřebitele na Slovensku. V příloze č. 19: Přehled spotřebitelských organizací na Slovensku jsou uvedeny všechny spotřebitelské organizace ze seznamu Evropské komise či Ministerstva hospodářství.

Jako první organizace založená v únoru 1992 za doby Československé republiky je **Združenie slovenských spotrebiteľov** (dále také „ZSS“). ZSS sídlí v Bratislavě a poskytuje poradenství ve 12 poradenských střediscích. Je členem evropských spotřebitelských organizací, a to CI, BEUC a ANEC.²⁶⁷ Ve stanovách si dává za cíle ochraňovat spotřebitelská práva, vzdělávat a informovat spotřebitele na výchovných a propagačních akcích, poskytovat odborné konzultace, vydávat publikace na ochranu spotřebitele, analyzovat výrobky, spolupracovat s orgány státní správy, nevládními

²⁶⁴ SLOVAKIA, [cit. 2013-09-20], dostupné z:

http://ec.europa.eu/consumers/overview/country_profile/SK_web_country_profile_sk.pdf

²⁶⁵ Kontakty na spotřebitelské združení. *Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky*, [cit. 2013-09-20], dostupné z: <http://www.economy.gov.sk/kontakty-na-spotrebiteľske-zdruzenia-5933/127618s>

²⁶⁶ Evidence of Civil Associations. *Evidence of Civil Associations*, [cit. 2013-09-20], dostupné z: <http://www.ives.sk/registre/hladatoz.do>

²⁶⁷ O nás. *Združenie slovenských spotrebiteľov*, [cit. 2013-09-20], dostupné z: <http://www.zss.sk/o-nas>

místními a také mezinárodními organizacemi, podílet se na tvorbě všeobecných závazných předpisů týkajících se ochrany spotřebitele apod.²⁶⁸

Asociácia spotrebiteľských subjektov Slovenska se sídlem ve Staré Ľubovně vznikla v roce 1999. Tato organizace poskytuje poradenské a informační služby spotřebitelům, vzdělává je prostřednictvím školení seminářů, konferencí, organizuje soutěže pro mladé spotřebitele, kampaně a petice, vydává publikace, spolupracuje se složkami státní správy v oblasti spotřebitelské politiky a má právo zastupovat spotřebitele v soudním řízení.²⁶⁹

Asociácia spotrebiteľov Slovenska založená v roce 2002 se sídlem v Bratislavě je nezávislým občanským sdružením, které informuje o spotřebitelských právech, odborně radí spotřebitelům, porovnává a vydává testy produktů, vyvíjí tlak na poctivost výrobců a prodávajících a vynucuje opatření spotřebitelské politiky. Od roku 2003 natáčí televizní spotřebitelský pořad s názvem TEST magazín, který informuje spotřebitele o testech výrobků, o jeho spotřebitelských právech, o aktuálních spotřebitelských problémech a jeho možných řešení. Asociácia spotrebiteľov Slovenska spolupracuje například se slovenskou organizací ZSS, německou organizací Stiftung Warentest či českou organizací dTest.²⁷⁰

Združenie občianskej sebaobrany vzniklo v roce 2003 v Bratislavě jako „*nástupnická organizace občanské iniciativity Nesloboda divákovho výberu, které se angažovalo za cenové vyrovnaní zákazníků.*“²⁷¹ Současným cílem Združenie občianskej sebaobrany je „*ochrana a prosazování práv zájmů spotřebitelů, základních lidských práv a svobod, především v neporušitelnosti přirozených práv člověka, práv občana a svrchovanost zákona, zájmů veřejnosti při uplatňování práva na informace, svobody projevu a práva na přístup ke kulturním hodnotám a vzdělání, zájmů veřejnosti.*“²⁷² Zabývají se tedy ochranou spotřebitele, poskytují poradenství a řeší problematiku poškozování spotřebitelů.

²⁶⁸ Stanovy. *Združenie slovenských spotrebiteľov*, [cit. 2013-10-25], dostupné z: <http://www.zss.sk/-o-nas/stanovy>

²⁶⁹ Stanovy Asociácie spotrebiteľských subjektov Slovenska. *Asociácia spotrebiteľských subjektov Slovenska*, [cit. 2013-09-22], dostupné z: <http://www.spotrebiteľinfo.sk/index.php/informujme/73-stanovy-asociacie-spotrebiteľských-subjektov-slovenska>

²⁷⁰ TEST - magazín. *TEST – magazín*, [cit. 2013-10-01], dostupné z: <http://www.test-magazin.sk>, <http://www.test-magazin.sk/tv.php>

²⁷¹ História. *Združenie občianskej sebaobrany*, [cit. 2013-11-24], dostupné z: <http://slovenskyspotrebiteľ.sk/historia/>

²⁷² O nás. *Združenie občianskej sebaobrany*, [cit. 2013-10-01], dostupné z: <http://slovenskyspotrebiteľ.sk/o-nas/>

Asociácia užívateľov služieb sídlí v Banskej Bystrici je „občanské združenie ve sfére ochrany spotrebiteľa využívajúcich služieb ve verejnom zájmu“²⁷³, tj. obchodu, služby pošty, zdravotníctví, financí, bankovníctví, správu bytového fondu, dopravy apod. V roce 2004 byla zaregistrovaná na Ministerstva vnitra. Asociácia užívateľov služieb spolupracuje například se slovenskými organizacemi Asociácia na ochranu spotrebiteľov liekov či Únia mateřských center. Dříve působila jako **Asociácia užívateľov bytov**, která je nadále činná pouze k přijímání stížností uživatelů bytů.²⁷⁴

Další organizací zabývající se ochranou spotřebitele je **Spotřebitelský inštitút**, založen v roce 2005 v Bratislavě, který vykonává čtyři složky v oblasti spotřebitelské politiky, a to poradenství, vzdělávání, výzkum a testování produktů.²⁷⁵

3.4.3 Shrnutí

Zatímco Francie má velmi vypracovaný systém ochrany spotřebitele a jeho legislativní zakotvení je zejména ve Spotřebitelském zákoníku (viz kapitola 3.4.1.1), Slovensko, obdobně jako Česká republika, jejichž legislativní vývoj byl stejný do roku 1993, kdy byla tato federace rozdělena, tento systém propracovaný nemá. Slovenská legislativní úprava ochrany spotřebitele je roztržena do několika právních předpisů, základem ochrany spotřebitele je, stejně jako v České republice, zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, který byl v roce 2007 nahrazen zákonem č. 250/2007 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, a úprava spotřebitelských organizací je zakotvena v zákoně č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů (viz kapitola 3.4.2.1).

Francouzský Spotřebitelský zákoník je rozdělen do pěti knih, z toho dvě knihy jsou přímo určeny institucionálnímu zakotvení ochrany spotřebitele, kniha čtvrtá o Spotřebitelských sdruženi a kniha pátá o Institucích. Spotřebitelských organizací ve Francii, které jsou řádně schváleny Ministerstvem hospodářství, průmyslu a zaměstnanosti a dalšími institucemi a musejí splňovat určitá kritéria, je celkem patnáct (viz kapitola

²⁷³ ASU. ASU, [cit. 2013-1-01], dostupné z: <http://www.asu.sk/>

²⁷⁴ ASU – O ASU. ASU [online]. 2013 [cit. 2013-10-01]. Dostupné z: <http://www.asu.sk/indexsk.htm>

²⁷⁵ SLOVAKIA, [cit. 2013-09-20], dostupné z:

http://ec.europa.eu/consumers/overview/country_profile/SK_web_country_profile_sk.pdf

3.4.1.2.2). Jsou rozdělené dle jejich činnosti, a to na organizace zabývající se rodinou, na odborová hnutí a na organizace specializované na spotřebitelskou problematiku. Nejvýraznější spotřebitelskou organizací ve Francii je Union Fédérale des Consommateurs, znána také jako QUE Choisir.

Ve srovnání se slovenskými spotřebitelskými organizacemi, kterých Ministerstvo hospodářství v seznamu spotřebitelských sdružení uvádí celkem 43 organizací, by se dalo říci, že spotřebitelské hnutí na Slovensku je daleko větší než ve Francii. Avšak při bližšímu dohledávání aktivit a činností slovenských organizací se situace má tak, že více jak tři čtvrtiny sdružení nejsou dohledatelné nebo jsou v seznamu vedeny i pobočky jednotlivých organizací (viz kapitola 3.4.2.2.2).

Francie tedy má obecně lepší zakotvení ochrany spotřebitele, a to jak v legislativě, tak ve spotřebitelských organizacích. Výhodou pro francouzské spotřebitele je i příručka spotřebitelských organizací, která informuje o jednotlivých činnostech aktivních organizací a spotřebitel se může rozmyslet, na jakou organizaci se obrátí. Na Slovensku žádná obdobná příručka o spotřebitelských organizacích neexistuje, spotřebitelé se musí spolehnout na dlouhé seznamy spotřebitelských organizací (seznamy Evropské komise, Ministerstva hospodářství, databáze Ministerstva vnitra), které bližší informace o organizacích neuvádějí a navíc mnoho z nich není ani aktivních.

4 Praktická část

4.1 Dotazníkové šetření Spotřebitelské organizace

4.1.1 Popis dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace

V rámci dotazníkového šetření „Spotřebitelské organizace“ bylo zjišťováno, zda respondenti znají spotřebitelské organizace, zda znají problematiku ochrany spotřebitele a zda měli s uplatňováním spotřebitelského práva problém.

V přípravné fázi byl zformulován problém, teoretické a pracovní hypotézy. Na tomto základě byl sestaven strukturovaný dotazník složený z 21 otázek. Otázky v dotazníku jsou uzavřené (10 otázek), polouzavřené (5 otázek) a otevřené (6 otázek). Typy otázek byly stanoveny na základě potřeby výsledných informací nezbytných k vyhodnocení dotazníku a k dalšímu zpracování. Dále byly použity otázky identifikační (6 otázek), výzkumné (15 otázek) a také filtrační (4 otázky). Dotazníkové šetření bylo pro respondenty omezeno pouze věkem, mohli se ho účastnit všichni občané České republiky, kteří dovršili patnáct let.

Před realizační fází byl uskutečněn pretest neboli testování dotazníku před realizační fází, ve kterém bylo u 15 respondentů zjišťováno, zda otázkám rozumí a nejsou otázky zavádějící. Na základě připomínek a zpětné vazby byl dotazník upraven do výsledné podoby. Celý dotazník je uveden v příloze č. 20: Dotazníkové šetření „Spotřebitelské organizace“.

V realizační fázi byl proveden sběr dat, který se konal v průběhu měsíce srpna a září 2013 prostřednictvím osobního a elektronického dotazování. Dotazník byl v elektronické formě dostupný přes Google Dokument a rozeslán respondentům přes jejich e-mailové adresy s prosbou, zda by mohli dotazník šířit dál. Návratnost při elektronickém dotazování tedy nemůže být hodnocena, při osobním sběru dat byla návratnost 100%, neboli všech 30 oslovených poskytlo odpovědi.

V poslední fázi proběhlo zpracování získaných dat, jejich interpretace a také statistické vyhodnocení. Pro vyhodnocení a zpracování dat byla využita aplikace Microsoft Office Excel 2007.

4.1.2 Výsledky dotazníkového šetření

4.1.2.1 Identifikační otázky

Respondentům bylo položeno celkem šest identifikačních otázek na konci dotazníkového šetření „Spotřebitelské organizace“. Tyto identifikační charakteristiky jsou shrnuty v tabulce č. 3 a blíže popsány v následujících odstavcích.

Tabulka č. 3: Charakteristika souboru respondentů

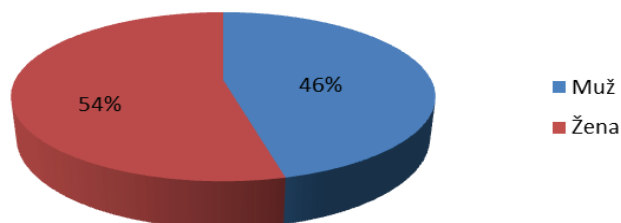
| Identifikační otázky | Možnosti odpovědí | Počet dotázaných | Podíl počtu dotázaných |
|----------------------------|----------------------------|------------------|------------------------|
| Pohlaví | Žena | 111 | 54% |
| | Muž | 95 | 46% |
| Věk | 15 až 25 let | 66 | 33% |
| | 26 až 35 let | 33 | 16% |
| | 36 až 45 let | 38 | 18% |
| | 46 až 55 let | 40 | 19% |
| | 56 až 65 let | 19 | 9% |
| | 66 let a více | 10 | 5% |
| Ekonomická Aktivita | Zaměstnaný/á | 118 | 57% |
| | Student | 52 | 25% |
| | Důchodce | 14 | 7% |
| | Nezaměstnaný/á | 20 | 10% |
| | Ostatní | 2 | 1% |
| Nejvyšší dosažené vzdělání | Základní vzdělání | 6 | 3% |
| | Středoškolské bez maturity | 25 | 12% |
| | Středoškolské s maturitou | 124 | 60% |
| | Vyšší odborné vzdělání | 7 | 3% |
| | Vysokoškolské vzdělání | 44 | 21% |
| Velikost trvalého bydliště | Do 5 000 obyvatel | 31 | 15% |
| | 5 001 až 10 000 obyvatel | 45 | 22% |
| | 10 001 až 30 000 obyvatel | 53 | 26% |
| | 30 001 až 50 000 obyvatel | 23 | 11% |
| | Nad 50 001 obyvatel | 54 | 26% |

| | | | |
|------------------------|----------------------|----|-----|
| Kraj trvalého bydliště | Hlavní město Praha | 34 | 17% |
| | Středočeský kraj | 38 | 18% |
| | Jihočeský kraj | 14 | 7% |
| | Plzeňský kraj | 11 | 5% |
| | Karlovarský kraj | 14 | 7% |
| | Ústecký kraj | 8 | 4% |
| | Liberecký kraj | 8 | 4% |
| | Královéhradecký kraj | 10 | 5% |
| | Pardubický kraj | 11 | 5% |
| | Kraj Vysočina | 14 | 7% |
| | Jihomoravský kraj | 12 | 6% |
| | Olomoucký kraj | 17 | 8% |
| | Moravskoslezský kraj | 9 | 4% |
| | Zlínský kraj | 6 | 3% |

Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 206 respondentů, z toho bylo 111 žen, což představuje 54 % z celkového počtu dotázaných, a 95 mužů, tedy 46 % (viz graf č. 3). Vzhledem k rozložení obyvatelstva v ČR dle pohlaví je tento poměr je relativně vyvážený.

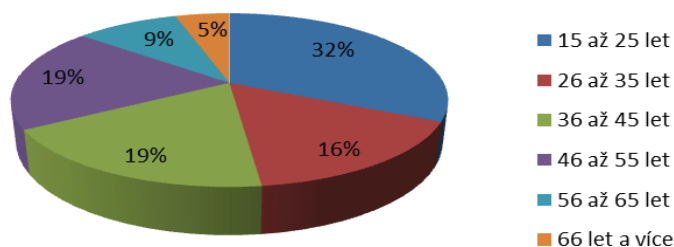
Graf č. 3: Zastoupení žen a mužů v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

Na grafu č. 4 je zobrazena věková struktura respondentů. Nejvíce zastoupeni v dotazníkovém šetření byli respondenti ve věku 15 až 25 let s 32% ze všech dotázaných. Tento poměr k ostatním věkovým skupinám byl očekáván vzhledem k vzorku oslovených respondentů. Mezi 16 % a 19 % se pohyboval vzorek respondentů mezi 26 až 35 let, 36 až 45 let a 46 až 55 let. Pod 10 % byli respondenti ve věku 56 až 65 let a 66 let a více, což mohla také způsobit převážná elektronická distribuce dotazníkového šetření.

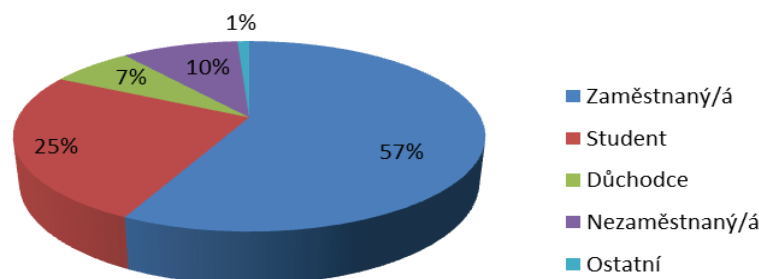
Graf č. 4: Věková struktura respondentů v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

Nejpočetnější skupinou v oblasti ekonomické aktivity jsou zaměstnaní, a to s 57 % zastoupením (118 respondentů). Dále to jsou studenti a nezaměstnaní. Nejmenší zastoupení je důchodců (7 %) a ostatních ekonomických aktivit (1 %). Struktura ekonomické aktivity respondentů je zobrazena na grafu č. 5.

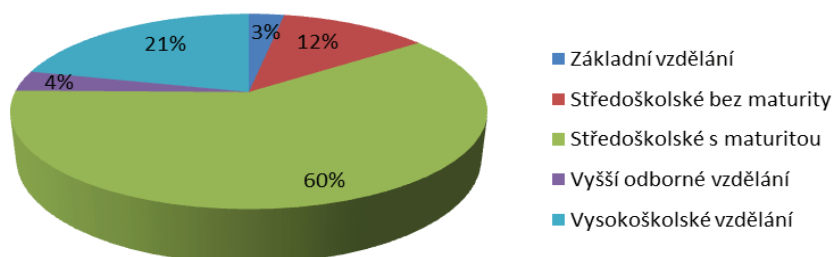
Graf č. 5: Ekonomická aktivita respondentů v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

Další zkoumanou charakteristikou respondentů bylo nejvyšší dosažené vzdělání, které je zobrazeno na grafu č. 6. Z tohoto grafu vyplývá, že nejvíce zastoupenou skupinou byli dotázaní se středoškolským vzděláním s maturitou, a to více než polovina (60 %, 124 respondentů). Dále byli zastoupeni respondenti s vysokoškolským vzděláním (21 %), o 9 % méně se středoškolským bez maturity. Po 3% poté se základním vzděláním a vyšším odborným vzděláním.

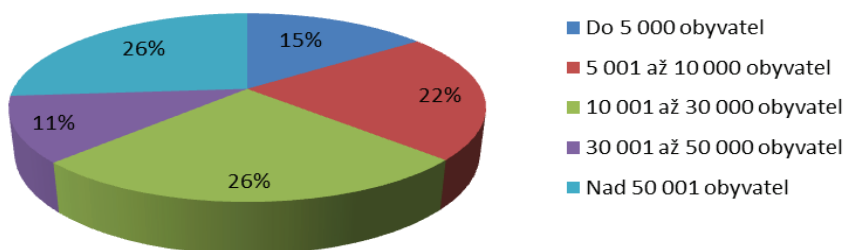
Graf č. 6: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

Posledními zkoumanými identifikačními znaky byly dvě otázky týkající se trvalého bydliště dotázaných, a to velikosti trvalého bydliště a v jakém kraji se trvalé bydliště nachází. Z grafu č. 7 Počet obyvatel v místě trvalého bydliště respondenta dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace vyplývá, že nejvíce respondentů pochází z města 10 001 až 30 000 obyvatel a z města nad 50 000 obyvatel (obě skupiny po 26 %), nejméně dotázaných pochází z města od 30 001 až 50 000 obyvatel (11 %).

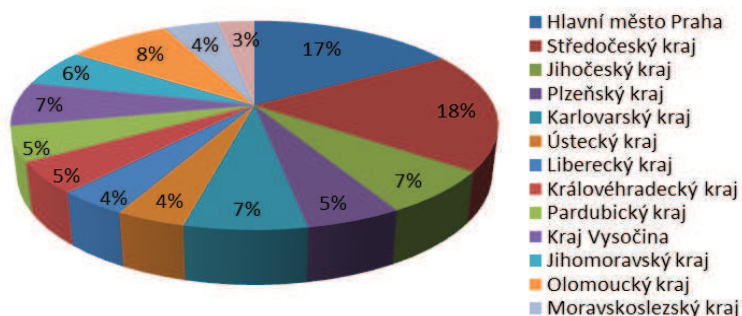
Graf č. 7: Počet obyvatel v místě trvalého bydliště respondenta dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

Dominantní skupinou z hlediska trvalého bydliště je Středočeský kraj (38 respondentů) a hlavní město Praha (34 respondentů), z kterých pochází celkově 35 % všech dotázaných. Pod 10 % jsou dotázaní z ostatních krajů České republiky, nejméně je zastoupen Zlínský kraj. Viz graf č. 8.

Graf č. 8: Trvalé bydliště respondentů dle krajů v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

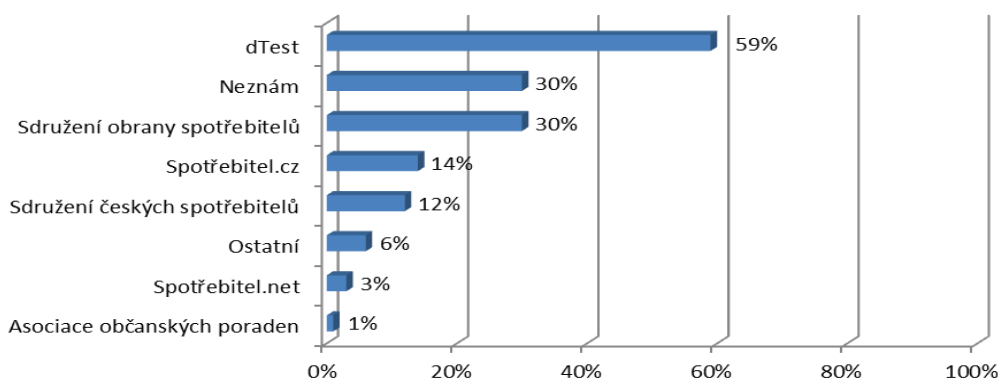
4.1.2.2 Výzkumné otázky

Dotázaným bylo předloženo celkem 17 výzkumných otázek. První otázka byla, zda znají některou z vybraných spotřebitelských organizací. Bylo uvedeno celkem 8 možností, z toho měli respondenti na výběr ze šesti reálných spotřebitelských organizací, dále možnost uvést jinou organizaci, která není v nabídce, nebo že respondent nezná žádnou spotřebitelskou organizaci. Otázka byla tedy polouzavřená s možností více odpovědí. V úvaze bylo i zahrnutí možnosti o nereálných, vymyšlených spotřebitelských organizací z důvodu opravdové znalosti organizací. Takové možnosti by však vůči respondentům byly nekorektní, bude se tedy předpokládat, že respondenti neuváděli odpovědi bezmyšlenkovitě a organizace volili podle svých reálných znalostí. Vzhledem k faktu, že se jednalo o úvodní otázku, bylo odstoupeno od možnosti otevřené otázky.

Nejznámější spotřebitelskou organizací dle dotazníkového šetření je organizace Občanské sdružení spotřebitelů TEST, neboli dTest. Tuto organizaci zná celkem 122 respondentů (59 % dotázaných). Na druhém místě je poté Sdružení obrany spotřebitelů, které je nyní „rozděleno“ na SOS Jmk (Asociace) a SOS MaS, kterou označilo 60 respondentů. Dále spotřebitelé znají v menší míře Spotřebitel.cz (toto sdružení však zaniklo v říjnu 2010), Sdružení českých spotřebitelů a Spotřebitel net, jak je zřejmé z grafu č. 9. Možnost „ostatní“ uvedlo celkem 6 respondentů, avšak neuváděli název těchto organizací, což může vést k závěru, že žádnou jinou spotřebitelskou organizaci ve

skutečnosti neznají. Z výše uvedeného je tedy patrné, že dotázaní znají nejvíce ty organizace, které jsou v médiích nejvíce vidět, tzn. Občanské sdružení spotřebitelů TEST.

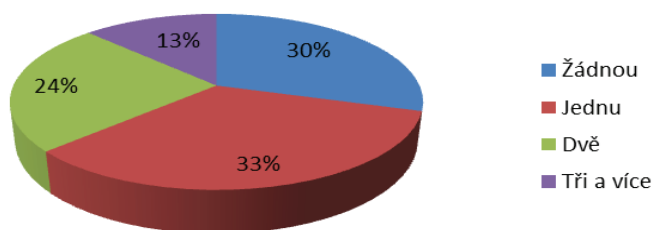
Graf č. 9: Znalost respondentů spotřebitelských organizací v dotazníkovém šetření
Spotřebitelské organizace



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

K neznalosti žádné spotřebitelské organizaci se přiznalo 61 respondentů, tedy z celkového počtu dotazovaných zná alespoň jednu spotřebitelskou organizaci 70 % dotázaných.²⁷⁶ Bližší rozdělení respondentů podle počtu organizací, které znají, je uvedeno na grafu č. 10. Vzhledem k počáteční úvaze se jedná o relativně malé množství respondentů, kteří žádnou organizaci neznají.

Graf č. 10: Počet organizací, které respondent zná, v dotazníkovém šetření
Spotřebitelské organizace

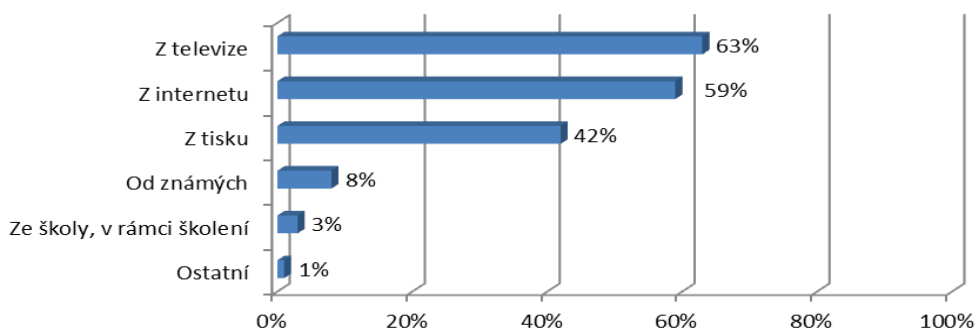


Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

²⁷⁶ Z respondentů, kteří uvedli, že znají alespoň jednu spotřebitelskou organizaci, jen 23 z nich nevedlo dTest.

Dotazovaní, kteří znají alespoň jednu spotřebitelskou organizaci, získávají vědomí o těchto organizacích nejvíce prostřednictvím televizního vysílání, které uvedlo 92 respondentů. Dalším významným médiem je internet, ze kterého se o organizacích dozvědělo celkem 85 respondentů. Významným zprostředkovatelem je také tisk. Menší zastoupení tvoří informace od známých, ze školy, v rámci školení a z ostatních médií (například radiové vysílání), jak vyplývá z grafu č. 11.

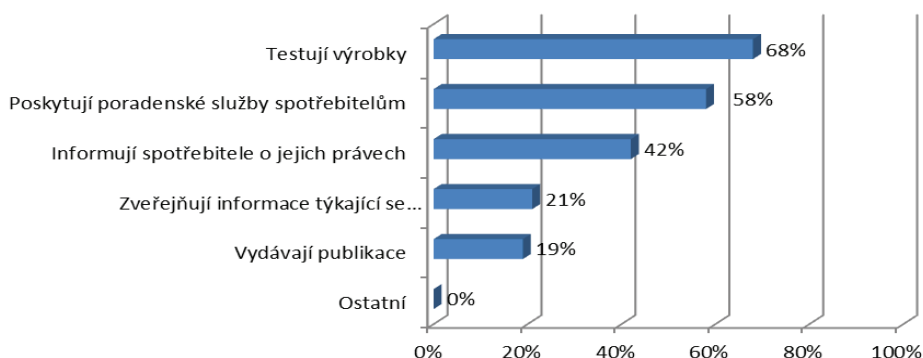
Graf č. 11: Získání znalosti o spotřebitelských organizacích v dotazníkovém šetření
Spotřebitelské organizace



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

Povědomí o tom, čím se spotřebitelské organizace zabývají, je zobrazeno na grafu č. 12. Více než dvě třetiny (68 %) se domnívá, že spotřebitelské organizace testují výrobky. V České republice se přitom „testováním“ výrobků zabývá pouze Občanské sdružení spotřebitelů TEST (dTest). Četnost této odpovědi může být způsobena tím, že respondenti znají nejvíce dTest a spolu s ním zvolili nejvíce i tuto činnost spotřebitelských organizací. Další činností je dle dotázaných poskytování poradenských služeb (120 dotázaných), které poskytují téměř všechny aktivní spotřebitelské organizace.

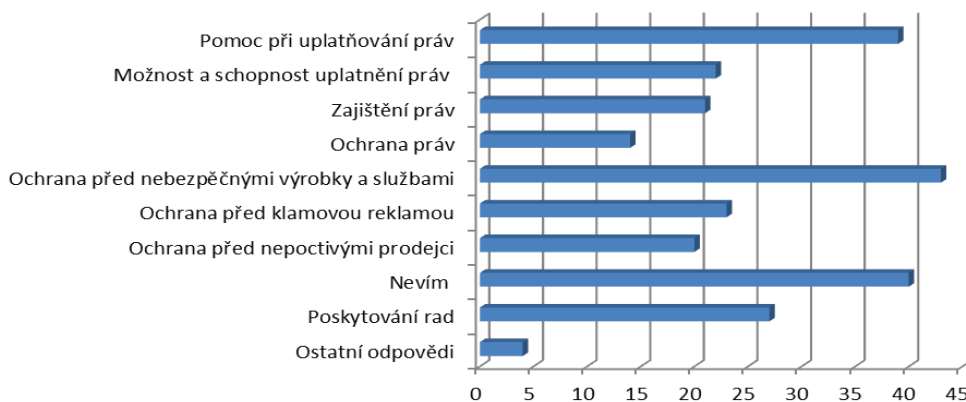
Graf č. 12: Činnost spotřebitelských organizací dle respondentů v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

Další otázka byla směřována na zjištění, zda dotázaní vědí, co ochrana spotřebitele znamená. Otázka byla otevřená vzhledem k tomu, aby se dotázaní mohli sami vyjádřit k problematice a zamyslet se nad ní. Nejčastěji zazněl výraz právo (z 28%), a to ve smyslu ochrany práv spotřebitele, zajištění práv spotřebitelům, možnost a schopnost uplatnění práv spotřebitele dle zákonů a vyhlášek, pomoc při uplatňování práv apod. Kromě ochrany práv uváděli respondenti nejčastěji spojení ochrana před nebezpečnými výrobky, nekvalitním zbožím a službami, a dále ochranu spotřebitele před klamavou reklamou a nepoctivými prodejci, kteří využívají neznalost nakupujícího. Odpověď „nevím“ napsalo 19 % respondentů. Odpovědi respondentů jsou zobrazeny na grafu č. 13.

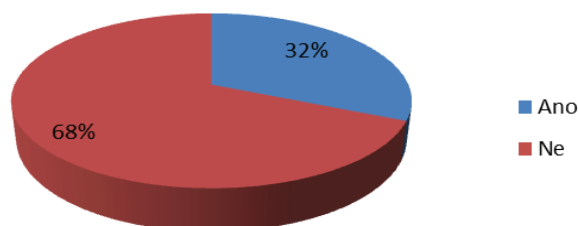
Graf č. 13: Vnímání pojmu „ochrana spotřebitele“ v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

Z grafu č. 14 je zřejmé, že 141 respondentů (68 %) nikdy neuplatňovalo právo jako spotřebitel. Alespoň jednou toto spotřebitelské právo uplatňovalo 65 respondentů, ve všech případech se jednalo o reklamaci zboží, a to z důvodu nekvalitního, vadného nebo poškozeného zboží.

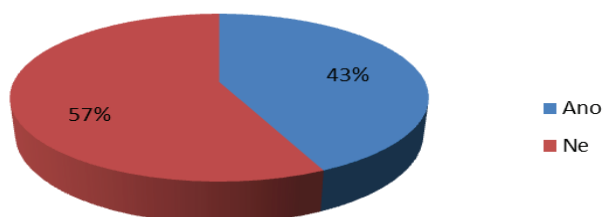
Graf č. 14: Uplatnění spotřebitelského práva v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

Žádný problém s uplatňováním spotřebitelského práva nemělo 37 z 65 respondentů resp. 57 %, jak je patrné z grafu č. 15. Problém mělo 28 z 65 respondentů, kteří alespoň jednou toto právo uplatňovali. Nejčastěji se jednalo o neuznání reklamaci i přesto, že dle jejich názoru na ni měli nárok, dále o neochotu personálu přijmout reklamaci nebo z pochybení samotného spotřebitele kvůli neznalosti záruční doby.

Graf č. 15: Problém při uplatňování spotřebitelského práva v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace

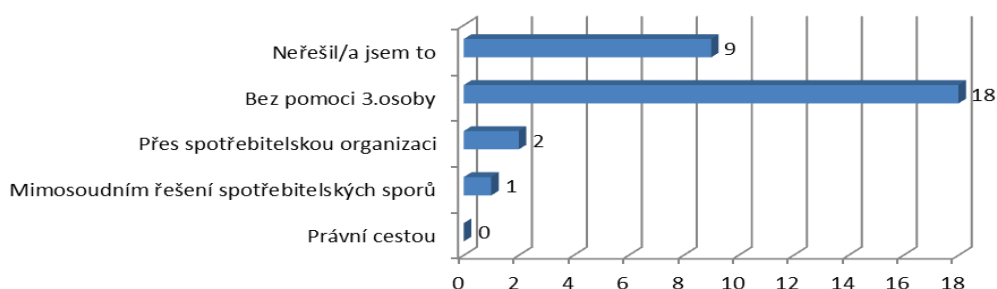


Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

Tento problém poté nejčastěji řešili bez pomoci 3. osoby (18 z 28 respondentů), 9 respondentů tento problém neřešilo vůbec, jeden dotázaný k vyřešení problému se obrátil na spotřebitelskou organizaci a jeden problém řešil nejprve bez pomoci 3. osoby,

poté přes spotřebitelskou organizaci a nakonec mimosoudním řešením spotřebitelských sporů (neboli ADR). Nikdo z respondentů nevolil řešit problém právní cestou, jak vyplývá z grafu č. 16. Problém byl v 8 případech vyřešen, v 8 případech nevyřešen ke spokojenosti spotřebitelů, u dvou respondentů jsou problémy při uplatňování ne vždy vyřešeny a jeden zatím na vyřešení problému čeká.

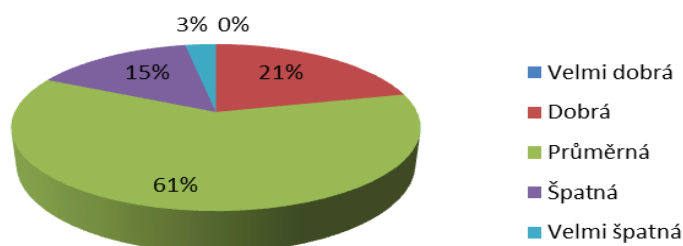
Graf č. 16: Způsob řešení problému při uplatňování spotřebitelského práva v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

Při hodnocení úrovně ochrany spotřebitele v České republice hodnotilo 125 respondentů průměrně, 44 respondentů dobře, 31 respondentů vidí úroveň ochrany spotřebitele špatnou a 6 respondentů velmi špatnou. Velmi dobrou úroveň neshledává nikdo z dotázaných, jak je zřejmé z grafu č. 17.

Graf č. 17: Ohodnocení úrovně ochrany spotřebitele v České republice v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace

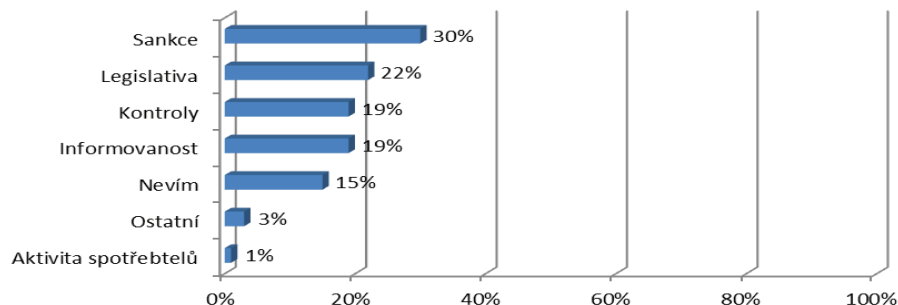


Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

Ochranu spotřebitelů by zvýšilo hlavně udělování sankcí podle 62 respondentů, dále prostřednictvím propracovanějšího legislativního zakotvení ochrany spotřebitele, zvýšené kontroly prodávajících a výrobců, zvýšené informovanosti spotřebitelů. Jak by se mohla

zvýšit úroveň ochrany nevědělo 30 respondentů. Pouze tři respondenti odpověděli, že by se mohla zvýšit aktivitou samotných spotřebitelů (viz graf č. 18)

Graf č. 18: Prostředky k zvýšení úrovně ochrany spotřebitele v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace

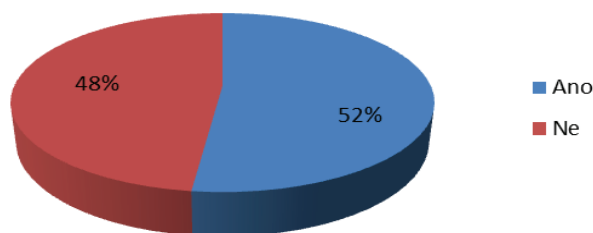


Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

Organizace, které se zabývají ochranou spotřebitele v Evropské unii, nezná celkem 99 % dotázaných. Pouze dva respondenti uvedli, že znají Evropskou komisi, Evropský soudní dvůr. Jedná se však spíše o instituce zabývající se ochranou spotřebitele než přímo o spotřebitelské organizace.

Poslední otázka v dotazníkovém šetření byla, zda by se na základě tohoto dotazníku obrátili v budoucnu, pokud by měli problém ohledně svých spotřebitelských pravomocí, na některou ze spotřebitelských organizací. Z grafu č. 19 vyplývá, že více než polovina respondentů by oslovila některou ze spotřebitelských organizací.

Graf č. 19: Úvaha o možnosti využití spotřebitelských organizací v budoucnu na základě dotazníku v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

4.1.3 Shrnutí dotazníkového šetření

Dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace, které bylo zaměřené na znalost spotřebitelských organizací a na uplatňování práva jako spotřebitele, se zúčastnilo celkem 206 respondentů. Vypovídací hodnota je na základě počtu dotázaných dobrá, avšak závisí také na struktuře dotazovaných respondentů podle identifikačních otázek. Tento počet respondentů je také dostačující ke statistickému vyhodnocení hypotéz, které jsou uvedeny v následující kapitole.

Průzkumu se zúčastnil vyvážený počet žen a mužů, avšak věkové skupiny byly nejvíce zastoupeny respondenty ve věku 15 až 25 let. Stejně tak v porovnání mezi kraji se zúčastnilo nejvíce dotázaných z hlavního města Prahy a Středočeského kraje. Toto nerovnoměrné rozložení bylo předem očekáváno vzhledem ke vzorku oslovených respondentů.

Na základě dotazníkového šetření bylo zjištěno, že nejznámější spotřebitelskou organizací v České republice je dTest, neboli Občanské sdružení spotřebitelů TEST v oficiálním názvu této organizace, kterou zná více než polovina dotázaných. Tato skutečnost se dala předpokládat vzhledem k aktivní účasti dTestu v médiích, a to například v televizních pořadech, v rozhlasovém vysílání, a na zpravodajských serverech, které přejímají výsledky testování. Znalost této organizace se také odrazila v otázce ohledně činnosti spotřebitelských organizací, neboť téměř 70 % dotázaných mělo za to, že spotřebitelské organizace testují výrobky. dTest sice přímo netestuje výrobky, nýbrž zadává jejich testování laboratořím a poté je vyhodnocuje a publikuje jako jediná spotřebitelská organizace v České republice.

Méně jsou znány organizace Sdružení obrany spotřebitelů, jehož značku SOS koupila výše zmíněná organizace dTest. V současné době SOS – Asociace a SOS Moravy a Slezska zná téměř třetina dotázaných. Organizace Spotřebitel.cz, která již třetím rokem neexistuje, se v šetření umístila na třetím místě a předstihla tak dva roky působící organizaci s obdobným názvem Spotřebitel net. Je tedy třeba se zamyslet nad mediální prezentací spotřebitelských organizací pro rozšíření povědomí mezi občany. Pokud by tyto organizace znalo více občanů, dá se předpokládat, že by se na ně obraceli v hojnějším počtu. Nemalý podíl (30 %) respondentů, kteří neznají žádnou spotřebitelskou organizaci, by se větší medializací spotřebitelských organizací snížil.

Nejvíce se dotazovaní o spotřebitelských organizacích dovídali přes televizní vysílání a internet, nejméně poté v rámci školení či přímo ze školských zařízení. Spotřebitelské organizace by proto také mohli vyvinout větší aktivitu v osvětě ve školských zařízeních, ať už pořádáním besed, seminářů a podobně.

Zarážejícím zjištěním bylo, že pokud respondenti uplatňovali právo jako spotřebitelé, téměř polovina (43 %) měla při uplatňování práva problém, který se týkal reklamace zboží. Tento problém poté řešili různými způsoby, nejvíce však bez pomoci třetí osoby nebo problém neřešili vůbec. Spotřebitelům je namísto doporučit, aby se více obraceli na spotřebitelské organizace, využili jejich schopností spotřebiteli dobře poradit, což přispěje k úspěšnějšímu řešení problémů. Nejhorší variantou je nečinnost spotřebitelů v případě problému s uplatňováním spotřebitelského práva. Ta pak vede k tomu, že často prodávajícím takřikajíc prochází jejich případné porušování práv spotřebitelů, a v důsledku toho může docházet k dalším nekalým praktikám vůči spotřebitelům. Pokud tedy spotřebitelé mají problém při uplatňování svého práva, měli by ho pokud možno vždy řešit, a tím pomoci předcházet problémům, které by mohli mít v budoucnosti s prodávajícími i další spotřebitelé.

Respondenti hodnotili úroveň ochrany spotřebitele nejvíce jako průměrnou, což může být také vnímáno jako držení se středu a nevyjadřování svého názoru. Nikdo nehodnotil ochranu spotřebitele jako velmi dobrou. Jako velmi špatnou ji hodnotilo šest respondentů. Příčinou by mohla být špatná zkušenost například s výše zmíněným uplatňováním práva jako spotřebitel. Úroveň ochrany spotřebitele by dle respondentů mohlo zvýšit udělování sankcí, pouze dva respondenti odpověděli, že samotnou aktivitou spotřebitelů, která je ovšem také velmi důležitou složkou prevence proti nekalým obchodním praktikám prodávajících.

Poslední otázkou v dotazníkovém šetření bylo, zda by se v případě spotřebitelského problému respondent obrátil na spotřebitelskou organizaci. Více jak polovina dotázaných odpověděla, že ano. Autorka předpokládá, že prostřednictvím tohoto dotazníkového šetření se 206 respondentů zamyslelo nad danou problematikou a alespoň malá část se začala o tuto problematiku více zajímat.

4.2 Statistické vyhodnocení dat získaných v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace

4.2.1 Popis statistického vyhodnocení dat

V této podkapitole jsou na základě údajů z dotazníkového šetření „Spotřebitelské organizace“ testovány statistické hypotézy pomocí analýzy kvalitativních znaků. Testování bylo prováděno pomocí softwarového programu STATISTICA verze 10 v českém jazyce. Byla testována platnost nulové hypotézy vyjadřující statistickou nezávislost mezi zkoumanými kvalitativními znaky. Závislosti mezi kvalitativními znaky byly ověřovány pomocí Pearsonova chí-kvadrát testu, síla těchto závislostí byla zjišťována pomocí kontingenčního koeficientu.

Použití testu závislosti v asociační tabulce²⁷⁷ je podmíněno tím, že „*rozsah daného výběrového souboru je větší než 40 ($n > 40$). Pokud by byl rozsah výběrového souboru menší než 40, ale zároveň větší než 20 ($20 < n < 40$), bylo by možné chí-kvadrát test použít pouze za předpokladu, že žádná z teoretických (očekávaných) četností není menší než 5. Pokud nejsou splněny podmínky pro použití chí-kvadrát testu, lze u asociačních tabulek použít náhradní Fisherův test.*“²⁷⁸ Ve všech případech asociační tabulky byla splněna první podmínka, u které je výběrový soubor větší než 40, mohl být tedy použit test nezávislosti.

V případě kontingenčních tabulek²⁷⁹ může být chí-kvadrát test použit za předpokladu, „*že žádná z teoretických (očekávaných) četností není menší než 1, teoretické četnosti jsou menší než 5 maximálně z 20%. Pro kontingenční tabulku nemáme k dispozici náhradní test, musíme tedy v případě nemožnosti použití chí-kvadrát testu proto slučovat sousední sloupce nebo řádky, dokud podmínka pro použití chí-kvadrát testu není splněna.*“²⁸⁰ Podmínky nebyly v některých případech splněny, bylo tedy nutné dodatečně logicky sloučit některé řádky nebo sloupce do té doby, než bylo možné použít chí-kvadrát test.

²⁷⁷ Asociační tabulka je tabulka o velikosti 2x2 buňky

²⁷⁸ LOUDA, Z., *Řešené příklady v systému STATISTICA*, s.76

²⁷⁹ Kontingenční tabulka je tabulka o velikosti n x n

²⁸⁰ LOUDA, Z., *Řešené příklady v systému STATISTICA*, s.79

Hladina významnosti byla předem stanovena jako $\alpha=0,05$. Pokud hodnota Pearsonova chí-kvadrát testu byla nižší než stanovená hladina významnosti α , nulová hypotéza byla zamítnuta ve prospěch hypotézy alternativní, která vyjadřuje statistickou závislost mezi kvalitativními znaky. Když hodnota Pearsonova chí-kvadrát testu byla naopak vyšší než α , nulová hypotéza zamítnuta nebyla. Síla závislosti byla zjišťována pomocí kontingenčního koeficientu při přijetí alternativní hypotézy a poté byla korelace hodnocena podle její síly jako slabá (0,1-0,3), střední (0,4-0,6), silná (0,7-0,8) nebo velmi silná (nad 0,9).

4.2.2 Statistické vyhodnocení hypotéz

4.2.2.1 Přehled statistického vyhodnocení hypotéz

V tabulce č. 4 je uvedeno 16 testovaných hypotéz a jejich příslušné hodnoty zjištěné při testování. Detailnější hodnoty ze statistického zpracování dat jsou uvedeny v přílohách č. 21 až 36.

Tabulka č. 4: Statistické vyhodnocení nulových hypotéz

| Číslo H0 | Nulová hypotéza | | | | |
|----------|---|-----------------------|--------------|-------------------------|-----------------|
| | Hladina významnosti | Pearsonův chí-kvadrát | Zamítnutí H0 | Kontingenční koeficient | Síla závislosti |
| 1 | Neexistuje závislost mezi znalostí spotřebitelských organizací a pohlavím | | | | |
| | $\alpha=0,05$ | $p= 0,3273740$ | ne | X | X |
| 2 | Neexistuje závislost mezi znalostí spotřebitelských organizací a věkem | | | | |
| | $\alpha=0,05$ | $p= 0,12604$ | ne | X | X |
| 3 | Neexistuje závislost mezi znalostí spotřebitelských organizací a vzděláním | | | | |
| | $\alpha=0,05$ | $p= 0,9419$ | ne | X | X |
| 4 | Neexistuje závislost mezi znalostí spotřebitelských organizací a krajem | | | | |
| | $\alpha=0,05$ | $p= 0,00154$ | ano | 0,31845 | slabá |
| 5 | Neexistuje závislost mezi znalostí spotřebitelských organizací a velikostí trvalého bydliště | | | | |
| | $\alpha=0,05$ | $p= 0,03668$ | ano | 0,21754 | slabá |
| 6 | Neexistuje závislost mezi počtem znalých spotřebitelských organizací a pohlavím | | | | |
| | $\alpha=0,05$ | $p= 0,33584$ | ne | X | X |
| 7 | Neexistuje závislost mezi počtem znalých spotřebitelských organizací a věkem | | | | |
| | $\alpha=0,05$ | $p= 0,00986$ | ano | 0,33624 | slabá |

| Číslo H0 | Nulová hypotéza | | | | |
|----------|---|-----------------------|--------------|-------------------------|-----------------|
| | Hladina významnosti | Pearsonův chí-kvadrát | Zamítnutí H0 | Kontingenční koeficient | Síla závislosti |
| 8 | Neexistuje závislost mezi počtem znalých spotřebitelských organizací a vzděláním | | | | |
| | $\alpha=0,05$ | $p= 0,00050$ | ano | 0,32379 | slabá |
| 9 | Neexistuje závislost mezi počtem znalých spotřebitelských organizací a velikostí trvalého bydliště | | | | |
| | $\alpha=0,05$ | $p= 0,48658$ | ne | X | X |
| 10 | Neexistuje závislost mezi uplatňováním spotřebitelského práva a pohlavím | | | | |
| | $\alpha=0,05$ | $p= 0,00010$ | ano | 0,26237 | slabá |
| 11 | Neexistuje závislost mezi uplatňováním spotřebitelského práva a věkem | | | | |
| | $\alpha=0,05$ | $p= 0,34092$ | ne | X | X |
| 12 | Neexistuje závislost mezi hodnocením úrovně ochrany spotřebitele a pohlavím | | | | |
| | $\alpha=0,05$ | $p= 0,009954$ | ano | 0,20788 | slabá |
| 13 | Neexistuje závislost mezi hodnocením úrovně ochrany spotřebitele a věkem | | | | |
| | $\alpha=0,05$ | $p= 0,01760$ | ano | 0,28726 | Slabá |
| 14 | Neexistuje závislost mezi hodnocením úrovně ochrany spotřebitele a spotřebiteli, kteří měli problém s uplatňováním spotřebitelského práva | | | | |
| | $\alpha=0,05$ | $p= 0,09740$ | ne | X | X |
| 15 | Neexistuje závislost mezi označením činnosti spotřebitelských organizací jako testování výrobků a znalostí organizace dTest | | | | |
| | $\alpha=0,05$ | $p= 0,0000$ | ano | 0,59131 | Střední |
| 16 | Neexistuje závislost mezi označením činnosti spotřebitelských organizací jako testování výrobků a znalostí organizace dTest či alespoň jedné spotřebitelské organizace | | | | |
| | $\alpha=0,05$ | $p= 0,0000$ | ano | 0, 63525 | Střední |

Zdroj: Vlastní zpracování na základě vlastního testování hypotéz v programu STATISTICA 10

4.2.2.2 Nezamítnuté nulové hypotézy

Jak z tabulky X vyplývá, z celkových šestnácti nulových hypotéz, které tvrdily, že neexistuje závislost mezi určenými znaky, nebylo zamítnuto celkem sedm hypotéz, neboť jejich vypočtená hladina významnosti byla vyšší než stanovená hladina významnosti α . Jedná se o 1. hypotézu „Neexistuje závislost mezi znalostí spotřebitelských organizací a pohlavím“, 2. hypotézu „Neexistuje závislost mezi znalostí spotřebitelských organizací a věkem“, 3. hypotézu „Neexistuje závislost mezi znalostí spotřebitelských organizací a vzděláním“, 6. hypotézu „Neexistuje závislost mezi počtem znalých spotřebitelských

organizací a pohlavím“, 9. hypotézu „Neexistuje závislost mezi počtem znalých spotřebitelských organizací a velikostí trvalého bydliště“, 11. hypotézu „Neexistuje závislost mezi uplatňováním spotřebitelského práva a věkem“ a 14. hypotézu „Neexistuje závislost mezi hodnocením úrovně ochrany spotřebitele a spotřebiteli, kteří měli problém s uplatňováním spotřebitelského práva“.

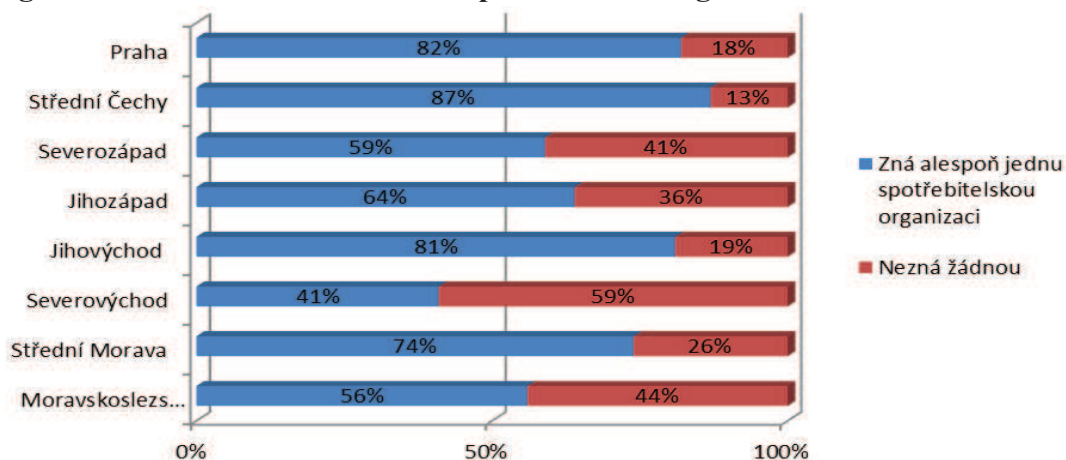
4.2.2.3 Přijaté alternativní hypotézy

4.2.2.3.1 Znalost spotřebitelských organizací

Nulové hypotézy o neexistenci závislosti mezi znalostí spotřebitelských organizací a krajem (hypotéza č. 4) a znalostí těchto organizací a velikosti bydliště spotřebitele (hypotéza č. 5) byly zamítnuty. Testování na hladině významnosti α prokázalo určité závislosti mezi testovanými znaky, tyto závislosti jsou hodnoceny jako slabé.

Znalost organizací je ovlivněna bydlištěm spotřebitelů, dle dotazníkového šetření nejvíce znají organizace ve Středních Čechách (87 % ze všech respondentů ze Středních Čech) a v Praze (82 % ze všech Pražanů), nejméně poté v severovýchodním regionu (59 % spotřebitelů ze severovýchodního regionu nezná žádnou spotřebitelskou organizaci), jak vyplývá z grafu č. 20. Znalost může být ovlivněna sídlem organizací, které se nejčastěji vyskytuje v Praze, a působností jejich poboček. Zajímavé je, že aktivně působí spotřebitelská organizace SOS MaS se sídlem Ostravě, avšak tento region se umístil ve znalosti spotřebitelských organizací na předposledním místě (44 % obyvatel Moravskoslezského regionu nezná žádnou spotřebitelskou organizaci). Toto hodnocení může být ovlivněno (i přes to, že znalost a neznalost organizací je hodnoceno v poměru daného regionu, ne v celkovém zastoupení) nerovnoměrným zastoupením respondentů z jednotlivých regionů (nejvíce jsou zastoupeny Střední Čechy – 18% zastoupení ze všech regionů, nejméně Moravskoslezský region – 4 % ze všech regionů), a dále slučováním krajů (NUTS 3) na regiony (NUTS 2) z důvodu nesplnění požadavků k použití chí-kvadrát testu v kontingenční tabulce.

Graf č. 20: Rozdělení respondentů dle regionů ČR dle znalosti spotřebitelských organizací v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace



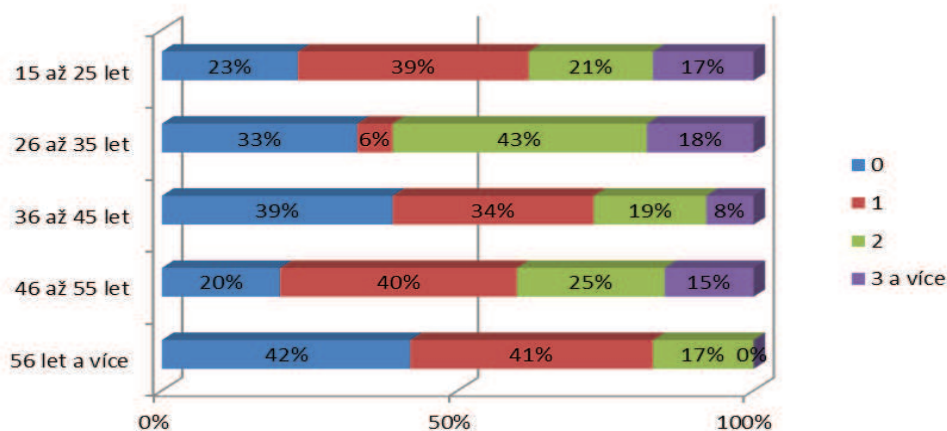
Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

4.2.2.3.2 Počet znalých spotřebitelských organizací

Alternativní hypotézy byly také přijaty a nulové hypotézy zamítnuty na základě vypočtené hladiny významnosti o neexistenci závislosti mezi počtem znalých spotřebitelských organizací a věkem (hypotéza č. 7) a dále počtem spotřebitelských organizací a vzděláním (hypotéza č. 8). Obě tyto závislosti jsou také hodnoceny jako slabé. Obecně znají nejvíce organizací (2 a více) spotřebitelé ve věku 26 až 35 let (42 % ze všech dotázaných ve věku 26 až 35 let zná dvě spotřebitelské organizace, 18 % zná 3 a více organizací), jak je zobrazeno na grafu č. 21, a respondenti s vysokoškolským nebo s vyšším odborným vzděláním (více jak polovina ze všech s tímto vzděláním) – viz graf č. 22. Ti, kteří žádnou organizaci neznají nebo alespoň jednu znají, jsou nejvíce zastoupeni mezi staršími lidmi ve věku 56 a více let a dále mezi spotřebiteli se vzděláním základním nebo středoškolským bez maturity.²⁸¹

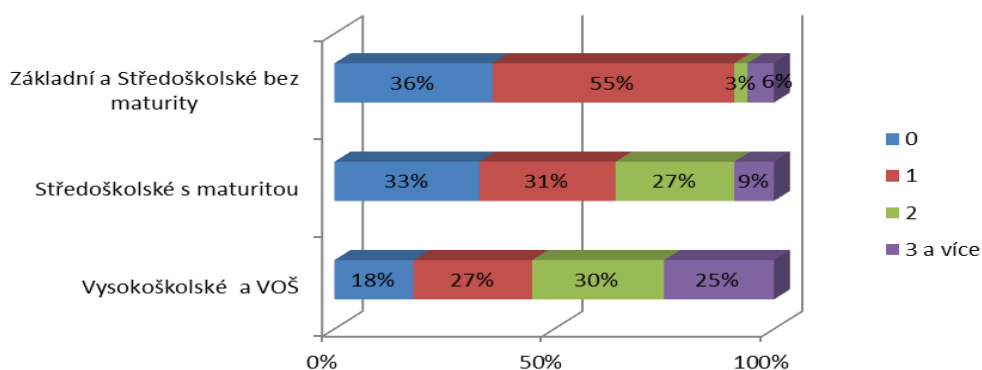
²⁸¹ Bylo nutné sloučit pro splnění požadavků k použití chí-kvadrát testu věkové skupiny 56 až 65 let a 66 let a více na skupinu 56 let a více, a sloučením vzdělanostních skupin vysokoškolského vzdělání s vyšším odborným vzděláním, a základního vzdělání se středoškolským bez maturity

Graf č. 21: Rozdělení respondentů dle věkových skupin na počet znalých spotřebitelských organizací v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

Graf č. 22: Rozdělení respondentů dle vzdělání na počet znalých spotřebitelských organizací v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

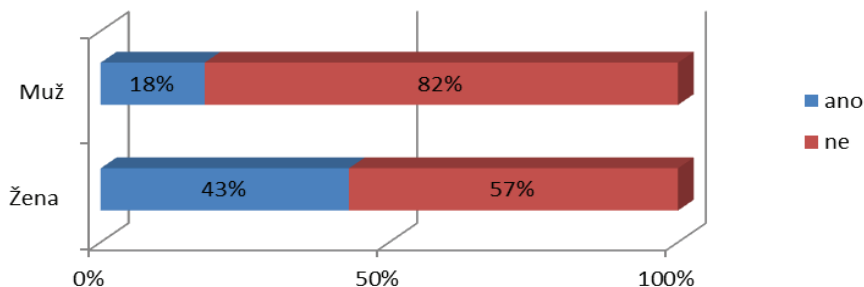
4.2.2.3.3 Uplatňování spotřebitelských práv

Existence závislosti byla také prokázána mezi uplatňováním spotřebitelských práv a pohlavím na základě testování na hladině významnosti $\alpha = 0,05$. (Nulová hypotéza č. 10 byla zamítnuta.) Sílu závislosti lze označit za slabou.

Lze říci na základě dotazníkového šetření a statistické závislosti, že ženy uplatňují svá spotřebitelská práva (v tomto případě reklamace) více než muži. Ženy uplatňovaly

spotřebitelské právo ve 48 případech (43 % ze všech žen), muži pouze v 17 případech (18 % ze všech dotázaných mužů), jak vyplývá z grafu č. 23.²⁸²

Graf č. 23: Rozdělení respondentů dle pohlaví a uplatňování spotřebitelského práva v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

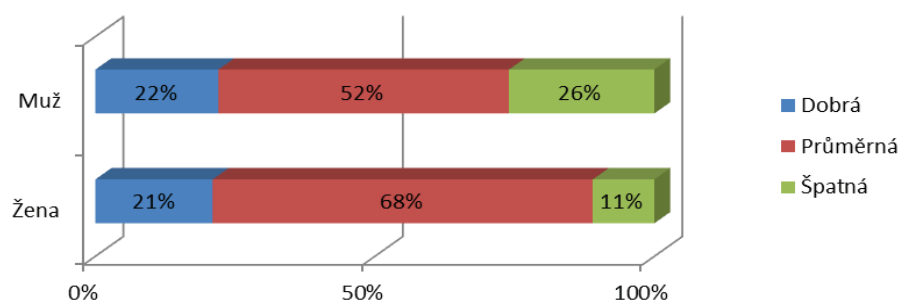
4.2.2.3.4 Hodnocení úrovně ochrany spotřebitele

Závislost byla také potvrzena mezi hodnocením úrovně ochrany spotřebitele a pohlavím (zamítnuta nulová hypotéza č. 12 o neexistenci těchto závislostí) a také mezi hodnocením úrovně ochrany spotřebitele a věkem (zamítnuta nulová hypotéza č. 13). Tyto závislosti jsou hodnoceny jako slabé.

Nejvíce je úroveň ochrany spotřebitele hodnocena jako průměrná, a to nejvíce ženami (68 % ze všech žen) a poté muži (52 % ze všech mužů). Muži jsou ovšem v hodnocení přesto skeptičtější, jelikož v porovnání se ženami považují tuto úroveň za horší (26 % ze všech mužů hodnotí úroveň ochrany spotřebitele jako špatnou, kdežto u žen je toto zastoupení pouze 11 %), viz následující graf č. 24.

²⁸² Procentuální poměr zastoupení žen a mužů je poměrně vyvážený – 54 % žen a 46 % mužů

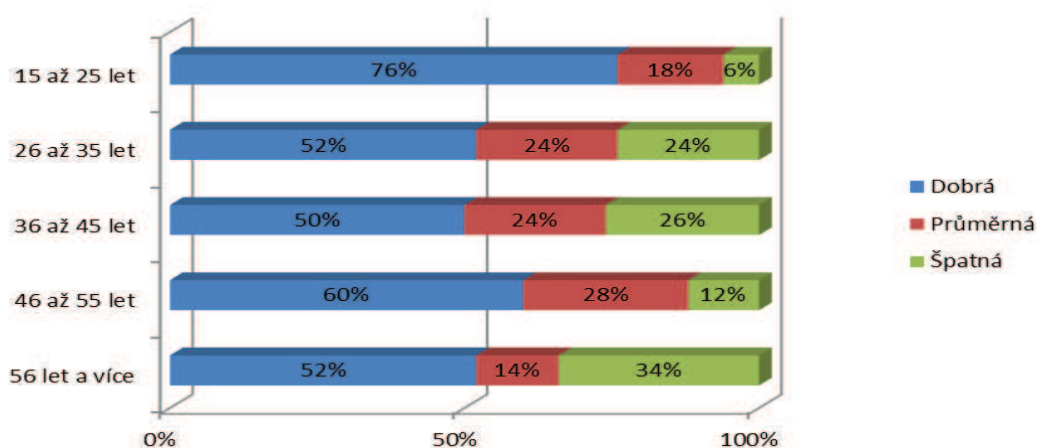
Graf č. 24: Rozdělení respondentů dle pohlaví a hodnocení úrovně ochrany spotřebitele v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

Z hlediska věku a hodnocení úrovně ochrany spotřebitele hodnotili respondenti úroveň jako průměrnou (61 % z celkového počtu dotázaných), z toho nejpočetnější skupina byla ve věku 15 až 25 let (76 % ze všech z této skupiny). Špatnou úroveň ochrany spotřebitele označilo nejvíce respondentů ve věku 56 let a více, avšak nejvíce optimistickou věkovou skupinou byli respondenti ve věku 46 až 55 let, jak vyplývá z grafu č. 25.

Graf č. 25: Rozdělení respondentů dle věku a hodnocení úrovně ochrany spotřebitele v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace



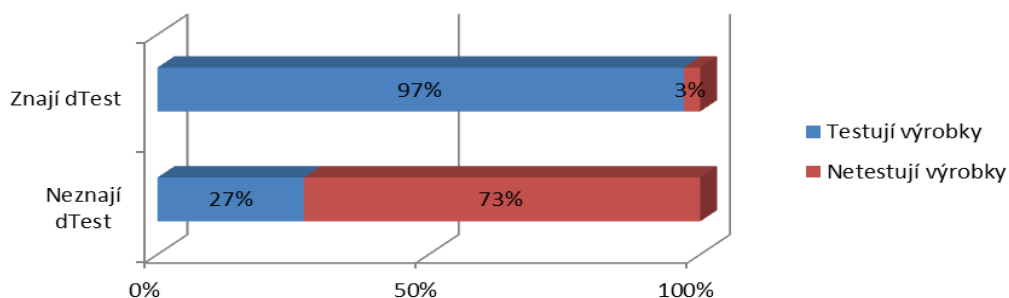
Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

4.2.2.3.5 Označení činnosti organizací jako testování výrobků

Na základě hodnot uvedených v tabulce č. 4 byla zamítnuta nulová hypotéza (nulová hypotéza č. 15 a 16). Alternativní hypotéza o závislosti mezi označením činnosti organizací jako testování výrobků a znalostí organizace dTestu a alternativní hypotéza o závislosti mezi označením činnosti organizací jako testování výrobků a znalostí organizace dTestu či alespoň znalosti jedné organizace byla přijata na hladině významnosti α . Vzhledem k hodnotě p jsou tyto závislosti statisticky významné a hodnocené jako středně silné.

Občanské sdružení spotřebitelů TEST (dTest) se prezentuje tím, že testuje výrobky. Toto sdružení však přímo výrobky netestuje, testování zadává laboratořím a výsledky poté vyhodnocuje, srovnává a uveřejňuje v časopisech dTest, na svých internetových stránkách apod. Dle grafu č. 26 pouze 3 % respondenti, kteří znají dTest, neoznačili, že se spotřebitelské organizace nezabývají testováním výrobků, 73 % respondentů neznalých dTestu tuto variantu uvedlo také. Jestliže tedy dotázaný znal dTest, z 97 % uvedl, že se obecně spotřebitelské organizace zabývají testováním výrobků.

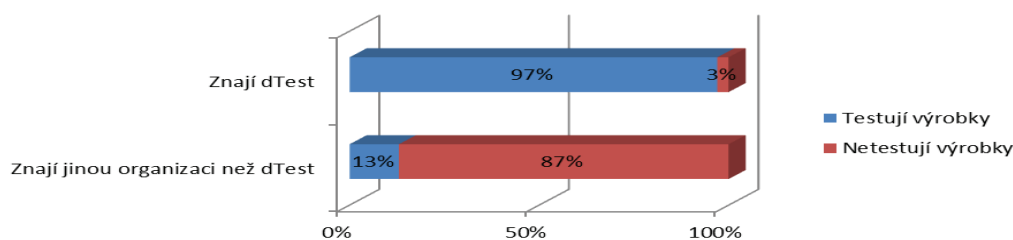
Graf č. 26: Rozdělení respondentů dle znalosti dTestu a označení, zda organizace testují výrobky v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

Pokud respondenti znali alespoň jednu spotřebitelskou organizaci, uváděli z 87 %, že spotřebitelské organizace se zabývají jinou činností než právě testováním výrobků, viz graf č. 27.

Graf č. 27: Rozdělení respondentů dle znalosti organizace dTestu či alespoň jedné organizace a označení, zda organizace testují výrobky



Zdroj: Vlastní zpracování dotazníkového šetření

4.2.3 Shrnutí statistického vyhodnocení dat

Bylo testováno celkem šestnáct nulových hypotéz, které vyjadřovaly statistickou nezávislost mezi zkoumanými znaky. Zamítnuto nebylo celkem sedm nulových hypotéz (viz kapitola 4.2.2.2), přijatých alternativní hypotéz bylo devět. Závislost hodnocená u přijatých alternativních hypotéz kromě dvou případů týkajících závislosti mezi neznalostí dTestu (a také neznalostí dTestu či alespoň jedné spotřebitelské organizace) a označením činnosti spotřebitelských organizací jako testování výrobků, u kterých byla závislost hodnocena jako střední, byla síla závislosti označena za slabou, tzn. hodnota kontingenčního koeficientu se pohybovala v rozmezí 0,1 – 0,3.

Znalost spotřebitelských organizací je slabě závislá dle zkoumaných hypotéz na kraji a na velikosti bydliště spotřebitele (hypotézy č. 4 a 5). Dle dotazníkového šetření je největší znalost organizací ve Středních Čechách, v Praze a dále ve městech nad 50 001 obyvatel (viz kapitola 4.2.2.3.1). Tato skutečnost může mít spojitost se sídly spotřebitelských organizací nebo případně s poskytováním poradenství v rámci jejich poboček, jelikož největší koncentrace sídel a jejich poboček je právě v Praze nebo ve větších městech. Obecně znalost spotřebitelských organizací, tzn. zná nebo nezná spotřebitelskou organizaci, nezávisí na tom, zda je spotřebitel žena nebo muž (hypotéza č. 1), v rámci jednotlivých stanovených věkových skupin (hypotéza č. 2) nebo dosaženého vzdělání spotřebitelů (hypotéza č. 3).

Avšak počet znalých spotřebitelských organizací, tedy jestli nezná žádnou, jednu, dvě či více, (naopak vzhledem ke znalosti spotřebitelských organizací) závisí na věku

(hypotéza č. 7) a vzdělání (hypotéza č. 8). Z dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace vyplynulo, že největší znalost spotřebitelských organizací má dotázaný ve věku 26 až 35 let, s vysokoškolským vzděláním nebo s vyšší odborným vzděláním. Nejméně organizací poté znají starší lidé ve věku nad 56 let a se vzděláním základním nebo středoškolským (viz kapitola 4.2.2.3.2). Lze tedy říci, že mladší spotřebitelé mají větší povědomí o spotřebitelských organizacích než spotřebitelé starší, kteří neznají více než tři organizace a jsou nejvíce zastoupeni také v rámci neznalosti žádné spotřebitelské organizaci, stejně jako spotřebitelé s nižším dosaženým vzděláním. Nezávisí na pohlaví (hypotéza č. 6) a na velikosti bydliště respondenta ke vztahu k počtu spotřebitelských organizací, které zná (hypotéza č. 9).

Při uplatňování práva spotřebitele (viz kapitola 4.2.2.3.3) jsou aktivní více ženy než muži (hypotéza č. 10), avšak nezávisí na jejich věku (hypotéza č. 11). Má se za to, že ženy více nakupují než muži a v závislosti na tom také mohou více uplatňovat právo jako spotřebitel, konkrétně v tomto případě dotazníkového šetření reklamovat.

Na věku a pohlaví je závislé hodnocení úrovně ochrany spotřebitel (hypotéza č. 12 a 13). Nejvíce hodnotili úroveň ochrany spotřebitele v České republice jako špatnou muži a věková skupina 56 let a více, naopak za dobrou ji považuje více žen a věková skupina 15 až 25 let (viz kapitola 4.2.2.3.4). Obecně je však tato úroveň vnímána jako průměrná. I přes to, že ženy více uplatňují právo jako spotřebitel, hodnotí úroveň ochrany spotřebitele kladněji než muži, kteří jsou skeptičtější.

Pokud měl spotřebitel problém při uplatňování svého spotřebitelského práva (hypotéza č. 14), je zajímavé, že se jeho hodnocení na úroveň ochrany spotřebitele neodráželo (viz kapitola 4.2.2.2). Dalo by se předpokládat, že pokud člověk má s něčím problém (konkrétně s uplatňování reklamace), bude vnímat obecně ochranu spotřebitele jako negativní, což se v tomto případě nepotvrdilo.

Vzhledem k tomu, že jako jediná spotřebitelská organizace dTest se prezentuje, že testuje výrobky, byla zkoumána závislost právě mezi touto organizací na označení, zda spotřebitel se domnívá, že organizace mimo jiné i testují výrobky (hypotéza č. 15 a 16). Závislost byla potvrzena a byla hodnocena jediná jako střední (viz kapitola 4.2.2.3.5). Spotřebitelské organizace, konkrétně dTest, tak ovlivňují mínění lidí prostřednictvím své prezentace.

4.3 Telefonické poradenství vybraných spotřebitelských organizací

4.3.1 Úvod

Na základě dotazníkového šetření vyplynulo, že dotazovaní uplatňovali spotřebitelské právo jako reklamaci a poměrně velké množství spotřebitelů mělo s tímto uplatňováním problém. Pouze dva respondenti se obrátili na spotřebitelskou organizaci, aby jim pomohla tuto situaci vyřešit. Další praktická část bude věnována spotřebitelským organizacím, a to v rámci jejich poradenské činnosti.

Poradenství většina organizací poskytuje ve všech třech formách – osobní poradny, telefonické a elektronické poradny. Z důvodu rychlosti a dostupnosti pro každého spotřebitele byla pro praktickou část vybrána forma telefonická. Elektronické poradenství některé spotřebitelské organizace neposkytují a vzhledem k množství podaných dotazů od jiných spotřebitelů či k doplnění potřebných údajů k vyhodnocení situace je tento způsob zdoluhavý. Osobní poradny nebyly zvoleny kvůli jejich složitější dostupnosti, resp. lépe řečeno vzdáleností a časové dostupnosti pro spotřebitele.

Na základě kritérií, kterými bylo poskytování rad po telefonu zdarma, členství ve Spotřebitelském poradním výboru (pro zajištění aktivního působení v poradenské činnosti) bylo vybráno pět spotřebitelských organizací. Tři spotřebitelské organizace z SPV vybrány nebyly. Jedná se o organizaci **Generation Europe, o. s.**, která neposkytuje žádné poradenství, ale pouze vzdělávání ve spotřebitelské oblasti. Dále nebyla zvolena **Asociace občanských poraden**, které sdružuje poradny různého zaměření. Poradenství je poskytováno v 21 poradnách zapojených do projektu „Spotřebitelské poradenství“, z toho čtyři poradny (v Brně, v Českých Budějovicích a dvě se sídlem v Praze) poskytují poradenství po telefonu, ostatní fungují pouze jako osobní poradny. Vzhledem k tomu, že AOP pouze organizace sdružuje a jako organizace přímo neprovozuje poradenství, vybrána nebyla. Třetí organizací ve Spotřebitelském poradním výboru a nesplňující kritérium je **Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace**. Poskytuje sice telefonické spotřebitelské poradenství, to je však zpoplatněno 10 Kč/minutu a nesplňuje tak podmínku bezplatnosti (ostatní formy poradenství poskytují zdarma).

Protože však existují i další spotřebitelské organizace, které nejsou členy SPV, avšak jsou vedeny v seznamu občanských sdružení u Ministerstva vnitra, byla zkoumána i jejich poradenská činnost. Vzhledem k tomu, že mnoho spotřebitelských organizací neuvádí na internetových stránkách kontakt (u 60 % organizací uvedených v příloze č. 11 nebyl nalezen žádný kontakt, ve 30 % byly nalezeny internetové stránky a v 10 % případů alespoň telefonní kontakt a e-mailová adresa) a v seznamu Ministerstva vnitra je uvedeno pouze IČO a adresy sídel, byly navštíveny některé spotřebitelské organizace, které nejsou členy SPV, se sídlem v Praze s cílem zjistit, zda na této adresa opravdu sídlí a zda by byly schopny poradit spotřebiteli, pokud by je oslovil. Konkrétně se jednalo o organizace: Sdružení pro nadaci k ochraně práv a zájmů spotřebitelů, Klub mladých spotřebitelů, Společnost pro reklamu, ochranu spotřebitelů a pacientů, Koalice občanských spotřebitelských aktivit ČR, Spotřebitelé proti monopolu, Liga ochrany spotřebitele, Český spotřebitel, proSPOTŘEBITELE, Spotřebitelé za lepší služby, Sdružení spotřebitelů doplňků stravy a Asociace spotřebitel. Ze všech jedenácti navštívených spotřebitelských organizací se v době mezi 9. až 16. října 2013 podařilo nalézt pouze jednu, která však fyzicky na této adresa nesídlila (jednalo se o Sdružení spotřebitelů doplňků stravy). Recepční nemohla sdělit adresu této organizace, pouze předat vzkaz se prosbou ozvání se zpět. Organizace se však zpět neozvala. V závislosti na zkušenosti s těmito jedenácti organizacemi se dá předpokládat, že ostatní sdružení neuvádějící jiný kontakt než adresu sídla nebude možné kontaktovat a spotřebitel by tak neměl vyhledávat jejich pomoc.

Vybranými organizacemi je tedy Občanské sdružení spotřebitelů TEST, Sdružení českých spotřebitelů, Občanské sdružení pro bezpečnost potravin a ochranu spotřebitele, Spotřebitel net a Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska. Vzhledem k prvnímu telefonátu do Občanského sdružení pro bezpečnost potravin a ochranu spotřebitele a odkázání na jinou spotřebitelskou organizaci se sídlem v Praze v ulici Budějovická²⁸³, tato organizace byla vyškrtuta. Nakonec byly osloveny celkem čtyři organizace.

Do organizací bylo telefonováno v závislosti na jejich provozních dobách pro telefonickou poradnu celkem 3 x, aby byla vyloučena náhodnost, při které volaný zareaguje zrovna na první telefonát. Byly položeny celkem tři dotazy, které se týkaly reklamace a vrácení zboží. Do jednotlivých organizací bylo voláno ve všední dny

²⁸³ Jedná se tak o Sdružení českých spotřebitelů

s ohledem na Sdružení českých spotřebitelů, kteří jako jediní z těchto čtyř organizací neposkytují poradenství v každý všední den, ale pouze v pondělí, ve středu a v pátek. V příloze č. 37 jsou uvedeny provozní doby a telefonní čísla jednotlivých organizací. Rady byly v průběhu telefonátu zaznamenávány ručně formou poznámek, telefonáty nebyly nahrávány. Poznámky byly volně přepsány a shrnuty vypovídací schopnosti. Nejdůležitější informace od spotřebitelských organizací jsou uvedeny v bodech v přílohách č. 38 až 40 dle jednotlivých spotřebitelských dotazů.

4.3.2 Spotřebitelské dotazy položené spotřebitelským organizacím

4.3.2.1 První spotřebitelský dotaz

První dotaz se týkal reklamací bot. Obecně zněl dotaz takto: „*Před 14 dny jsem zakoupila kozačky. Vyšla jsem v nich pouze jednou a do kozaček mi nateklo, jakmile jsem šlápla do louže. Doma jsem zjistila, že mi do nich nateklo kvůli švům. Kozačky jsem šla reklamovat, ale v prodejně mi bylo řečeno, že švy drží botu pohromadě a že se s tím nedá nic dělat. Mohl/a byste mi, prosím, poradit, jak mám postupovat dál? Přece jen se jedná o zimní obuv, která by měla být odolná vůči vodě.*“ Do organizací bylo voláno v pátek 25. 10. 2013 mezi jednou a druhou hodinou odpoledne.

První pokus o telefonické spojení byl učiněn u Sdružení českých spotřebitelů, které v 13:15 hod. telefon nezvedal, druhý u Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska v tu samou dobu, avšak telefon byl nedostupný. Třetí oslovenou organizací bylo Občanské sdružení pro bezpečnost potravin a ochranu spotřebitele opět v 13:15 hod., ozvala se však pouze hlasová schránka.

Na první pokus se podařilo dovolat **Občanskému sdružení spotřebitelů TEST** (dTest). Rozhovor trval 4 minuty a 42 sekund a shrnutím rady je, že se jedná o rozpor s kupní smlouvou. Jelikož se vada vyskytla do šesti měsíců od zakoupení (doplňující otázka byla, kdy byly boty zakoupeny), má se za to, že vada byla přítomna i v době koupě. Vůči prodávajícímu má spotřebitel silnější postavení, jelikož prodávající musí prokázat opak, a to ten, že do obuvi neteče. Vzhledem k tomu, že prodávající nevystavil písemný protokol o zamítnutí reklamace (doplňující otázka byla, zda byl obdržen tento protokol o zamítnutí reklamace – nebyl, zamítnutí proběhlo pouze ústně), spotřebitel by měl

zamítnutí požadovat písemně, spotřebitel může jít zboží reklamovat znovu a požadovat výměnu za nové (ale vzhledem k problémům se švy se má za to, že tato vada bude i u obuvi stejného typu) nebo vrácení peněz. Prodávající má 30 dnů na to, aby se k této reklamaci vyjádřil. Závěrem rozhovoru bylo, že pokud bude nějaký další problém, je možné se opět na ně obrátit.²⁸⁴

Vzhledem k prvnímu neúspěchu byl zkoušen další telefonát do **Sdružení českých spotřebitelů** v ten samý den v 13:46 hod. Hovor trval zhruba 4 minuty. Po položení dotazu ohledně reklamace bot následovala první otázka a to, zda byl vydán reklamační protokol a dále poučení, že při reklamování je potřeba vždy požadovat písemně protokol o reklamaci. Je-li reklamace zamítnuta, spotřebitel si může nechat vypracovat znalecký posudek. Další možností je odstoupení od smlouvy. Může být též podán podnět k ČOI, jelikož při reklamaci nebyl vydán písemný protokol o reklamaci a reklamace byla zamítnuta pouze ústně. ČOI může udělit prodejci pokutu vzhledem k tomu, jak reklamaci vyřídil na základě § 16 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. V případě, že bude reklamace opět zamítnuta, zástupce sdružení nabídl možnost opět se s ním telefonicky spojit za účelem doporučení soudního znalce.²⁸⁵

V 13:40 hod. na neúspěšný telefonát reagovalo a volalo zpět číslo patřící **Občanskému sdružení bezpečnosti potravin a ochrany spotřebitele**. Při dotazu na pomoc ohledně reklamace bylo sděleno, že odpovědná osoba už nepracuje v tomto sdružení a odkázala na jinou spotřebitelskou organizaci (viz výše).

Před druhou hodinou bylo voláno do poradny **Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska**, telefonát trval přes 8 minut. Opět první otázkou bylo, zda reklamace byla písemná. Pokud nebyla, jako by zboží reklamované nebylo. Další postup je podání reklamace písemně a vyčkat 30 dní na vyřízení. Během 30 dnů by sám prodejce měl dát vědět, zda reklamaci vyřídil a jakým způsobem. Pokud se prodejce sám neozve a spotřebitel přijde 35. den od podání reklamace, neopravňuje to již spotřebitele odstoupit od smlouvy, neboť prodejce může mít zaevidováno, že reklamace vyřízena byla. Pokud spotřebitel se dostaví do prodejny 30. den a reklamace stále není vyřízena, má spotřebitel právo od smlouvy odstoupit. Dále bylo doporučeno podívat se na doprovodný list k účtu,

²⁸⁴ Telefonický rozhovor s poradnou Občanského sdružení spotřebitelů TEST dne 25. 10. 2013

²⁸⁵ Telefonický rozhovor s poradnou Sdružení českých spotřebitelů dne 25.10.2013

zda se nejedná o moderní obuv, která se nesmí nosit do deště či se má impregnovat. Pokud by prodejce reklamaci uznal, má spotřebitel právo na odstranění vady, nebo ve většině případů je nabízena sleva či oprava. Pro případ, že reklamáce je zamítnuta jako neoprávněná, pracovnice sdružení poradila švy impregnovat.

Je možnost při neuznání reklamace také posouzení soudním znalcem, které ovšem stojí finanční prostředky. Pokud by usoudil, že zboží má vadu, spotřebitel by se měl osobně dostavit do obchodu a zboží reklamovat znovu na základě posudku soudního znalce. Jestliže by prodejce reklamaci uznal, pak hradí i náhradu nákladů spojených se soudním znalcem. V případě, že však reklamaci opět neuzná, spotřebitel se může obrátit na soud. Závěrem rozhovoru se pracovnice sdružení se dotázala na bydliště volající, aby mohla doporučit nejbližší pobočku, která by byla nápomocna při vzniku dalších problémů s reklamací.²⁸⁶

Poslední kontaktovanou organizací byl **Spotřebitel net**, avšak volaný telefon byl vypnutý nebo nedostupný v 13:15 hod., ve 14:05 hod. telefon nikdo nezvedal.

XXX

- Spotřebitel, pokud reklamuje, vždy musí obdržet písemnou reklamaci, jak upozorňovali všechny organizace, s nimiž byl učiněn rozhovor.
- dTest jako jediná organizace reagovala na to, že boty byly zakoupeny před 14 dni. Pokud se vada projeví do 6 měsíců od zakoupení, má se za to, že existovala i při nákupu. Prodávající musí prokázat opak.
- SČS a SOS MaS doporučovaly znalecký posudek, avšak ze SOS MaS radila více ohledně procesu reklamace a jaké jsou další postupy.
- V řešení situace dle názoru autorky postupovala nejlépe organizace dTest. A jako jediná odpověděla na hovor při prvním pokusu.
- Spotřebitel net ve dvou pokusech, které byly dány každé organizace, bohužel nezvedl telefon ani jednou anebo nezavolal zpět.

²⁸⁶ Telefonický rozhovor s poradnou Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska dne 25.10.2013

4.3.2.2 Druhý spotřebitelský dotaz

Druhý spotřebitelský dotaz se týkal vrácení zboží. „*Před 5 dny jsem přes internet zakoupila notebook, avšak když jsem ho rozbalila, tak se mi nelíbil. Pomohl/a byste mi, prosím, poradit, jak mám dál postupovat?*“ Průzkum se konal ve středu 30. 10. 2013 mezi 15:20 hod. – 15:40 hod.

První volanou organizací byla **Sdružení českých spotřebitelů** v 15:20 hod., hovor trval minutu a dvacet sekund. Zboží může spotřebitel vrátit dle občanského zákoníku do 14 dnů bez udání důvodu, i když je zboží rozbalené.²⁸⁷

Další volanou organizací byl **dTest** v 15:23 hod., délka hovoru byla 42 sekund – bez udání důvodu do 14 dní vrátit.²⁸⁸

V 15:25 hod. bylo voláno do **Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska**, hovor trval 1 minutu a 41 sekund. Po zeptání se na pomoc a vyslovení dotazu následovala otázka z druhého strany, jaká uběhla doba od zakoupení zboží. Při nákupu na dálku se může zboží vrátit do 14 dnů, nejlépe doporučeně a dodejkou. K vrácenému zboží je vhodné napsat odstoupení od smlouvy a uvést, jakým způsobem má prodejce vrátit spotřebiteli peníze.²⁸⁹

Poslední volanou organizací pro tento dotaz byl **Spotřebitel net** v 15:30 hod., délka hovoru byla 1 minuta a 35 sekund. Doba vrácení je do 14 dnů. Bylo doporučeno poslat zvlášť odstoupení od smlouvy dodejkou a zvlášť notebook. Dopis by měl být poslán zvlášť z důvodu potvrzení o tom, že opravdu prodávající obdržel odstoupení od smlouvy. Kdyby byl přiložen přímo ke zboží, prodejce by mohl tvrdit, že dopis u poslaného zboží přiložen nebyl a poté tvrdit, že se jedná o reklamaci a nikoli o odstoupení od smlouvy.²⁹⁰

²⁸⁷ Telefonický rozhovor s poradnou Sdružení českých spotřebitelů dne 30. 10. 2013

²⁸⁸ Telefonický rozhovor s poradnou Občanského sdružení spotřebitelů TEST dne 30. 10. 2013

²⁸⁹ Telefonický rozhovor s poradnou Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska dne 30. 10. 2013

²⁹⁰ Telefonický rozhovor s poradnou Spotřebitel net dne 30. 10. 2013

- Spotřebitel by se při tomto dotazu dozvěděl, že k vrácení zboží má 14 dnů od koupě.
- Vyčerpávající odpověď poskytl Spotřebitel net a SOS MaS. Spotřebitel net navíc uvedl důslednější opatření proti možnému budoucímu postupu prodávajícího, a to posláním zboží a dopisu zvlášť pro větší „ochranu“ spotřebitele, aby prodávající nemohl popírat odstoupení od smlouvy.
- Všechny telefonáty byly vyřízeny na první pokus.
- Nejlépe lze hodnotit radu od sdružení Spotřebitel net. Jím navrhovaný postup by mohl zabránit „nedorozumění“ s prodejcem, který by se mohl pokusit případně zapírat přijetí podání ve věci odstoupení od smlouvy o koupi přiloženého zboží.

4.3.2.3 Třetí spotřebitelský dotaz

Třetí dotaz se týkal reklamací hodinek, a lze se říci, že částečně navazuje na první dotaz. Dotaz zněl: *„Mám problém s reklamací hodinek. Reklamovala jsem je, ale nikdo se mi do 30 dnů neozval. Po 30 dnech jsem přišla do prodejny, ale reklamační nebyla ještě vyřízena s tím, že musím počkat ještě dalších 14 dní. Jak mám dále postupovat?“* Tento dotaz byl položen organizacím v pondělí 4. 11. 2013 po třetí hodině odpoledne.

Nejprve bylo telefonováno do **Sdružení českých spotřebitelů** v 15:07 hod., délka telefonátu byla 3 minuty a 5 sekund. Bylo sděleno, že prodejna má 30 dní na to, aby reklamaci vyřídila, pokud nedošlo k písemné dohodě o delší lhůtě k vyřízení reklamační podepsané spotřebitelem. Reklamační doba se počítá od 2. dne od podání reklamační a přičítá se k tomu 30 kalendářních dnů, 31. den by tedy mělo být zboží k dispozici. Poté má spotřebitel právo buď požadovat výměnu zboží, nebo odstoupit od smlouvy a vrácení peněz, jestliže v daném termínu reklamační není vyřízena. Ohledně odstoupení od smlouvy bylo doporučeno napsat ve dvou kopiích (pro stranu prodávajícího a pro spotřebitele), požadovat od prodávajícího podpis a razítko a tuto smlouvu si ponechat pro případnou

nesrovnalost, druhé odstoupení zanechat prodávajícímu. Další možností je přistoupení na dalších 20 dnů.²⁹¹

Další kontaktovanou organizací bylo **Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska** v 15:12 hod., hovor trval 2 minuty a 15 sekund. Dle § 19 zákona o ochraně spotřebitele a § 622 občanského zákoníku má spotřebitel právo na výměnu zboží nebo na odstoupení od smlouvy. Spotřebitel by se měl podívat, zda nepodepsal souhlas o prodloužené době reklamace na 60 dní, což se dle dotazů SOS MaS stalo několikrát. Lhůta 30 dnů se počítá od 2. dne, kdy byla reklamace podána.²⁹²

Třetí volanou organizací byl **dTest**, který v 15:18 hod. telefonát nezvedl, ozvala se znělka, která informuje o vytíženosti poradenství. Pokud by spotřebitel měl zájem, aby mu bylo zavoláno zpět, může si zvolit, zda přímo na volané číslo či na jiné. Byla tedy zvolena druhá možnost, a to zavolání zpět na jiné číslo než ze kterého bylo voláno. (Nikdo se však zpět během následujících dvou dnů neozval.) O 10 minut později bylo do dTestu voláno znovu, délka telefonátu trvala 1 minutu a 45 sekund. Dle názoru dTestu spotřebitel určitě čekat nemusí, a jedná se tak o neopravitelnou vadu. Na sídlo firmy by měl spotřebitel poslat dopis, že odstupuje od smlouvy z důvodu, že prodejce nesplnil 30 denní lhůtu. Možností je také počkání dalších 14 dní na vyřízení.²⁹³

Poslední organizace, která odpovídala na výše uvedený třetí dotaz, byla **Spotřebitel net** v délce 4 minuty a 5 sekund v 15:20 hod. Po uvedení do problému byla položena otázka, co spotřebitel od reklamace požadoval (hodinky opravit nebo vyměnit je za nové). Jelikož vada v tomto případě existovala, avšak nebyla odstraněna, má spotřebitel má právo na odstoupení od smlouvy. Na ČOI může spotřebitel podat stížnost a prodávajícímu může být následně uložena pokuta za nesplnění lhůty stanovené pro vyřízení reklamace. Při dožadování se vyřízení reklamace je vhodné, aby byl přítomen svědek (ne rodinný příslušník), který může případně dosvědčit, že reklamace po 30 denní lhůtě vyřízena nebyla. V případě, že spotřebitel zboží opravdu požaduje, nezbude nic jiného než počkat po další stanovenou dobu. Může se však stát, že za 14 dní opět bude lhůta pro vyřízení reklamace prodloužena. Nejlepším řešením by bylo odstoupení od

²⁹¹ Telefonický rozhovor s poradnou Občanského sdružení spotřebitelů TEST dne 4. 11. 2013

²⁹² Telefonický rozhovor s poradnou Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska dne 4. 11. 2013

²⁹³ Telefonický rozhovor s poradnou Občanského sdružení spotřebitelů TEST dne 4. 11. 2013

smlouvy a oznámení prodávajícímu, že skutečnost o nedodržení 30 denní doby bude oznámena ČOI a poté prodávajícímu může být uložena pokuta.²⁹⁴

XXX

- Lze konstatovat, že všechny organizace reagovali 30 denní lhůtou od zakoupení a dále odstoupení od smlouvy na základě nedodržení této lhůty.
- Za přínosnou je možné považovat poznámku od SOS MaS, a to zjistit z reklamačního protokolu, zda nebylo nevědomky podepsáno prodloužení lhůty pro reklamaci o několik dní. V takovém případě by pochybil spotřebitel, jelikož se řádně neseznámil s obsahem textu, který podepsal. V tomto smyslu se dostalo obdobného poučení i od zástupkyně SČS, která se dotázala, zda spotřebitel případně nepodepsal nějaký dodatek k reklamačnímu protokolu.
- Vzhledem k reakci dotazované organizace SOS MaS lze učinit závěr, že taková praxe je u prodejců poměrně častá. Kromě dTestu, u něhož se podařilo telefonicky se spojit až na druhý pokus, pracovníci všech dotazovaných organizací zvedli telefon napoprvé.
- Telefonát se zástupcem dTestu trval nejkratší dobu.
- Spotřebitel net navíc poradil oznámit prodejci, že nesprávný postup bude oznámen ČOI. Dle názoru autorky lze očekávat, že ve většině případů taková hrozba na prodejce zapůsobí a jejich jednání pozitivně ovlivní.
- V tomto případě lze skloubit dva postupy, jak navrhli zástupci SOS MaS a Spotřebitel net – nejdříve zjistit, zda prodloužení lhůty pro vyřízení reklamace nebylo skutečně stvrzeno podpisem spotřebitele, a poté postupovat tak, jak poradil Spotřebitel net.

²⁹⁴ Telefonický rozhovor s poradnou Spotřebitel net dne 4. 11. 2013

4.3.3 Shrnutí

Pokud má spotřebitel problém při uplatňování spotřebitelského práva, neměl by dle názoru autorky váhat a měl by se obrátit na spotřebitelské organizace. Všechny spotřebitelské organizace, které byly telefonicky osloveny, se budou snažit spotřebiteli poradit a ve většině případů nabídnou i následnou pomoc, pokud spotřebitel neuspěje, jak také bylo zjištěno ze šetření.

Spotřebitel má tři možnosti, jak oslovit organizace, dle názoru autorky je nejlepší využít telefonickou poradnu, pokud se jedná o méně složitý případ. (U složitějšího případu je doporučeno nejdříve do organizace zavolat a po domluvě navštívit poradnu osobně.) Oslovení spotřebitelské organizace přes internet vzhledem k počtu dotazů může být zdouhavé, jak některé z nich samy uvádějí na svých internetových stránkách. Tímto způsobem komunikace spotřebitel nemůže pružně reagovat na doplňující dotazy, jejichž zodpovězení může při vyhodnocování situace a k posouzení dalšího postupu chybět. To by se v telefonickém rozhovoru stát nemělo.

Spotřebitel se může tak spolehnout, že mu telefonické poradenství výše zmíněných organizací poskytne radu a nasměruje ho k dalšímu postupu. Je otázkou, kterou organizaci si spotřebitel vybere. Každá spotřebitelská organizace poskytla radu a to v širším či užším podání. Pokud spotřebitel váhá, může se obrátit na dvě či tři organizace a vyslechnout více rad, vesměs však budou obdobné. Nutno konstatovat, že pracovníci organizací, s nimiž byly telefonáty vedeny, vystupovali profesionálně a byla znát jejich snaha co nejlépe poradit. Spotřebitel se organizacím dovolá většinou hned napoprvé (každá spotřebitelská organizace však alespoň jednou nezvedla telefon, a to z důvodu jiného volajícího, vypnutého nebo nedostupného přístroje).

Při prvním dotazu ohledně reklamace obuvi (viz kapitola 4.3.2.1) organizace dTest jako jediná poukázala na rozpor s kupní smlouvou spočívající v tom, že vada se vyskytla do 6 měsíců od zakoupení. Nepřímo tak odkázala na zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, kde v § 616 odst. 4 „rozpor s kupní smlouvou, který se projeví během šesti měsíců ode dne převzetí věci, se považuje za rozpor existující již při

*jejím převzetí, pokud to neodporuje povaze věci nebo pokud se neprokáže opak*²⁹⁵. Dále podle § 616 odst. 3 téhož zákona „...*má kupující právo na to, aby prodávající bezplatně a bez zbytečného odkladu věc uvedl do stavu odpovídajícího kupní smlouvě, a to podle požadavku kupujícího buď výměnou věci, nebo její opravou; není-li takový postup možný, může kupující požadovat přiměřenou slevu z ceny věci nebo od smlouvy odstoupit.* ...“²⁹⁶ V tomto případě by kupující zřejmě požadoval přiměřenou cenu nebo by odstoupil od smlouvy, neboť vzhledem k charakteru závady na obuvi lze předpokládat, že u stejného druhu obuvi se bude závada opakovat a opravit se ji nepodaří.

Na druhou otázku týkající se vrácení zakoupeného zboží přes internet všechny spotřebitelské organizace odpověděly stejně, a to tak, že kupující má na vrácení zboží 14denní lhůtu (viz kapitola 4.3.2.2). Rada byla dána v souladu s § 53 odst. 7 zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, „*Byla-li smlouva uzavřena při použití prostředků komunikace na dálku, má spotřebitel právo od smlouvy odstoupit bez uvedení důvodu a bez jakékoliv sankce do 14 dnů od převzetí plnění...*“. Nejvíce a nejlépe však poradila organizace Spotřebitel net, která navíc uvedla jakým nejlepším možným způsobem lze tak činit, a to zaslat zvlášť zboží a zvlášť zaslat dodejkou odstoupení od smlouvy, aby se předešlo případnému nedorozumění, že vrácené zboží je například pouze reklamováno a nikoli vráceno.

Třetí dotaz se týkal reklamace hodinek (viz kapitola 4.3.2.3), u kterých nebyla ze strany prodávajícího dodržena 30 denní doba vyřízení reklamace. Tento problém by se řešil dle § 19 odst. 3 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, „...*Reklamace včetně odstranění vady musí být vyřízena bez zbytečného odkladu, nejpozději do 30 dnů ode dne uplatnění reklamace, pokud se prodávající se spotřebitelem nedohodne na delší lhůtě. Po uplynutí této lhůty má spotřebitel stejná práva, jako by se jednalo o vadu, kterou nelze odstranit.*“²⁹⁷ Jedinou organizací odkazující na toto ustanovení byla organizace SOS MaS, a která uvedla také § 622 občanského zákoníku. Dále organizace SOS MaS spolu s organizací SČS upozornily na možnost, zda spotřebitel nepodepsal případně prodloužení této lhůty. Nejlépe v tomto případě dle autorky poskytla radu organizace SOS MaS.

²⁹⁵ § 616 (4), zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

²⁹⁶ § 616 (3), zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

²⁹⁷ § 19 (3), zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

Nelze tedy přímo určit na základě těchto tří dotazů položených organizacím dTest, SČS, Spotřebitel net a SOS MaS, na jakou spotřebitelskou organizaci by se spotřebitel měl v případě problému nejlépe obrátit.

Autorka by doporučila spotřebitelským organizacím, aby odkazovaly spotřebitele na příslušná ustanovení, aby později spotřebitel věděl, na základě jakého ustanovení a dle kterého právního předpisu se může domoci svého práva.

Spotřebitel by se v každém případě měl proti nekalým praktikám prodejců bránit. Pokud nastane problém při uplatňování jeho práva, bylo by spotřebiteli doporučeno obrátit se na některou z výše jmenovaných spotřebitelských organizací nebo také přímo na ČOI, jak bylo zmíněno dvěma organizacemi. Jestliže se spotřebitelé nebudou bránit, umožňují prodejcům praktikovat postupy vedoucí k omezování svých práv, ale i práv jiných spotřebitelů. Pokud prodávající budou vědět, že je spotřebitel schopen účinně a efektivně se bránit, takové chování si poté ke spotřebiteli nedovolí.

5 Hodnocení a diskuze

5.1 Zhodnocení legislativní ochrany spotřebitele v České republice, na Slovensku a ve Francii

Vzhledem ke stejnému vývoji právní úpravy České a Slovenské republiky do roku 1993, kdy se Československá federace rozdělila, se dá předpokládat, že při porovnávání legislativy a spotřebitelských organizací toho budou mít tyto země více společné než při srovnání s Francií. V zásadě tomu tak je, avšak rozdíly mezi Českou republikou a Slovenskem existují.

V České republice a rovněž i na Slovensku je právní ochrana spotřebitele roztržena v právních předpisech (viz kapitola 3.1.1. a 3.4.2.1). Dříve tato úprava byla zejména veřejnoprávní, avšak implementací směrnic do právního řádu těchto států se začaly více prolínat prvky práva soukromého a veřejného. Hlavní předpisem byl pro oba státy zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, který na Slovensku byl v roce 2007 nahrazen zákonem č. 250/2007, o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů. Slovensko na rozdíl od České republiky také uzákonilo podomní prodej v zákoně č. 108/2000 Zb., o ochraně spotřebitele při podomním prodeji a zásilkovém prodeji, ve znění pozdějších předpisů. Pro Českou republiku toto nedostatečné uzákonění podomního prodeje (smlouva podepsaná při podomním prodeji je upravována podle § 57 zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, jako smlouva uzavřená mimo prostory podnikání dodavatele) má za následek nekalé praktiky obchodníků, kteří nabízejí spotřebitelům zboží či služby a přesvědčují je k zakoupení. Spotřebitelé pak podepisují většinou dlouhé, špatně strukturované smlouvy s podmínkami omezující jejich práva se závazkem na poměrně dlouhou dobu (například 2 roky), které není možné vypovědět vůbec, nebo to lze za cenu vysoké sankce. Změna nastane novým občanským zákoníkem, zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, který upravuje „Uzavírání smluv distančním způsobem a závazky ze smluv mimo obchodní prostory“ ve dvaceti paragrafech, a to v § 1820 až § 1840 tohoto zákona. Dle názoru autorky se Česká republika měla vzhledem k narůstajícím uvedeným praktikám prodávajících slovenskou právní úpravou inspirovat již dříve. Dále by doporučila podomní obchod a obecně uzavírání smluv mimo obchodní prostory

prodávajících upravit ve zvláštním předpisu, a to vzhledem k obsahu a důležitosti této problematiky.

Spotřebitelské organizace jsou upravovány na Slovensku a v České republice (viz kapitola 3.4.2.2.2 a 3.1.5) podle zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů, jako občanská sdružení. Od ledna 2014 bude v České republice tento zákon zrušen, občanská sdružení se přemění na spolky (viz kapitola 3.1.6), které budou ustanoveny v zákoně č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. Otázkou je, zda tento přechod bude věci prospěšný, a to jak z hlediska zrušení právního předpisu a přesunutí do už tak obsáhlého občanského zákoníku, tak i z hlediska změnění názvosloví či samotné právní úpravy, která by měla přinést především kvalitnější ukotvení problematiky.

Česká a slovenská právní úprava se pomalu začíná více rozlišovat v důsledku novelizací právních předpisů nebo dokonce jejich nahrazením novým právním předpisem.

Francouzská ochrana spotřebitele (viz kapitola 3.4.1.1) je založena na velmi propracovaném spotřebitelském právu, které je zakotveno ve vlastním předpisu – Spotřebitelském zákoníku (Code de la consommation), a jeho činnost je upravována zákonem z 1. července 1901 týkající se smluv o sdružení (Loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association). Ve srovnání s českou a slovenskou ochranou spotřebitele je tento systém velmi dobře vyvinutý. Spotřebitelský zákoník je rozdělen do pěti knih, z nichž přímo jedna kniha pojednává o spotřebitelských organizacích. Česká republika i Slovensko by se mohly Francií inspirovat a spotřebitelskou oblast souhrnně upravit v jednom hlavním předpisu obdobně, jako Francie ve Spotřebitelském zákoníku, a to včetně úpravy spotřebitelských organizací a vládních institucí na ochranu spotřebitele (viz tabulka č. 5).

Tabulka č. 5: Právní předpisy a ochrana spotřebitele

| | Česká republika | Slovensko | Francie |
|--|---|--|--|
| Zakotvení ochrany spotřebitele v právních předpisech | roztříštěná | roztříštěná | zejména v 1 právním předpisu |
| Hlavní právní předpis na ochranu spotřebitele | zák. č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele | zák. č. 250/2007 Z. z., o ochraně spotřebitele | Spotřebitelský zákoník |
| Úprava spotřebitelských organizací v právních předpisech | do prosince 2013 - zák. č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů | zák. č. 83/1990 Z. z., o sdružování občanů | zákon z 1.7.1901, týkající se smluv o sdružení |
| | od ledna 2014 - zák. č. 89/2012 Sb., občanský z. | | Spotřebitelský zákoník |
| Forma spotřebitelských organizací | do prosince 2013 - občanská sdružení | občanská sdružení | sdružení |
| | od ledna 2014 - spolky | | |

Zdroj: Vlastní zpracování

5.2 Porovnání spotřebitelských organizací v České republice, na Slovensku a ve Francii

Při srovnávání a hodnocení spotřebitelských organizací v rámci tří zemí Česká republika, Slovensko a Francie, lze dojít k závěru, že nejvyšší úroveň spotřebitelských organizací má Francie. Ve Francii je celkem 15 národně schválených spotřebitelských organizací (viz kapitola 3.4.1.2.2) s mnohaletou tradicí (nejstarší organizací je CNAFC založena v roce 1905 v Paříži, nejmladší organizací je Adéic z roku 1985). Spotřebitel si může být jist, pokud se na jednu z nich obrátí, dostane se mu odpovědi a rady. Tyto organizace jsou také blíže uvedeny v aktuální příručce spotřebitelských organizací vydané Národním spotřebitelským institutem, z níž se spotřebitel dozví informace o každé z nich, a v případě problému poté zvážit, na kterou je vhodnější se obrátit vzhledem k jejímu zaměření. Na rozdíl od seznamu aktivních spotřebitelských organizací ve Francii, v databázi Ministerstev České republiky a Slovenska je zaevidováno velké množství spotřebitelských organizací (každá země okolo 50 organizací), aktivních je pouze však desetina z nich (viz kapitola 3.3.2.2.1 a 3.4.2.2.2). Spotřebitelské organizace v České republice a na Slovensku nemají dlouhou historii, první spotřebitelská organizace byla založena v roce 1990 (jedná se o Sdružení českých spotřebitelů). Spotřebitel se o jejich činnosti dozví z jejich internetových stránek, obecná příručka však pro ně neexistuje. Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR a Ministerstvo hospodářství SR se tak mohou inspirovat a publikovat bližší informací o jednotlivých spotřebitelských organizací a

usnadnit tak spotřebiteli výběr při jeho rozhodování, na jakou organizaci se má v případě problémů obrátit.

Dalším rozdílem mezi francouzskými a českými a slovenskými organizacemi je způsob jejich financování. Francouzské spotřebitelské organizace jsou financovány zejména z veřejných zdrojů, o kterých rozhoduje DGCCRF a ostatní zdroje musí být schváleny Ministerstvem hospodářství, průmyslu a zaměstnanosti. Finanční prostředky získávají české a slovenské spotřebitelské organizace kromě vlastní činnosti také z dotací poskytované státem, avšak musí splnit určité podmínky a být vybrány v dotačním řízení v rámci svého projektu. Většinou jsou na těchto finančních prostředcích závislé, protože svou vlastní činností nezískají pro financování svých nákladů mnoho prostředků.

V působení spotřebitelských organizací lze však nalézt určitou podobnost v rámci těchto třech zemí. Ve své činnosti publikování výsledků testů, poskytování poradenství, informování spotřebitele o jejich právech je možné přisoudit podobnost dTestu, Asociácie spotrebiteľov Slovenska a organizaci Que-Choisir. Další společným znakem je sídlo organizací, které se ve většině případech nachází v hlavním městě daného státu a případné pobočky jsou rozmístěny v rámci jednotlivých regionů. Spotřebitelské organizace těchto třech zemí se také zapojují do mezinárodní spolupráce, a to například v souvislosti s jejich členstvím v nadnárodních spotřebitelských organizacích (BEUC, ANEC apod.). Činnost hlavních spotřebitelských organizací působících v ČR a na Slovensku je přehledně uvedena v příloze č. 41.

5.3 Mezinárodní spotřebitelské organizace působící nejen v rámci EU

Zastoupení ochrany spotřebitele na evropské mezinárodní úrovni je ve čtyřech hlavních spotřebitelských organizacích, a dále ve spotřebitelské síti ECC-Net zřízené pro každou v zemi zvlášť, avšak nepůsobící ve vnitrozemské ochraně spotřebitele, nýbrž ve vztahu k ostatním zemím Evropské unie, Norska a Islandu.

Jedinou významnou evropskou spotřebitelskou organizací působící zejména v rámci Evropské unie je BEUC (viz kapitola 3.2.2.3.4), které také sdružuje spotřebitelské organizace. Členství je dvojí, plné a přidružené. Zástupce ČR Občanské sdružení spotřebitelů TEST (dTest) je však v této hlavní organizaci zabývající se podporou práv spotřebitelů pouze přidruženým členem, a to znamená, že se nemůže podílet na strategii

BEUC, může se účastnit všech činností, avšak nemůže hlasovat. V porovnání s Francií, která je zastoupena v této organizaci dvěma řádnými členy (Que Choisir a CLCV), Slovenskem, které je zastoupeno jedním řádným členem (ZSS) a ostatními státy, jejichž alespoň jedna organizace je řádným členem (s výjimkou Litvy a Švýcarska), má Česká republika omezené možnosti podílet se na činnosti BEUC. Otázkou je, zda organizace z těchto třech států se pro toto členství rozhodly z důvodu nižšího členského příspěvku, což v případě dTestu v roce 2012 rozdíl mezi řádným a přidruženým členství činí 50 000 Kč. Dle názoru autorky při srovnání výnosů dTestu (v roce 2012 činil skoro 4,5 milionu Kč) je tato částka nevýznamná vzhledem k případnému přínosu pro tuto organizaci. Doporučeno je tedy zvážit řádné (plné) členství pro organizace díky jeho přínosu a i prezentace země ve významné evropské spotřebitelské organizaci.

Naopak zastoupení České republiky je významné v organizaci, jejíž členské organizace pochází ze zemí EU a EFTA, a která zastupuje zájmy spotřebitelů při normalizaci. Jedná se o organizaci ANEC (viz kapitola 3.2.2.3.5), v jejíž řídicím výboru pro období 2013 – 2015 zasedá Ing. Libor Dupal ze Sdružení českých spotřebitelů, a dále člen z SČS zasedá ve Valné hromadě. SČS tak ovlivňuje a účastní se jednání v oblasti tvorby norem v evropských normalizačních organizacích. Ve srovnání s Francií a Slovenskem, kteří své zástupce mají ve Valné hromadě, Francii zastupuje Association Léo Lagrange pour la défense des consommateurs (v překladu Sdružení Léa Lagrange pro ochranu spotřebitele), Slovensko Združenie slovenských spotrebiteľov, je zastoupena ČR i v řídicím výboru realizující strategická rozhodnutí Valné hromady.

Consumers International (viz kapitola 3.2.2.3.3) sdružuje spotřebitelské organizace po celém světě. ČR byla reprezentována Sdružením obrany spotřebitelů v letech 1999 až 2010. Nyní zastoupení nemá. Francie je v CI zastoupena třemi, a to AFOC, CLCV a UFC – Que Choisir, Slovensko organizací Združenie slovenských spotrebiteľov. Vzhledem ke celosvětové působnosti organizace CI, jejich projektů a kampaní a ostatní činnosti by měly organizace zvážit členství, doporučeno by to bylo hlavně „nástupnickým“ organizací SOS, a to Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace nebo Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska, které jsou pro Českou republiku významnou oporou pro spotřebitele, avšak nepůsobí v žádné evropské organizaci.

Pokud by měl spotřebitel problém například s reklamací výrobku v zahraničí, může využít ECC-Net (viz kapitola 3.2.2.3.6) založený za podpory EU pro spotřebitele EU nakupující produkty a služby na evropském trhu. Vzhledem k větší mobilitě spotřebitelů, nakupování výrobků přes internet je tato síť dobrou nápomocí spotřebiteli při řešení spotřebitelského problému. Tuzemské spotřebitelské organizace nemají takový přehled o právech spotřebitele v zahraničí a také se starají především o spotřebitele v rámci dané země. Tuto Síť evropských spotřebitelských center by autorka doporučila pro spotřebitele, pokud mají problém s jednáním obchodníků, s kvalitou služby či zboží nebo jiný podobný problém ve spotřebitelské oblasti mimo území jejich státu. Dále by doporučila českým spotřebitelským organizacím v zájmu rozšiřování povědomí o ochraně spotřebitele v ostatních členských státech sledovat aktuality a řešené případy v rámci ECC-Net a v případě, že se spotřebitel na ně obrátí s touto problematikou, odkázat je právě na tuto síť.

Mezinárodní spotřebitelské organizace jsou důležitým pojítkem národních spotřebitelských organizací a také zejména důležitou institucí hájící práva a zájmy spotřebitelů. Poskytují důležité informace a také prostor pro výměnu informací mezi organizacemi, podílejí se na evropské či celosvětové ochraně spotřebitele. Dle názoru autorky by měla alespoň každá země být zastoupena v mezinárodních spotřebitelských organizacích a podílet se tak na ochraně spotřebitele nejen v rámci své vlastní země.

5.4. Spotřebitelské organizace působící v České republice

Jak již bylo zmíněno, dle počtu spotřebitelských organizací registrovaných jako občanská sdružení u Ministerstva vnitra by se dalo předpokládat, že spotřebitelské hnutí v České republice je silné. Při bližším zkoumání jednotlivých aktivit spotřebitelských organizací však lze konstatovat, že v České republice se aktivně zapojují do ochrany spotřebitele pouze některé z nich, jak vyplynulo i z praktické části, při které byly učiněny pokusy o kontaktování vybraných jedenácti spotřebitelských organizací, avšak žádná z nich na adrese uvedené ve stanovách fyzicky nesídlila (viz kapitola 4.3.1).

Otázkou je, za jakým účelem jsou tato občanská sdružení zakládána, když nevykonávají žádnou prokazatelnou činnost a na adrese zapsané ve stanovách fyzicky ani nesídlí. Bohužel na tuto otázku nelze najít přímo u těchto organizací odpověď, jelikož s nimi nelze navázat kontakt. Možným vysvětlením by mohlo být, že tyto organizace byly

zakládány za účelem pomáhat spotřebiteli, avšak tato realizace nebyla možná z finančních, časových důvodů a odborných zkušeností s touto problematikou. Další případnou variantou může být založení občanského sdružení za účelem daňových výhod, které toto sdružení má. Příkladem může být neodvádění daně ze zděděné nebo darované nemovitosti nebo movité věci jako právnické osoby (dle § 18 odst. 2 zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů), nezdanění dotací a dalších příspěvků z rozpočtu státu, krajů apod. a úroků z vkladů na běžném účtu jako poplatníků nezřízených za účelem podnikání, (dle § 18 odst. 4b a 4c, zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů), snížení základu daně (§ 20 odst. 7, zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů), osvobození od dani z pozemku nebo ze staveb jako vlastníci sdružení občanů (§ 4 odst. 1f a § 9 odst. 1f, zákona č. 338/1992 Sb., o dani z nemovitosti, ve znění pozdějších předpisů) či osvobození od daně dědické a darovací jako právnické osoby se sídlem v tuzemsku, které zprostředkovává vzdělání apod. (§ 20 odst. 4, zákona č. 357/1992 Sb., o dani dědické, dani darovací a dani z převodu nemovitosti, ve znění pozdějších předpisů).

Doporučením pro vedení seznamu o občanských sdruženích MV by bylo zajištění větší transparentnosti těchto organizací, a to uvedením více informací o sdružení, například uvedením kontaktní osoby, která za příslušné sdružení odpovídá. Dále by byla doporučena postupná kontrola všech občanských sdružení zaměřená na to, zda jsou aktivní ve své činnosti a zda pouze nevyužívají výhod postavení občanských sdružení. Autorka by doporučila také důslednější ustanovení občanských sdružení, aby se alespoň z části předcházelo této skutečnosti a v seznamu byla uvedena opravdu jen sdružení vykonávající činnost za účelem, pro který byla založena. V zájmu přehlednosti o aktivních spotřebitelských organizacích by bylo také vhodné publikovat přehled a činnosti jednotlivých organizací v brožuře vydané MPO. Dosud se spotřebitel o jejich činnosti dozví pouze z jejich internetových stránek nebo z výročních zpráv, pokud jsou vůbec dostupné.

Pro spotřebitele tak nezbyvá než obrátit se na takové organizace, které jsou vedeny v seznamu MPO nebo které jsou členy Spotřebitelského poradního výboru při MPO (viz kapitola 3.3.2.2.3).

Jednou z nich je i Občanské sdružení spotřebitelů TEST, které v dotazníkovém šetření Spotřebitelské organizace bylo vyhodnoceno jako nejznámější spotřebitelskou organizací v České republice (viz kapitola 4.1.2.2). Spotřebiteli je vnímána jako organizace, jejíž činností je testování výrobků. dTest však přímo výrobky netestuje, nýbrž výrobky k testování vybírá a dále výsledky testování zveřejňuje. Jak bylo zjištěno při testování statistických hypotéz (viz kapitola 4.2.2.3.5), existuje středně silná závislost mezi znalostí této organizace a označení tím, zda se spotřebitelské organizace zabývají testováním výrobků. Při testování se odkazuje zejména na nezávislost, která však může být relativní. Z důvodu nezávislosti organizace dTest nesdílí informace o laboratořích, v nichž nechává výrobky testovat. Tento přístup lze považovat za pochopitelný. Stojí však za úvahu, zda úroveň zadání nebo kvalita testování v některých případech nemůže negativně ovlivnit výsledky hodnocení některých produktů. (Příkladem může být kauza mezi organizací dTest a Pivovarem Svijany. Spor z června 2013 se týká obsahu jedovatých látek v pivě Svijanská kněžna. Organizace dTest na základě testování vyhodnotila, že v tomto pivu je obsaženo nejvíce mykotoxinů než v ostatních testovaných pivech a že toto množství překračuje tolerovanou denní dávku pro spotřebitele. Výsledky testů z Výzkumného ústavu pivovarského a sladařského v Brně však dokazují, že hodnoty jsou nižší a pivo je tak nezávadné.)

Další členskou organizací v SPV je Spotřebitel net (viz kapitola 3.3.2.2.4.6) poskytující dle hodnocení internetové stránky zejména spotřebitelské poradenství a aktuální informace pro spotřebitele. Na svých stránkách Spotřebitel.net uvádí také spotřebitelské vzdělání, avšak příspěvky nejsou aktuální (poslední příspěvek je z listopadu roku 2012). Kladně by byla zhodnocena myšlenka on-line kurzů, které nejdříve vyloží danou problematiku a poté na základě několika otázek prověří spotřebitele, zda tématice rozuměl. Na stránkách lze nalézt pouze tři kurzy, nejnovější z října 2011, stejně je tomu tak v sekci test znalostí, kde jsou pouze tři testy, poslední z března 2012. Spotřebitele je potřeba vzdělávat a poskytovat mu informace. Pokud by chtěl Spotřebitel net tak činit, měl by zvolit lepší formu jak zobrazování on-line testů, tak aktuálně přispívat články a zajímavými poznatky do sekce spotřebitelské vzdělání a zapracovat by měl i na vizuální úpravě webových stránek a zatraktivnit tak spotřebiteli touhu po spotřebitelském vzdělání.

Pouze na poradenskou činnost se specializuje Asociace občanských poraden (viz kapitola 3.3.2.2.4.4), která sdružuje občanské poradny zaměřené na různé právní oblasti. Spotřebitelským poradenstvím se zabývá 21 sdružených organizací, z toho však pouze čtyři na internetových stránkách AOP má uvedeno i poradenství telefonické, u ostatních sedmnácti poraden se dá tedy předpokládat, že poskytují poradenství pouze osobní. V dnešní době však pouze formou osobního setkání nejsou praktické z důvodu časové vytíženosti některých spotřebitelů, z důvodu větší vzdálenosti od bydliště apod. Proto by bylo doporučeno ostatním poradnám zvážit zahrnutí také telefonického poradenství a vymezení doby uvedené na AOP.

Praktická část byla kromě dotazníkového šetření a statistického vyhodnocení dat také zaměřena na poskytování telefonického poradenství vybraných spotřebitelských organizací. Vzhledem k výstupu z dotazníkového šetření, že většina spotřebitelů (70 % dotázaných) zná alespoň jednu spotřebitelskou organizaci, ale při řešení problému s uplatňováním práva jako spotřebitel (38 z 65 respondentů, kteří uplatňovali právo jako spotřebitel) se pouze dva obrátili na spotřebitelskou organizaci, 18 respondentů tu řešilo bez pomoci 3. osoby a 9 dotázaných problém neřešil vůbec, je zarážející (viz kapitola 4.1.2.2) Bylo proto voláno do jednotlivých spotřebitelských organizací s žádostí o poskytnutí rady ohledně reklamace (viz kapitola 4.3). Bylo zjištěno, že vybrané spotřebitelské organizace jsou schopny spotřebiteli dobře poradit, poskytly informace, jak má dál spotřebitel postupovat a v případě dalšího problému také nabídly následnou pomoc. Otázkou je, proč spotřebitelé nevyužili jejich poradenskou činnost. Doporučením pro organizace je zaměřit se na vlastní propagaci ohledně poradenské činnosti a zvýšit tak podíl lidí, které se při spotřebitelském problému na ně obrátí. Zvýší se povědomí o nich a případně mohou rozšiřovat svoji činnost a lépe poskytovat služby spotřebitelům. Měly by tak konat prostřednictvím médií, nejvíce prostřednictvím internetu a tisku, ve kterém by mohly pravidelně publikovat spotřebitelské případy a možnosti jejich řešení. Dalším způsobem je zvýšení prezentace organizací ve školských zařízeních, kde se o organizacích dozvěděli dotazovaní údajně nejméně. Zvýšilo by se tak spotřebitelská informovanost, ale také znalost spotřebitelských organizací a povědomí o samotných spotřebitelských organizacích. Na základě dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace by tato aktivita byla doporučena zejména organizaci Spotřebitel net, která působí pravidelně v rozhlasovém vysílání, avšak pouze 3 % respondentů znalo tuto organizaci.

Na znalosti organizací je slabě závislé, kde spotřebitel bydlí, ať už na kraji či v závislosti na velikosti trvalého bydliště (kapitola 4.2.2.3.1), což může být zapříčiněno umístěním sídel organizací a jejich poboček, jelikož nejvíce zná organizace spotřebitel bydlící Praze nebo ve městě nad 50 001 obyvatel. Počet znalých organizací slabě závisí na věku a vzdělání, obecně zná nejvíce spotřebitelských organizací spotřebitelé do 35 let a spotřebitelé s vysokoškolským vzděláním, či se vzděláním vyšším odborným (viz kapitola 4.2.2.3.2). Spotřebitelské organizace by tak měli postupně zaměřovat na ostatní skupiny spotřebitelů, a to například v rámci kraji publikovat v krajských denících (zejména na severovýchod Čech) spotřebitelské kauzy či oslovovat starší spotřebitele i v rámci spotřebitelského vzdělání a prevence vztahující se na podomní prodejce a prodejce na předváděcích akcích. Právě starší lidé mají největší sklon nechat se zmanipulovat a přesvědčit se k uzavření s těmito prodejci smlouvy.

5.5 Občanské sdružení versus spolek

Občanské spotřebitelské organizace do roku 2013 vznikaly jako občanská sdružení (viz kapitola 3.1.5) na základě zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů. Od 1. ledna 2014 se na základě rekonstrukce soukromého práva stávají z občanských sdružení spolky (viz kapitola 3.1.6), a to dle nového občanského zákoníku, zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. Vznik spotřebitelských organizací je tedy od 1. ledna 2014 ukotven v novém občanském zákoníku. Pro spotřebitelské organizace to znamená několik změn.

Při hodnocení změn občanských sdružení na spolky by autorka neviděla tolik pozitiv, jak se může na první pohled zdát, ať už se jedná o změnu názvu či legislativní úpravy. Je zřejmé, že úprava občanských sdružení dle zákona o sdružování občanů nebyla dostačující, avšak je otázkou, zda nová právní úprava přinesla lepší ukotvení občanských sdružení (spolků) v legislativě. Pouze pojem spolek dle názoru autorky nevyvolává takový dojem jako sdružení, pokud se obě slova převedou do sloves. Sdružovat se vyvolává pocit sounáležitosti, svobody a přímo mít na to právo, jak bylo ustanoveno v zákonu o sdružování občanů. Sloveso spolčovat se vyvolává zbytečné negativní emoce, a někdo ho může spíše chápat ve smyslu spolčovat se proti někomu. V tomto případě by bylo vhodnější ustanovení spolků přiřadit k jinému zákonu, než vytvořit nový zákon o spolčování občanů.

Nově tedy místo právní úpravy občanských sdružení ve 21 paragrafu „vlastního“ samostatného zákona budou upravovány spolky v 89 ustanovení nového velmi rozsáhlého občanského zákoníku, z toho rozdělení spolku dokonce v 15 paragrafech. Rozšíření o 68 paragrafů by bylo logické, pokud by úprava zahrnovala i to, co ve „starém“ zákoně zakotveno bylo, a dá se říci, že srozumitelně a jasně. Jedná se například o zakotvení zásad hospodaření ve stanovách, což umožnilo větší průhlednost zacházení s finančními prostředky, o uvedení komu přímo se návrh na registraci podává, o uvedení postupu, pokud návrh na registraci nebyl schválen, o uvedení jaké jsou způsoby zániku občanského sdružení, naproti tomu zánik spolků je ustanoven jako zrušení spolku, likvidace, fúze a rozdělení spolku, a to v celkově 35 paragrafech.

Naopak pozitivní přínos nového ustanovení autorka spatřuje v úpravě organizace spolků, a to ve smyslu stanovení statutárního orgánu (výboru či předsedy) ve stanovách, který tak přinese menší různorodost organizace a vyšší průhlednost zvolených orgánů, než tomu tak bylo u občanských sdružení.

Nově jsou ustanoveny pojmy jako pobočný spolek nebo fúze spolku, nově také musí obsahovat název spolku slovo spolek nebo za názvem mít zkratku „z. s.“. Je otázkou, jak se ke změnám v názvu postaví občanská sdružení a zda jsou na ně připravena. Dříve občanská sdružení zanikala pravomocným rozhodnutím ministerstva, od ledna 2014 budou spolky zanikat rozhodnutím soudu.

Ne vždy jsou změny vítány, obzvlášť pokud nejsou pouhým zlepšením. Autorka by místo změny názvu a začleněním do obsáhlého občanského zákoníku uvítala novelizaci zákona o sdružování občanů, a to v míře rozšíření tohoto zákona o legislativní úpravy, které by byly srozumitelné, zajišťovali by průhlednost občanských organizací a jejich jasné vymezení.

6 Závěr

Spotřebitelské organizace jako nevládní instituce působící na ochranu spotřebitele a samotná ochrana spotřebitele je velmi rozsáhlé téma, které bude stále aktuální do té doby, dokud budou prodejci na spotřebitelích provádět své nekalé praktiky, vyrábět nekvalitní či dokonce životu nebezpečné zboží, poskytovat nekvalitní služby apod. Spotřebitelské organizace se proto snaží proti těmto prodávajícím bojovat a pomáhat tak spotřebitelům, a to nejen zveřejňováním informací o nekvalitních výrobcích či službách, ale i poskytováním rad v případě problému a dále spotřebitele také informovat a vzdělávat je (viz kapitola 3.3.2).

V České republice působí pět hlavních spotřebitelských organizací, které jsou schopny spotřebiteli kvalitně poradit a poskytnout mu aktuální informace o spotřebitelském prostředí. Do prosince 2013 budou tyto organizace upravovány jako občanská sdružení (kapitola 3.1.5) dle zákona č. 83/1900 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů, od ledna 2014 však na základě rekodifikace soukromého práva se z občanských sdružení stanou spolky. Ty budou zakotveny v novém občanském zákoníku č. 89/2012 Sb., ve znění pozdějších předpisů, kterým se tak zruší předchozí jmenovaný právní předpis. Spotřebitelské organizace tak čeká rozsáhlejší právní úprava a s ní spojené změny, a to nejen v rámci organizace sdružení či přímo v názvu (kapitola 3.1.6).

Na základě dotazníkového šetření s názvem Spotřebitelské organizace bylo zjištěno, že spotřebitelé spíše znají spotřebitelské organizace (70 % dotázaných), přičemž nejznámější organizací je dTest (tuto organizaci uvedlo 59 % dotázaných). Avšak při problému s uplatňováním práva se spotřebitel na ně neobrátil (viz kapitola 4.1). V návaznosti na toto zjištění byly poté telefonicky osloveny čtyři vybrané organizace s prosbou o radu ohledně spotřebitelského problému. Lze konstatovat, že všechny oslovené organizace jsou schopny spotřebiteli poskytnout radu na dobré úrovni (kapitola 4.3), a proto je doporučeno spotřebitelům v případě pomoci se na ně obrátit.

Nelze však doporučit, aby se spotřebitelé obraceli na ostatní spotřebitelské organizace, které nejsou členy SPV či nemají vlastní internetové stránky. Byl učiněn pokus některé organizace osobně navštívit, a to z důvodu, že jako kontakt uváděly pouze své sídlo. Žádná z nich ale na adrese svého sídla nebyla nalezena (viz kapitola 4.3.1). Pro

přehlednost o činnostech aktivních spotřebitelských organizací pro spotřebitele a jejich orientaci by autorka doporučovala MPO publikovat příručku v elektronické i tištěné verzi o těchto organizacích, která by přispěla k rozšíření jejich znalosti a také k hlubšímu povědomí o ochraně spotřebitele.

Při testování šestnácti nulových hypotéz o neexistenci závislosti mezi určitými znaky nebylo zamítnuto sedm hypotéz (viz kapitola 4.2.2.2), alternativních bylo přijato devět (viz kapitola 4.2.2.3). Pokud existovala závislost, byla však slabá. Pouze ve dvou případech byla vyhodnocena jako střední a týkala se závislosti v rámci spotřebitelské organizace dTest. Spotřebitelským organizacím lze tak doporučit, aby se zaměřili na prezentování sebe samých, a to zejména s důrazem na jiné kraje než je Středočeský kraj a Praha. Z důvodu menšího povědomí o spotřebitelských organizacích a zároveň kvůli náchylnosti k podlehnutí nekalým praktikám prodejců by se měli více zabývat svou propagací mezi spotřebiteli - důchodci.

Oblast ochrany spotřebitele je rozsáhlá a při porovnání s Francií by inspirací mohla být tendence tuto ochranu sjednotit do jednoho hlavního předpisu. Francie jej má v rámci spotřebitelského zákoníku, včetně ustanovení spotřebitelských organizací a obecně institucí zabývajících se touto problematikou (viz kapitola 3.4.1). Tento krok by usnadnil orientaci spotřebitele v této oblasti, která by se zároveň pro něj stala přehlednější. Takto by se měla inspirovat jak Česká republika, tak Slovensko (viz kapitola 3.4.2), které jsou v oblasti ochrany spotřebitele na podobné úrovni.

Pro účinnou ochranu spotřebitele nejsou důležité pouze právní předpisy, vládní či nevládní instituce. Důležitým článkem je také samotný spotřebitel. Ve svém vlastním zájmu by měl být aktivním spotřebitelem (kapitola 3.1.2), který se zajímá o tuto problematiku a sám také k lepší ochraně přispívá. Pokud nebude čelit nekorektnímu jednání prodávajících a aktivně se zapojovat (například oslovením spotřebitelské organizace v případě pomoci s uplatňováním spotřebitelského práva, oznámením nekalé praktiky prodávajícího ČOI), prodávající budou dál spotřebitele poškozovat do té doby, dokud nezjistí, že se spotřebitelé dokáží efektivně bránit vůči jejich nekalostem. Spotřebitelské organizace jsou pouze oporou spotřebitelů, avšak v případě problému mu dokáží poradit a pomoci. Je pak pouze na spotřebitelích, zda tuto oporu a pomoc využijí či zda dovolí prodávajícími upírat spotřebiteli jeho práva.

7 Seznam použitých zdrojů

KNIŽNÍ MONOGRAFIE:

BOGUSZAK, Jiří, ČAPEK, Jiří a GERLOCH, Aleš. *Teorie práva. 2.*, přeprac. vyd. Praha: ASPI, 2004. 347 s. ISBN 80-7357-030-0.

ČEPELKA, Oldřich. *Průvodce neziskovým sektorem Evropské unie*. Vyd. 1. Liberec: Omega, 2003. 135 s. ISBN 80-902376-3-0.

ČERNÝ, Petr. *Zákon o sdružování občanů: komentář*. 1. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2010. xii, 231 s. Beckovy texty zákonů s komentářem. ISBN 978-80-7400-328-8.

DAUSES, Manfred A., ed. a ZEMÁNEK, Jiří, ed. *Příručka hospodářského práva EU: základy vnitřního trhu, ochrana životního prostředí a ochrana spotřebitele*. Vyd. 1. Praha: ASPI, 2002. xx, 754 s. ISBN 80-86395-32-4.

DRGONCOVÁ, Jana. *Spotřebitel'ské právo v Slovenskej republike a v Európskej únii*. Šamorín: Heuréka, 2007. 576 s. ISBN 978-80-89122-45-5.

FRIČ, Pavol a kol. *Neziskový sektor v ČR: výsledky mezinárodního srovnávacího projektu Johns Hopkins University*. Praha: Eurolex Bohemia, 2001. 203 s. ISBN 80-86432-04-1.

HOROVÁ, Olga. *Ochrana spotřebitele*. Vyd. 2. Praha: Oeconomica, 2004. 136 s. ISBN 80-245-0690-4.

HOROVÁ, Olga. *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*. Vyd. 1. V Praze: Oeconomica, 2006. 185 s. ISBN 80-245-1106-1.

HULVA, Tomáš. *Ochrana spotřebitele*. Vyd. 1. Praha: ASPI, 2005. 451 s. Právní rukověť. ISBN 80-7357-064-5.

HULVA, Tomáš. *Právo ochrany spotřebitele pro neprávnický: otázky a odpovědi: vzory smluv, podání a korespondence*. Vyd. 1. Praha: ASPI, 2006. 360 s. ISBN 80-7357-172-2.

KLABUSAYOVÁ, Naděžda, BURDILÁKOVÁ, Renata a ZLÁMALOVÁ, Jana. *Ochrana spotřebitele: geneze a současnost*. 1. vyd. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2009. 164 s. ISBN 978-80-248-2037-8.

LOUDA, Zdeněk. *Řešené příklady v systému STATISTICA*. 1.vyd. Praha: PEF ČZU, 2013. 100 s. ISBN: 978-80-213-1239-5

PRŮCHA, Petr. *Správní právo: obecná část. 7.*, dopl. a aktualiz. vyd., (V nakl. Doplněk 2.). Brno: Masarykova univerzita, 2007. 418 s. Edice učebnic Právnické fakulty Masarykovy univerzity v Brně; sv. 395. ISBN 978-80-210-4276-6.

TOMANČÁKOVÁ, Blanka. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*. Praha: Linde, 2008. 222 s. ISBN 978-80-7201-695-2.

TURČÍNKOVÁ, Jana, STEJSKAL, Ladislav a STÁVKOVÁ, Jana. *Chování a rozhodování spotřebitele*. Brno: MSD, 2007. 102 s. ISBN 978-80-7392-013-5.

VĚRNÝ, Arsèn a DAUSES, Manfred A. *Evropské právo se zaměřením na rozhodovací praxi Evropského soudního dvora*. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, 1998. 447 s. ISBN 80-85864-41-X.

VEVERKA, Vladimír, ČAPEK, Jiří a BOGUSZAK, Jiří. *Základy teorie práva a právní filozofie*. Vyd. 1. Praha: Codex, 1996. 319 s. ISBN 80-85963-06-X.

ZDRAŽIL, Miloš. *O ochraně spotřebitele: praktická příručka se vzory a judikaturou*. Praha: Linde, 2000. 231 s. Právní rádce. ISBN 80-7201-240-1.

Spotřebitelská legislativa EU a její implementace do práva členského a kandidátského státu (na příkladu Francie a České republiky). Praha: CEFRES, 2001. 177 s. Cahiers du CEFRES; no. 27. ISBN 80-86311-11-2.

ZÁKONY:

Česko. Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. [cit. 2012-12-05] Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=1257>

Česko. Zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů. [cit. 2013-08-20] Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2189>

Česko. Zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů. [cit. 2012-12-05] Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2330>

Česko. Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů. [cit. 2013-08-20] Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2499>

Česko. Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů, [cit. 2012-12-05] Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2510>

Česko. Zákon č. 570/1991 Sb., o živnostenských úřadech, ve znění pozdějších předpisů. [cit. 2013-08-20] Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2521>

Česko. Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů. [cit. 2012-12-05] Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument6842.html>

Česko. Zákon č. 321/2001 Sb., o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru, ve znění pozdějších předpisů. [cit. 2013-02-08] Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument23234.html>

Česko. Zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů. [cit. 2013-08-20] Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=3880>

Česko. Zákon č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích, ve znění pozdějších. [cit. 2013-02-08] Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=4641>

Česko. Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. [cit. 2013-09-15] Dostupné z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>

Česko. Zákon 55/2010 Sb., kterým se mění některé zákony ke zkvalitnění jejich aplikace a ke snížení administrativní zátěže podnikatelů. [cit. 2013-02-08] Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument85049.html>

Francie. Code de la consommation. [cit. 2013-08-28] Dostupné z: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000006069565>

Francie. La loi du 1er juillet 1901 relative au contract d'association. [cit. 2013-08-28] Dostupné z: <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006069570>

Slovensko. Zákon č. 250/2007 Z. z., ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov. [cit. 2013-09-03] Dostupné z: http://jaspi.justice.gov.sk/jaspiw1/htm_zak/jaspiw_mini_zak_zobraz_clanok1.asp?kotva=k2&skupina=1

Slovensko. Zákon č. 128/2002 Z. z., o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa a o zmene a doplnení niektorých zákonov. [cit. 2013-09-03] Dostupné z: http://jaspi.justice.gov.sk/jaspiw1/htm_zak/jaspiw_mini_zak_zobraz_clanok1.asp?kotva=k2&skupina=1

Slovensko. Zákon č. 152/1995 Z. z., o potravinách. [cit. 2013-09-03] Dostupné z: http://jaspi.justice.gov.sk/jaspiw1/htm_zak/jaspiw_mini_zak_zobraz_clanok1.asp?kotva=k2&skupina=1

INTERNETOVÉ ZDROJE:

SALMON, Lester M. a Helmut K. ANHEIER. THE INTERNATIONAL CLASSIFICATION OF NONPROFIT ORGANIZATIONS: ICNPO-REVISION 1, 1996. In: *Working Papers of The Johns Hopkins Comarative Nonprofit Sector Project* [online]. 1996 [cit. 2013-10-05]. Dostupné z: <http://www.protectiamuncii.ro/ro/incpo.pdf>

FORST, Adam. 91443. „Transformace“ občanských sdružení na spolky dle nového občanského zákoníku. In: *EPravo.cz* [online]. 2013 [cit. 2013-09-05]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/clanky/tranformace-obcanskych-sdruzeni-na-spolky-dle-noveho-obcanskeho-zakoniku-91443.html>

Ochrana spotřebitele v EU a v ČR. Informační centrum EU [online]. 2012, [cit. 2013-10-07]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/article_494_cs.htm

Ochrana spotřebitele v Evropské unii: Deset hlavních zásad. In: *Ochrana spotřebitele v Evropské unii* [online]. 2005 [cit. 2012-11-17]. ISBN 9789279002007. Dostupné z: http://ec.europa.eu/consumers/cons_info/10principles/cz.pdf

KOPECKÁ, Hana. Ochrana spotřebitele. Euroskop.cz [online]. 2013, [cit. 2013-10-07]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/8969/sekce/ochrana-spotrebitele>

EU institutions and other bodies. *Europa* [online]. 2013 [cit. 2013-09-09]. Dostupné z: <http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/>

Evropský parlament. *Europa* [online]. 2013 [cit. 2013-09-10]. Dostupné z: http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/european-parliament/index_cs.htm

Konkurenceschopnost (vnitřní trh, průmysl, výzkum a vesmír). *Consilium* [online]. 2013 [cit. 2013-09-10]. Dostupné z: <http://www.consilium.europa.eu/policies/council-configurations/competitiveness?lang=cs>

Jaká mám práva jako spotřebitel na trhu EU?. Ochrana spotřebitelů [online]. 2012, [cit. 2013-10-07]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/index_cs.htm

Health and Consumers: Consumers. In: *EUROPA* [online]. 2013 [cit. 2013-08-17]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/consumers/empowerment/eccg_en.htm

Home. *Eurocoop* [online]. 2013 [cit. 2013-08-10]. Dostupné z: <http://www.eurocoop.org/en/>

Who we are. *Eurocoop* [online]. 2013 [cit. 2013-08-10]. Dostupné z: <http://www.eurocoop.org/en/euro-coop/who-we-are>

Euro Coop's position on the European Transparency Initiative and the Code of Conduct for interest representatives. In: *Microsoft Word - Euro Coop position on the European Transparency* [online]. 2013 [cit. 2013-08-10]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/transparency/consultation_code/docs/contrib/22_Euro_Coop.pdf

Our priorities. *Eurocoop* [online]. 2013 [cit. 2013-08-10]. Dostupné z: <http://www.eurocoop.org/en/euro-coop/our-priorities>

Governance structure. *Eurocoop* [online]. 2013 [cit. 2013-08-13]. Dostupné z: <http://www.eurocoop.org/en/euro-coop/governance-structure>

About us. Consumers International [online]. 2013, č. 1 [cit. 2013-08-20]. Dostupné z: <http://www.consumersinternational.org/who-we-are/about-us/>

Consumers International - Getting Funding. *Consumers International* [online]. 2013 [cit. 2013-08-20]. Dostupné z: <http://www.consumersinternational.org/our-members/member-support/getting-started/getting-funding/#.Uojqo-Ll5pF>

Consumers International – Our Work. *Consumers International* [online]. 2013 [cit. 2013-08-20]. Dostupné z: <http://www.consumersinternational.org/our-work/>

Consumers International – Who we are – How we're run. *Consumers International* [online]. 2013 [cit. 2013-08-20]. Dostupné z: <http://www.consumersinternational.org/who-we-are/governance-bodies/#.UojrwuLl5pE>

Consumers International – Contact us. *Consumers International* [online]. 2013 [cit. 2013-08-25]. Dostupné z: <http://www.consumersinternational.org/contact-us>

BEUC? BEUK? BOUIK? BEEEEOOK?. BEUC - The European Consumers' Organization [online]. 2013 [cit. 2013-09-07]. Dostupné z: <http://www.beuc.org/Content/Default.asp?PageID=855>

BEUC Executive. BEUC - The European Consumers' Organization [online]. 2013 [cit. 2013-09-07]. Dostupné z: <http://www.beuc.org/Content/Default.asp?PageID=1527>

Affiliation. BEUC - The European Consumers' Organization [online]. 2013 [cit. 2013-09-07]. Dostupné z: <http://www.beuc.org/Content/Default.asp?PageID=840>

A decade of consumer involvement in standardisation. ANEC [online]. 2005 [cit. 2013-09-16]. Dostupné z: <http://www.anec.eu/attachments/10%20yr%20anniversary%20leaflet.pdf>

What is ANEC?. ANEC [online]. 2013 [cit. 2013-09-16]. Dostupné z: <http://www.anec.eu/anec.asp?p=about-anec&ref=01-01>

Priorities. ANEC [online]. 2013 [cit. 2013-09-16]. Dostupné z: <http://www.anec.eu/anec.asp?p=priorities&ref=01-01.02-01>

Síť Evropských spotřebitelských center (Síť ESC nebo ECC-Net). Evropa [online]. 2011 [cit. 2013-10-07]. Dostupné z: http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/consumer_information/132048_cs.htm

O nás. *Evropské spotřebitelské centrum* [online]. 2013 [cit. 2013-10-07]. Dostupné z: <http://www.evropskyspotrebitel.cz/o-nas>

Výroční zpráva o činnosti Evropského spotřebitelského centra za rok 2005. In: *Evropské spotřebitelské centrum pro ČR* [online]. 2006 [cit. 2013-10-07]. Dostupné z: <http://www.evropskyspotrebitel.cz/files/vyrocní-zprava-esc-2005.pdf>

European Consumer Centres Network. *ECC-Net* [online]. 2013 [cit. 2013-10-07]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/consumers/ecc/about_ecc_en.htm

Ústřední ředitel. *ČOI*, [online]. 2013 [cit. 2013-09-15]. Dostupné z: <http://www.coi.cz/cz/o-coi/ustreni-reditel/>

Seznam úspěšných projektů v rámci výběrového dotačního řízení na rok 2013. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2012 [cit. 2013-10-20]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument118754.html>

Výběrové dotační řízení pro rok 2014 v oblasti ochrany spotřebitele. *Ministerstvo průmyslu a obchodu*. 2013. [cit. 2013-10-20] Dostupné z: <download.mpo.cz/get/49211/55449/603661/priloha005.doc>

Členské organizace Spotřebitelského poradního výboru. *Ministerstvo průmyslu a obchodu*, [online]. 2013 [cit. 2013-11-24]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument94002.html>

Statut Spotřebitelského poradního výboru. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2011 [cit. 2013-10-20]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument90856.html>

SČS - Úvod. *Sdružení českých spotřebitelů* [online]. 2013 [cit. 2013-10-14]. Dostupné z: <http://www.konzument.cz/index.php>

SČS - Regionální kontaktní místa. *Sdružení českých spotřebitelů* [online]. 2013 [cit. 2013-10-15]. Dostupné z: <http://konzument.cz/spotrebitel-v-kraji/kontaktni-mista.php>

SČS – Spokojený spotřebitel v krajích. *Sdružení českých spotřebitelů* [online]. 2013 [cit. 2013-10-15]. Dostupné z: <http://www.konzument.cz/spotrebitel-v-kraji.php>

SČS – Podání. *Sdružení českých spotřebitelů* [online]. 2013 [cit. 2013-10-20]. Dostupné z: <http://www.konzument.cz/reseni-sporu/poradenstvi-scs/podani.php>

Podepsat můžeš, přečíst musíš!. *Podepsat můžeš, přečíst musíš!* [online]. 2009 [cit. 2013-10-20]. Dostupné z: <http://www.vaspodpis.cz/index.php>

Úvod. *Podvody v e-bankovníctví* [online]. 2009 [cit. 2013-10-20]. Dostupné z: <http://www.prevencepodvodu.cz/index.php>

Úvodní stránka. *Kabinet pro standardizaci* [online]. 2013 [cit. 2013-10-20]. Dostupné z: <http://www.top-normy.cz/>

O dTestu. *dTest*, [online]. 2013 [cit. 2013-09-13]. Dostupné z: <http://www.dtest.cz/clanek-2/o-dtestu>

Podmínky spotřebitelského poradenství. *dTest*, [online]. 2013 [cit. 2013-09-13]. Dostupné z: <http://www.dtest.cz/clanek-1598/podm%C3%ADnky-spotrebitelskeho-poradenstvi>

Jak testujeme. *dTest*, [online]. 2013 [cit. 2013-09-13]. Dostupné z: <http://www.dtest.cz/clanek-94/jak-testujeme>

Webináře pro podnikatele. *dTest*, [online]. 2013 [cit. 2013-09-13]. Dostupné z: <http://www.dtest.cz/clanek-2298/webinar>

Kurzy. *dTest*, [online]. 2013 [cit. 2013-09-13]. Dostupné z: <http://dtest.cz/clanek-826/kurzy>

Asociace občanských poraden. *Asociace občanských poraden*, [online]. 2013 [cit. 2013-09-16]. Dostupné z: <http://www.obcanskeporadny.cz/>

Oblasti občanského poradenství. *Asociace občanských poraden*, [online]. 2013 [cit. 2013-09-16]. Dostupné z: <http://www.obcanskeporadny.cz/oblasti-obcanskeho-poradenstvi/>

Služby pro podnikatele. *SOS*, [online]. 2011 [cit. 2012-11-16]. Dostupné z: <http://www.spotrebitele.info/sluzbypropodnikatele/saop.html>

Vaše práva. *SOS*, [online]. 2011 [cit. 2012-11-20]. Dostupné z: [http://www.spotrebitele.info/vase-prava/karticka256d.html?als\[KID\]=2340705](http://www.spotrebitele.info/vase-prava/karticka256d.html?als[KID]=2340705)

Úvod. *SOS*, [online]. 2011 [cit. 2012-11-20]. Dostupné z: <http://spotrebitele.info>

Sdružení obrany spotřebitelů padlo do insolvence. *Česká televize* [online]. 2010 [cit. 2013-10-20]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/106613-sdruzeni-obrany-spotrebitelu-padlo-do-insolvence/>

KLIMÁNKOVÁ, Gabriela. Sdružení obrany spotřebitelů je v insolvenci, je předlužené. *Měsíc.cz* [online]. 2010 [cit. 2013-11-20]. Dostupné z: <http://www.mesec.cz/aktuality/sdruzeni-obrany-spotrebitelu-je-v-insolvenci/>

Elektronické poradenství. *Sdružení ochrany spotřebitelů* [online]. 2013 [cit. 2013-10-20]. Dostupné z: <http://www.asociace-sos.cz/elektronicke-poradenstvi/>

O nás. *Sdružení ochrany spotřebitelů* [online]. 2013 [cit. 2013-09-20]. Dostupné z: <http://www.asociace-sos.cz/o-nas-2/>

GOS. *Sdružení ochrany spotřebitelů* [online]. 2013 [cit. 2013-09-20]. Dostupné z: <http://www.asociace-sos.cz/gos/>

Poradny. *Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska* [online]. 2013 [cit. 2013-09-20]. Dostupné z: <http://www.sos-msk.cz/clanky/poradny/>

Aktuality. *Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska* [online]. 2013 [cit. 2013-09-20]. Dostupné z: <http://www.sos-msk.cz/clanky/aktuality/>

Proč být členem. *Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska* [online]. 2013 [cit. 2013-09-20]. Dostupné z: <http://www.sos-msk.cz/clanky/o-nas/clenstvi/proc-byt-clenem/>

Logo OK obchodní podmínky. *Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska* [online]. 2013 [cit. 2013-09-20]. Dostupné z: <http://www.sos-msk.cz/clanky/ok-podminky/logo-ok-obchodni-podminky/>

O nás. *Spotřebitel.net* [online]. 2013 [cit. 2013-09-25]. Dostupné z: <http://spotrebitel.net/o-nas>

Úvodní seznámení. *Spotřebitel.net* [online]. 2013 [cit. 2013-09-25]. Dostupné z: <http://spotrebitel.net/benefity-pro-cleny/vyhody-clenstvi>

Test obchodních podmínek. *Spotřebitel.net* [online]. 2013 [cit. 2013-09-25]. Dostupné z: <http://spotrebitel.net/top>

Kontakty. *Spotřebitel.net* [online]. 2013 [cit. 2013-09-25]. Dostupné z: <http://spotrebitel.net/kontakty>

Dotazy z poradny. *Spotřebitel.net* [online]. 2013 [cit. 2013-09-25]. Dostupné z: <http://spotrebitel.net/poradna/vlojit-dotaz-online>

Naše brožury. *Spotřebitel.net* [online]. 2013 [cit. 2013-09-25]. Dostupné z: <http://spotrebitel.net/nase-brozury>

Hledání. *Český rozhlas* [online]. 2013 [cit. 2013-11-04]. Dostupné z: <http://hledani.rozhlas.cz/?query=spot%C5%99ebitel.net>

Spotřebitel net v médiích. *Spotřebitel.net* [online]. 2013 [cit. 2013-09-25]. Dostupné z: <http://spotrebitel.net/o-nas/spotrebitel-net-v-mediich>

Semináře. *Spotřebitel.net* [online]. 2013 [cit. 2013-10-25]. Dostupné z: <http://spotrebitel.net/seminare>

Online kurzy. *Spotřebitel.net* [online]. 2013 [cit. 2013-10-25]. Dostupné z: <http://spotrebitel.net/spotrebitelske-vzdelavani/online-kurzy>

Stanovy. *Spotřebitel.net* [online]. 2013 [cit. 2013-19-25]. Dostupné z: <http://www.spotrebitel.net/o-nas/stanovy>

Výběrové dotační řízení pro rok 2014 v oblasti ochrany spotřebitele. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2013 [cit. 2013-11-20]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument143532.html>

Výhodné předplatné časopisu dTest. *dTest* [online]. 2013 [cit. 2013-11-20]. Dostupné z: <http://www.dtest.cz/clanek-1513/moznosti-predplatneho#nabidka>

FRANCE. In: *FRANCE* [online]. 2013 [cit. 2013-09-17]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/consumers/empowerment/docs/FR_web_country_profile.pdf

Qui sommes nous?. *Conso.net*, [online]. 2013 [cit. 2013-11-24]. Dostupné z: [http://www.conso.net/page/bases.13_qui_sommes_nous./](http://www.conso.net/page/bases.13_qui_sommes_nous/)

Status & Missions. *Commission de la sécurité des consommateurs* [online]. 2010 [cit. 2013-09-17]. Dostupné z: <http://www.securiteconso.org/la-csc/statut-missions/>

Autorité de la concurrence - Missions. *Autorité de la concurrence* [online]. 2013 [cit. 2013-09-17]. Dostupné z: http://www.autoritedelaconcurrence.fr/user/standard.php?id_rub=12

Présentation - Autorité des marchés financiers. *Autorité des marchés financiers* [online]. 2013 [cit. 2013-09-17]. Dostupné z: <http://www.amf-france.org/L-AMF/Missions-et-competences/Presentation.html>

Les associations de consommateurs. *Conso.net*, [online]. 2013 [cit. 2013-11-24]. Dostupné z: http://www.conso.net/images_publications/Guide_associations_consommateurs_2013.pdf

UFC-Que Choisir. *Que Choisir* [online]. 2013 [cit. 2013-09-17]. Dostupné z: <http://www.quechoisir.org/1-association/ufc-que-choisir-ufc-que-choisir-qui-sommes-nous>

Notre histoire et nos valeurs. *CLCV*, [online]. 2013 [cit. 2013-11-24]. Dostupné z: <http://www.clcv.org/pages/notre-histoire-et-nos-valeurs.html>

Notre gouvernance. *CLCV*, [online]. 2013 [cit. 2013-11-24]. Dostupné z: <http://www.clcv.org/pages/notre-gouvernance.html>

SLOVAKIA. In: *SLOVAKIA* [online]. 2013 [cit. 2013-09-20]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/consumers/overview/country_profile/SK_web_country_profile_sk.pdf

MH SR - Kontakty na spotrebiteľské združenia. *Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky* [online]. 2009 [cit. 2013-09-20]. Dostupné z: <http://www.economy.gov.sk/kontakty-na-spotrebiteleske-zdruzenia-5933/127618s>

Evidence of Civil Associations. *Evidence of Civil Associations* [online]. 2013 [cit. 2013-09-20]. Dostupné z: <http://www.ives.sk/registre/hladatoz.do>

O nás. *Združenie slovenských spotrebiteľov* [online]. 2013 [cit. 2013-09-20]. Dostupné z: <http://www.zss.sk/o-nas>

Stanovy. *Združenie slovenských spotrebiteľov*, [online]. 2013 [cit. 2013-10-25]. Dostupné z: <http://www.zss.sk/-o-nas/stanovy>

Stanovy Asociácie spotrebiteľských subjektov Slovenska. *Asociácia spotrebiteľských subjektov Slovenska* [online]. 2013 [cit. 2013-09-22]. Dostupné z: <http://www.spotrebitelinfo.sk/index.php/informujme/73-stanovy-asociacie-spotrebiteleskych-subjektov-slovenska>

TEST - magazín. *TEST - magazín* [online]. 2013 [cit. 2013-10-01]. Dostupné z: <http://www.test-magazin.sk>

TEST - magazín. *TEST - magazín* [online]. 2013 [cit. 2013-10-01]. Dostupné z: <http://www.test-magazin.sk/tv.php>

O nás. *Združenie občianskej sebaobrany* [online]. 2013 [cit. 2013-10-01]. Dostupné z: <http://slovenskyspotrebiteľ.sk/o-nas/>

ASU – O ASU. *ASU* [online]. 2013 [cit. 2013-10-01]. Dostupné z: <http://www.asu.sk/indexsk.htm>

ASU. *ASU* [online]. 2013 [cit. 2013-11-01]. Dostupné z: <http://www.asu.sk/>

OSTATNÍ ZDROJE:

Výroční zpráva o činnosti Sdružení českých spotřebitelů, o.s. za rok 2007. *Sdružení českých spotřebitelů*, [online]. 2008 [cit. 2013-03-06]. Dostupné z: <http://konzument.cz/users/files/oscscs/VyroczZprava2007.pdf>

Výroční zpráva o činnosti Sdružení českých spotřebitelů, o.s. za rok 2009. *Sdružení českých spotřebitelů*, [online]. 2010 [cit. 2013-03-06]. Dostupné z: <http://konzument.cz/users/files/oscscs/VyroczZprava2009.pdf>

Výroční zpráva o činnosti Sdružení českých spotřebitelů, o.s. za rok 2010. *Sdružení českých spotřebitelů*, [online]. 2011 [cit. 2013-03-06]. Dostupné z: http://konzument.cz/users/files/oscscs/VyroczZprava2010_SCS.pdf

Výroční zpráva o činnosti Sdružení českých spotřebitelů, o.s. za rok 2011. *Sdružení českých spotřebitelů*, [online]. 2012 [cit. 2013-03-06]. Dostupné z: http://konzument.cz/users/files/oscscs/VyroczZprava2011_SCS-fi_czen_corr.pdf

Výroční zpráva 2002. *Asociace občanských poraden*, [online]. 2003 [cit. 2013-03-08]. Dostupné z: http://www.obcanskeporadny.cz/images/stories/Ke_stazeni-verejne/Vyrocnizpravy/vyrocnizprava_aop_2002_komplet.pdf

Výroční zpráva 2003. *Asociace občanských poraden*, [online]. 2004 [cit. 2013-03-08]. Dostupné z: http://www.obcanskeporadny.cz/images/stories/Ke_stazeni-verejne/Vyrocnizpravy/vyrocnizprava_aop_2003_komplet.pdf

Výroční zpráva 2004. *Asociace občanských poraden*, [online]. 2005 [cit. 2013-03-08]. Dostupné z: http://www.obcanskeporadny.cz/images/stories/Ke_stazeni-verejne/Vyrocnizpravy/VZ-2004_final-duo-1.pdf

Výroční zpráva 2005. *Asociace občanských poraden*, [online]. 2006 [cit. 2013-03-08]. Dostupné z: http://www.obcanskeporadny.cz/images/stories/Ke_stazeni-verejne/Vyrocnizpravy/vyrocnizprava_aop_2005_komplet.pdf

Výroční zpráva 2006. *Asociace občanských poraden*, [online]. 2007 [cit. 2013-03-08]. Dostupné z: http://www.obcanskeporadny.cz/images/stories/Ke_stazeni-verejne/Vyrocnizpravy/vyrocnizprava_aop_2006_komplet.pdf

Výroční zpráva 2007. *Asociace občanských poraden*, [online]. 2008 [cit. 2013-03-08]. Dostupné z: http://www.obcanskeporadny.cz/images/stories/Ke_stazeni-verejne/Vyrocnizpravy/VZ_2007.pdf

Výroční zpráva 2008. *Asociace občanských poraden*, [online]. 2009 [cit. 2013-03-08]. Dostupné z: http://www.obcanskeporadny.cz/images/stories/Ke_stazeni-verejne/Vyrocnizpravy/Vron_zprva.pdf

Výroční zpráva 2009. *Asociace občanských poraden*, [online]. 2010 [cit. 2013-03-08]. Dostupné z: http://www.obcanskeporadny.cz/images/stories/Ke_stazeni-verejne/Vyrocnizpravy/Vron_zprva_2009.pdf

Výroční zpráva 2010. *Asociace občanských poraden*, [online]. 2011 [cit. 2013-03-08]. Dostupné z: http://www.obcanskeporadny.cz/images/stories/Ke_stazeni-verejne/Vyrocnizpravy/vz_aopCJ.pdf

Výroční zpráva 2011. *Asociace občanských poraden*, [online]. 2012 [cit. 2013-03-08]. Dostupné z: http://www.obcanskeporadny.cz/images/stories/Ke_stazeni-verejne/Vyrocní_zpravy/Výroční_zpráva_2011.pdf

Výroční zpráva 1999. *Sdružení obrany spotřebitelů*, [online]. 2000 [cit. 2012-11-18]. Dostupné z: <http://www.spotrebitele.info/vz1999.pdf>

Výroční zpráva 2000. *Sdružení obrany spotřebitelů*, [online]. 2001 [cit. 2012-11-18]. Dostupné z: <http://www.spotrebitele.info/vz2000.pdf>

Výroční zpráva 2001. *Sdružení obrany spotřebitelů*, [online]. 2002 [cit. 2012-11-18]. Dostupné z: <http://www.spotrebitele.info/vz2001.pdf>

Výroční zpráva 2002. *Sdružení obrany spotřebitelů*, [online]. 2003 [cit. 2012-11-18]. Dostupné z: <http://www.spotrebitele.info/vz2002.pdf>

Výroční zpráva 2003. *Sdružení obrany spotřebitelů*, [online]. 2004 [cit. 2012-11-18]. Dostupné z: <http://www.spotrebitele.info/vz2003.pdf>

Výroční zpráva 2004. *Sdružení obrany spotřebitelů* [online]. 2005 [cit. 2012-11-18]. Dostupné z: <http://www.spotrebitele.info/vz2004.pdf>

Výroční zpráva 2005. *Sdružení obrany spotřebitelů*, [online]. 2006 [cit. 2012-11-18]. Dostupné z: <http://www.spotrebitele.info/vz2005.pdf>

Výroční zpráva 2006. *Sdružení obrany spotřebitelů*, [online]. 2007 [cit. 2012-11-18]. Dostupné z: <http://www.spotrebitele.info/vz2006.pdf>

Výroční zpráva 2007. *Sdružení obrany spotřebitelů*, [online]. 2008 [cit. 2012-11-18]. Dostupné z: <http://www.spotrebitele.info/vz2007.pdf>

Výroční zpráva 2008. *Sdružení obrany spotřebitelů*, [online]. 2009 [cit. 2012-11-18]. Dostupné z: <http://www.spotrebitele.info/vz2008.pdf>

Výroční zpráva 2012. *Sdružení obrany spotřebitelů JmK*, [online]. 2013 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://www.asociace-sos.cz/wp-content/uploads/Vyrocní-zprava-2012-pdf1.pdf>

Výroční zprávy Občanského sdružení spotřebitelů z let 2007 až 2012 byly zaslány na základě žádosti na e-mailovou adresu autorky

Telefonické rozhovory s organizacemi Sdružení českých spotřebitelů, Občanské sdružení spotřebitelů TEST, Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska, Spotřebitel net

8 Seznam použitých zkratek

ANEC Evropská asociace pro koordinaci zastoupení spotřebitelů při normalizaci

AOP Asociace občanských poraden

BEUC Svaz evropských spotřebitelů

CI Consumer International

CLCV Confédération de la Consommation, du Logement et du Cadre de Vie

ČOI Česká obchodní inspekce

ČR Česká republika

DGCCRF Generální ředitelství pro konkurenci, spotřebu a postih podvodů

ECCG Evropská poradní skupina spotřebitelů

ECC-Net Síť evropských spotřebitelských center

EFTA Evropské sdružení volného obchodu

EHS Evropské hospodářské společenství

ES Evropské společenství

ESC Síť evropských spotřebitelských center pro Českou republiku

EU Evropská unie

KM Kontaktní místa

MH Ministerstvo hospodářství

MPO Ministerstvo průmyslu a obchodu

MV Ministerstvo vnitra

OP Občanské poradny

RKM Regionální kontaktní místa

SČS Sdružení českých spotřebitelů

SIC Spotřebitelská informační centra

SOI Slovenská obchodní inspekce

SOS Sdružení obrany spotřebitelů

SOS JmK Sdružení obrany spotřebitelů Jihomoravského kraje

SOS MaS Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska

SPV Spotřebitelský poradní výbor

SZPI Státní zemědělská a potravinářská inspekce

UFC Union Fédérale des Consommateurs

ZSS Združenie slovenských spotrebiteľov

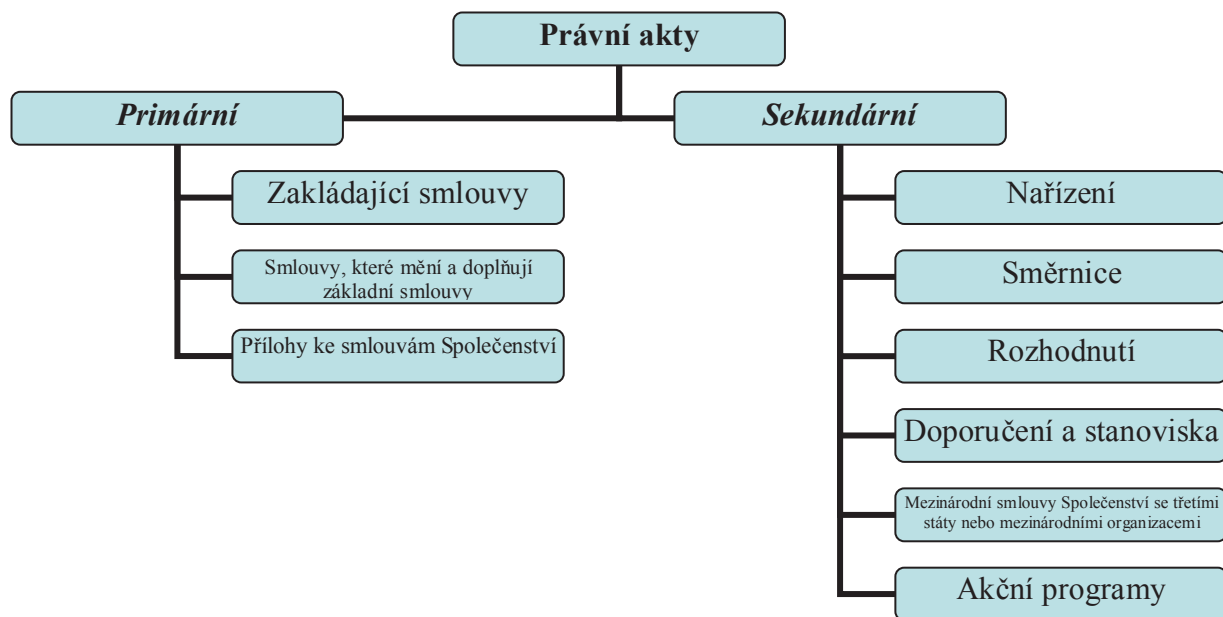
9 Přílohy

Příloha č. 1: Srovnání struktury neziskové činnosti v klasifikaci ICNPO, COPNI a OKEČ - ČR

| Srovnání struktury neziskové činnosti v klasifikaci ICNPO, COPNI a OKEČ - ČR | | |
|---|--|---|
| Mezinárodní klasifikace neziskových organizací ICNPO | Systém klasifikace netržních činností OSN - COPNI COPNI | Odvětvová klasifikace nevýrobních ekonomických činností OKEČ - ČR |
| 1. Kultura, sport a volný čas 2. Vzdělávání a výzkum 3. Zdravotnictví 4. Sociální služby 5. Přírodní a životní prostředí 6. Komunitní rozvoj a bytové hospodářství 7. Občanskoprávní osvěta a politické organizace 8. Filantropie 9. Nadace mezinárodní 10. Náboženství a církve 11. Odbory a profesní spolky 12. Nespecifikované činnosti | 1. Rekreční, kulturní služby 2. Vzdělávací služby, výzkum 3. Služby zdravotnické 4. Sociální služby 5. Církevní služby 6. Organizace profesní, odborářské a občanská sdružení 7. Ostatní služby, smíšené a nespecifikované | 92. Rekreční, kulturní a sportovní činnost 80. Školství 73. Výzkum 85.1 Zdravotnictví 85.3 Sociální služby 75. Kolektivní a individuální speciální služby a soc. politiky 91. Činnost společenských organizací (odbory, politické strany, církve a profesní spolky) 93. Ostatní osobní služby |

Zdroj: FRIC., P. a kol. Neziskový sektor v ČR: výsledky mezinárodního srovnávacího projektu Johns Hopkins University, str. 136

Příloha č. 2: Přehled právních aktů v Evropské unii



Zdroj: VĚRNÝ, A., DAUSES, M. A., Evropské právo se zaměřením na rozhodovací praxi Evropského soudního dvora, s. 76-81

Příloha č. 3: Deset základních pravidel z roku 2005

1. Nakupujte co chcete, kde chcete

V rámci EU se spotřebitel nemusí starat o placení cla nebo dodatečného DPH po vrácení se domů či v případě objednávky prostřednictvím internetu, pošty nebo telefonu. (Výjimky dovozu střelných zbraní či morálně urážlivých předmětů.)

2. Pokud je zboží vadné, vraťte ho

Po dobu až dvou let od zakoupení zboží lze toto zboží, pokud nesplňuje podmínky smlouvy, vrátit či požadovat jeho opravu, výměnu, slevu či vrácení celé částky.

3. Vysoké standardy v oblasti bezpečnosti potravin

Směrnice EU, které se týkají oblasti bezpečnosti potravin, upravují způsob produkci potravin, postupy jejich zpracování, použití barviv a přísad a prodej. Regulují také bezpečnost potravin dovážených od obchodních partnerů z ostatních částí světa.

4. Informujte se o tom, co jíte

Dle právních aktů EU o označování potravin musejí být na obale uvedeny všechny informace o složkách, které byly použity ve výrobě, včetně použitých barviv, konzervačních prostředků, sladidlech a jiných použitých látek. Pokud by potravina obsahovala i velmi malé množství alergenů (například ořechů), tato informace musí být na obale také označena.

5. Smlouvy musí být vůči zákazníkům férové

Nečestné smlouvy (například drobně tištěný text s textem, že zaplacená záloha není vratná, i když firma zboží nedoručí, či že smlouvu lze zrušit je po zaplacení přehnaného stornovacího poplatku) jsou podle právních aktů EU zakázané.

6. Spotřebitelé mohou někdy měnit svá rozhodnutí

Právní akty EU také chrání před podomním obchodem tím, že kupní smlouva lze zrušit do sedmi dnů od jejího podepsání. Jsou ale také výjimky, které se týkají pojistných smluv a v některých zemích EU při nákupu do 60 eur.

Dále se to týká také nákupů prostřednictvím internetu, poštovních objednávek, telefonního prodeje či jiných obchodů na dálku. Kupní smlouva lze také zrušit do sedmi dnů (u některých finančních služeb do čtrnácti dnů) bez udání důvodu.

7. Možnost jednoduššího porovnávání cen

Obchody dle EU musejí uvádět u zboží „jednotkovou cenu“, tedy za např. cenu za jeden kilogram či litr. Firmy s finančními službami mají uvádět informace ve standardizované formě.

8. Spotřebitelé nemají dostávat zavádějící informace

Je zakázána reklama, která mylně informuje nebo obelhává spotřebitele. (Jedná se například o vynucení objednávky prostřednictvím dopisu s gratulací k výhře.)

9. Ochrana spotřebitele během dovolené

Cestovní kanceláře musejí dodržovat některá pravidla. Jedná se například o zajištění cesty domů z dovolené při krachu cestovní kanceláře, nabídnutí náhrady za službu, která nebyla v rámci popisu zájezdu splněna, o možnosti zrušení zájezdu v případě nevědomého zvýšení ceny či změny místa pobytu.

10. Účinné urovnávání přeshraničních sporů

Zákazníci dle hlavních zásad evropské spotřebitelské politiky jsou jako „hlavní odpovědní hospodářské subjekty na vnitřním trhu. Spotřebitelům musí být umožněno rozhodovat o nákupu produktů a služeb na základě informací, které dostanou.“ Spotřebitelé musejí mít důvěru v nejuvhodnějším nákupu kdekoliv v Evropě.

Zdroj: Ochrana spotřebitele v Evropské unii: Deset hlavních zásad. In: Ochrana spotřebitele v Evropské unii [online]. 2005 [cit. 2012-11-17]. ISBN 9789279002007. Dostupné z: http://ec.europa.eu/consumers/cons_info/10principles/cz.pdf

Příloha č. 4: Členové European Community of Consumer Cooperatives (Euro Coop)

| European Community of Consumer Cooperatives - EURO COOP | | | |
|--|--|--------------|-----------------------------|
| Země | Název organizace | Sídlo | Internetový odkaz |
| Bulharsko | Central Cooperative Union | Sofia | www.ccu-gb.com |
| Česká republika | Union of Czech and Moravian Consumer Cooperatives | Praha | www.skupina.coop/cz/ |
| Dánsko | Faellesfoeningen for Danmarks Brugsforeninger | Albertslund | www.fdb.dk |
| Estonsko | Eesti Tarbijateühistute Keskühistu | Tallinn | www.etk.ee |
| Finsko | Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta | Helsinky | www.s-kanava.fi |
| Itálie | Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori-COOP | Řím | www.e-coop.it |
| Izrael | Co-op Izrael | Jeruzalém | www.coop-israel.co.il |
| Kypr | Union of Limassol co-operative societies and | Limassol | www.eands.com.cy |
| Maďarsko | National Federation of Consumer Co-operatives and Trade Associations | Budapešť | www.afeosz.hu |
| Německo | Zentralverband deutscher Konsumgenossenschaften e.V. | Hamburg | www.zdk.coop |
| Nizozemsko | Coop Nederland u.a. | Velp | www.coop.nl |
| Norsko | Coop Norge SA. | Oslo | www.coop.no |
| Portugalsko | Federação Nacional Das Cooperativas de Consumidores | Lisabon | www.consumo-pt.coop |
| Rumunsko | National Union of Consumer Co-operatives | Bukurešť | www.centrocoop.com |
| Slovensko | COOP Jednota Slovensko | Bratislava | www.coop.sk |
| Španělsko | Confederacion Espanola de Cooperativas de Consumidores y Usuarios | Madrid | www.hispacoop.es |
| Švédsko | Kooperativa Förbundet | Stockholm | www.kf.se |
| Ukrajina | Central Union of Consumer Societies of Ukraine | Kyjev | www.coop.com.ua |
| Velká Británie | The Co-operative Group | Manchester | www.co-operative.coop |

Zdroj: Member list. EUROCOOP. [online] 2013 [cit. 2013-10-29]. Dostupné z: <http://www.eurocoop.org/en/members/member-list>

Příloha č. 5: Spotřebitelské organizace se členstvím v BEUC

| Svaz evropských spotřebitelů - BEUC | | | | |
|-------------------------------------|---|--------------|-------------------|--|
| Země | Název organizace | Sídlo | Členství | Internetový odkaz |
| Rakousko | Verein für Konsumenteninformation – VKI | Vídeň | Řádné | www.konsument.at |
| Rakousko | Arbeterkammer – AK | Vídeň | Přidružené | www.akwien.at |
| Belgie | Test-Achats/ Test-Aankoop | Brusel | Řádné | www.test-achats.be/www.test-aankoop.be |
| Bulharsko | Bulgarian National Association Active Consumers – BNAAC | Sofie | Řádné | www.akivnipotrebiteli.org |
| Kypr | Cyprus Consumers' Association | Nicosia | Řádné | www.cyprusconsumers.org.cy |
| Česká republika | Czech Association od cosnumers TEST | Praha | Přidružené | www.dtest.cz |
| Dánsko | ForbrugerrIdet – FR | Kodaň | Řádné | www.taenk.dk |
| Estonsko | Estonian Cosnumers Union – ETL | Talián | Řádné | www.tarbujakaitse.ee |
| Finsko | Kuluttajaliitto - Konsumentförbundet ry | Helsinky | Řádné | www.kuluttajaliitto.fi |
| Finsko | Kilpailu - ja kuluttajavirasto – KKV | Helsinky | Přidružené | www.kky.fi |
| Makedonie | Consumers' Organisation od Macedonia – OPM | Vyroj | Přidružené | www.opm.org.mk |
| Francie | UFC - Que Choisir | Paříž | Řádné | www.quechoisir.org |
| Francie | Consommation, Logement et Cadre de Vie – CLCV | Paříž | Řádné | www.clcv.org |
| Německo | Verbraucherzentrale Bundesverband – vzav | Berlín | Řádné | www.vzvb.de |
| Německo | Stiftung Warentest | Berlín | Přidružené | www.stiftung-warentest.de |
| Řecko | Association dor the Quality of Life - E.K.PI.ZO | Athény | Řádné | www.ekpizo.gr |
| Řecko | Consumers' Protection Center – KEPKA | Thessaloniki | Řádné | www.kepka.org |
| Maďarsko | National Association dor Cosnumers Protection in Hungary – NACPH | Budapešť | Řádné | www.ofe.hu |
| Maďarsko | National Federation od Associations for Consumer Protection in Hungary – NFACPH | Budapešť | Přidružené | www.feosz.hu |

| Země | Název organizace | Sídlo | Členství | Internetový odkaz |
|----------------|--|--------------|-----------------|----------------------------------|
| Island | Neytendasamtokin | Reykavík | Řádné | www.ns.is |
| Irsko | Consumers' Association of Ireland – CAI | Dublin | Řádné | www.consumerassociation.ie |
| Itálie | Altroconsumo | Miláno | Řádné | www.altroconsumo.it |
| Itálie | Consumatori Italiani per l'Europa – CIE | Miláno | Přidružené | www.cie-europa.eu |
| Lotyšsko | Latvian National Association for Consumer Protection – LPIAA | Riga | Řádné | www.pateretajs.lv |
| Litva | Alliance od Lithuanina Consumer Organistions | Vilnius | Přidružené | |
| Lucembursko | Union Luxembourgaise des Consommateurs – ULC | Howald | Řádné | www.ulc.lu |
| Malta | Ghaqda tal-Konsumaturi - CA Malta | Valletta | Řádné | www.camalta.org |
| Nizozemsko | Consumentenbond – CB | Ba den Haag | Řádné | www.consumentenbond.nl |
| Norsko | Forbrukerridet - FR – NO | Oslo | Řádné | www.forbrukerradet.no |
| Portugalsko | Assiciacao Portuguesa. Para a Defesa do Consumidor – DECO | Lisabon | Řádné | www.sdeco.proteste.pt |
| Polsko | Polish Consumer Federation National Council | Varšava | Řádné | www.federacja-konsumentow.org.pl |
| Polsko | Association od Polish Consumers | Varšava | Řádné | www.skp.pl |
| Rumunsko | Association for Consumers' Protection –APC | Bukurešť | Řádné | www.apc-romania.ro |
| Slovensko | ZSS - Association od Slovak Consumers | Bratislava | Řádné | www.zss.sk |
| Slovinsko | Zveza Potrošnikov Slovenije – ZPS | Ljubljana | Řádné | www.zps.si |
| Španělsko | Confederaión de Consumidores y Usurios – CECU | Madrid | Řádné | www.cecuc.es |
| Španělsko | Organizaci3n de Consumidores y Usuarios – OCU | Madrid | Řádné | www.ocu.org |
| Švédsko | The Swedish Consumers' Association | Stockholm | Řádné | www.sverigeskonsumenter.se |
| Švýcarsko | Fédérati3n Romande des Concommateurs – FRC | Lausanne | Přidružené | www.frc.ch |
| Velká Británie | Which? | Londýn | Řádné | www.which.co.uk |
| Velká Británie | Consumer Futurem | Londýn | Řádné | www.consumerfutures.org.uk |

Zdroj: Members. BEUC. [online] 2013[cit. 2012-11-05]. Dostupné z: <http://www.beuc.org/Content/Default.asp?PageID=839>

Příloha č. 6: Členové Valného shromáždění ANEC 2011 - 2015

| Země | Název organizace, jejichž člen zasedá ve Valném shromáždění | Sídlo organizace | Internetový odkaz |
|------------------------|--|-------------------------|--|
| Belgie | CRIOC – OIVO | Brusel | www.oivo-crioc.org |
| Bulharsko | Univerityof National and World Economy | Sofia | X |
| Česká republika | <i>Czech Consumer Association (Sdružení českých spotřebitelů)</i> | <i>Praha</i> | <i>www.konzument.cz</i> |
| Dánsko | Forbrugerradet | Konehavn | www.fbr.dk |
| EFTA-CC | The Consumer Council of Norway | Oslo | www.forbrukerradet.no |
| Estonsko | Estonian Consumers Union | Tallinn | X |
| Finsko | Finnish Consumer Agency | Helsinki | www.kuluttajavirasto.fi |
| Francie | Association Léo Lagranhe pour la Défense des Consommateurs | Pantin | www.leolagrange-conso.org |
| Chorvatsko | Potrošac - Croationa Union of the Consumer | Záhřeb | www.potrosac.hr |
| Irsko | The Consumers' Association of Ireland | Dublin | www.consumerassociation.ie |
| Island | The Consumes' Association od Iceland | Raykjavik | www.ns.is |
| Itálie | Altroconsumo | Miláno | www.altroconsumo.it |
| Kypr | Bude jmenována | | |
| Lotyšsko | Latvian National Association for Consumer | Riga | www.pateretajs.lv |
| Litva | Vilnius House Owners Communities' Association | Vilnius | X |
| Lucembursko | Bude jmenována | | |
| Maďarsko | The National Association for Consumer Protection in Hungary | Budapešť | www.ofe.hu |
| Malta | Consumers Association Malta | | www.camalta.org.mt |
| Německo | Stiftung Warentest | Berlin | www.test.de |
| Nizozemí | Consumentenbond | Hague | www.consumentenbond.nl |
| Norsko | Forbrukerrådet /The Consumer Council of Norway | Oslo | www.forbrukerradet.no |

| Země | Název organizace, jejichž člen zasedá ve Valném shromáždění | Sídlo organizace | Internetový odkaz |
|---------------------------------------|--|-------------------------|--|
| Polsko | Association of Polish Consumers | Varšava | www.skp.pl/eng/ |
| Portugalsko | Bude navržena | | |
| Rakousko | ASI Consumer Council | Vídeň | www.verbraucherrat.at |
| Rumunsko | National Association for Consumer Protection and Promotion of Programs and Strategies from Romania | Bukurešť | www.consumers-protection.ro |
| Slovensko | Association of Slovak Consumers | Bratislava | www.zss.sk |
| Slovinsko | Slovene Consumers' Association | Ljubljana | www.zos.si |
| Španělsko | Confederacion de Consumidores y Usuarios | Madrid | www.cecuc.es |
| Švédsko | The Swedish Consumers' Association | Stockholm | www.sverigeskonsumenter.se |
| Švýcarsko | Fédération Romande des Consommateurs | Lausanne | www.frc.ch |
| Velká Británie | National Consumer Federation | Molesey | www.nfcg.org.uk |
| Accession countries | | | |
| Former Yugoslav Republic of Macedonia | Consumers Organisation of Macedonia | Skopje | http://www.opm.org.mk/ |
| Turecko | Federation of Consumer Associations | Ankara | http://www.tudef.org.tr/ |

Zdroj: Members. ANEC. [online] 2013 [cit. 2013-11-29] Dostupné z: <http://www.anec.eu/anec.asp?p=members&ref=01-01.04-01>

Příloha č. 7: Zastoupení ECC-Net v jednotlivých evropských státech

| ECC-Net | | |
|------------------------|----------------|---|
| Země | Sídlo | Internetový odkaz |
| Belgie | Brusel | www.cec-ecc.be |
| Bulharsko | Sofia | www.ecc.kzp.bg |
| Česká republika | Praha | www.evropskyspotrebitel.cz |
| Dánsko | Kodaň | www.forbrugereuropa.dk |
| Estonsko | Talin | www.consumer.ee |
| Finsko | Helsinkí | www.ecc.fi |
| Francie | Kehl (Německo) | www.euroinfo-kehl.com |
| Irsko | Dublin | www.eccireland.ie |
| Island | Reykjavík | www.ena.is |
| Itálie | Řím | www.ecc-net.it |
| Kypr | Nicosia | www.agrino.org/ecc.cy |
| Litva | Riga | www.ecclatvia.lv |
| Lotyšsko | Vilnius | www.ecc.lt |
| Lucembursko | Howald | www.cecluxembourg.lu |
| Maďarsko | Budapešť | www.efk.hu |
| Malta | Valletta | www.exxnetmalta.gov.mt |
| Německo | Kehl | www.euroinfo-kehl.com |
| Nizozemsko | Utrecht | www.eccnl.eu |
| Norsko | Oslo | www.forbrukereuropa.no |
| Polsko | Varšava | www.konsument.gov.pl |
| Portugalsko | Lisabon | www.consumidor.pt |
| Rakousko | Vídeň | www.europakonsument.at |
| Rumunsko | Bukurešť | www.eccromania.ro |
| Řecko | Atheny | www.ecefpolis.gr |
| Slovensko | Bratislava | www.economy.gov.sk |
| Slovinsko | Ljubljana | www.epc.si |
| Španělsko | Madrid | www.cec.consumo-inc.es |
| Švédsko | Karlstad | www.konsumenteuropa.se |
| Velká Británie | Basildon | www.ukecc-net |

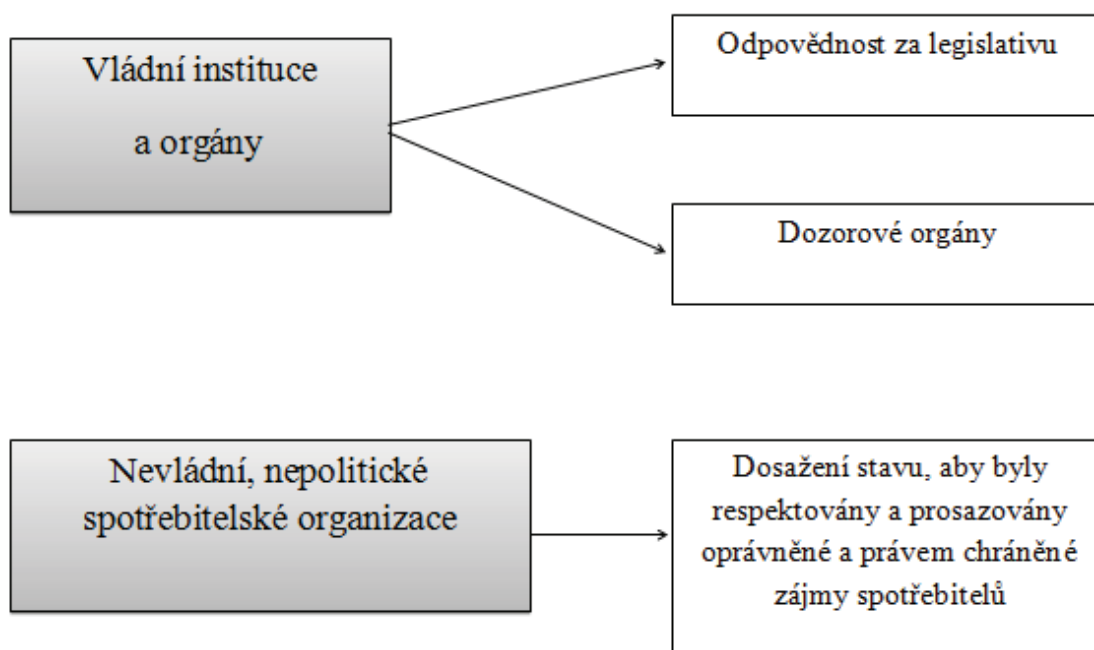
Zdroj: Annual Report, ECC-Net. [online] 2013 [cit. 2013-10-30] Dostupné z: http://ec.europa.eu/consumers/redress-cons/docs/ecc-annual_report_2008_en.pdf, Contact, ECC. [online] 2013 [cit. 2013-10-30] Dostupné z: http://ec.europa.eu/consumers/ecc/contact_en.htm#map

Příloha č. 8: Orgány na ochranu spotřebitele v období centrálně řízené ekonomiky a jejich činnost

| Orgány na ochranu spotřebitele v období centrálně řízené ekonomiky a jejich činnost | |
|--|---|
| Orgány | Činnost |
| Národní výbory | <p>v oblasti spotřebitele působily prostřednictvím tzv. "Spotřebitelských rad", jejichž činností bylo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • předkládání návrhů na zlepšení práce v prodejnách a na zkvalitnění obchodních služeb občanům • kontrola dodržování prodejní doby, poctivosti a kulturnosti prodeje • kontrola čistoty a hygieny v prodejnách a zařízeních poskytujících stravovací a ubytovací služby • kontrola rozvozních plánů, atd. |
| Výbor lidové kontroly | <p>prosazení podstatného obratu v jakosti zboží vyráběného v Československu prostřednictvím:</p> <ul style="list-style-type: none"> • upevnění pracovní kázně v podnicích • zvýšením účinnosti vstupní, mezioperační a výstupní kontroly • přísným dodržováním technologických předpisů |
| Státní obchodní inspekce | <p>kontrola jakosti výrobků, prodejní doby, poctivosti prodeje atd.</p> |
| Hygienická a protiepidemická služba | <p>kontrola zdravotní nezávadnosti potravin pro spotřebitele zajištění hygienicky nezávadného prostředí prodeje, výroby a skladování kontrola bakteriologické čistoty osob přicházejících do styku s potravinami</p> |

Zdroj: Vlastní zpracování, data z HOROVÁ, Olga. Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie, s.42

Příloha č. 9: Vládní instituce a orgány a spotřebitelské organizace



Zdroj: KLABUSAYOVÁ, N., BURDILÁKOVÁ, R., ZLÁMALOVÁ, J., Ochrana spotřebitele: geneze a současnost, s. 94

Příloha č. 10: Předmět kontroly ČOI dle § 2 odst. 2, zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů

„Česká obchodní inspekce kontroluje

- a) dodržování podmínek stanovených k zabezpečení jakosti zboží nebo výrobků včetně zdravotní nezávadnosti, podmínek pro skladování a dopravu a požadavků na osobní hygienu a hygienickou nezávadnost provozu,*
- b) zda se při prodeji zboží používají ověřená měřidla, pokud ověření podléhají, a zda používaná měřidla odpovídají zvláštním právním předpisům, technickým normám, jiným technickým předpisům, popřípadě schválenému typu, 1a)*
- c) dodržování dohodnutých nebo stanovených podmínek a kvality poskytovaných služeb,*
- d) dodržování ostatních podmínek stanovených zvláštními právními předpisy nebo jinými závaznými opatřeními pro provozování nebo poskytování činností uvedených v odstavci 1,*
- e) zda při uvádění stanovených výrobků na trh byly podle zvláštního právního předpisu 1b) výrobky řádně opatřeny stanoveným označením, popřípadě zda k nim byl vydán či přiložen stanovený dokument, zda vlastnosti stanovených výrobků uvedených na trh odpovídají stanoveným technickým požadavkům 1b) a zda v souvislosti s označením stanoveného výrobku byly splněny i požadavky stanovené zvláštními právními předpisy, 1d)*
- f) zda nedochází ke klamání spotřebitele, 1c)*
- g) zda výrobky uváděné na trh jsou bezpečné, 1g)*
- h) zda osoby poskytující spotřebitelský úvěr dodržují podmínky stanovené zvláštním právním předpisem. 1f)“*

Zdroj: § 2 odst. 2, zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů

Příloha č. 11: Spotřebitelské organizace v seznamu občanských sdružení Ministerstva vnitra ČR

| Organizace | Vznik | Zánik | Sídlo | Kontakt |
|--|--------------|--------------|-------------------------------------|--|
| Sdružení českých spotřebitelů | 28.6.1990 | | Praha 4, Budějovická 638/73 | www.konzument.cz, dupal@regio.cz, 261 263 574 |
| Nezávislá společnost nespokojekých spotřebitelů | 4.7.1990 | | Praha | Nenalezeno |
| Česká společnost pro jakost | 8.10.1990 | | Praha 1, Novotného lávka 5 | www.csq.cz, sekretariat@csq.cz, 221 082 269 |
| Sdružení ochrany spotřebitelů | 29.12.1990 | | Praha | Nenalezeno |
| Sdružení pro Nadaci k ochraně práv a zájmů spotřebitelů | 29.5.1991 | | Praha 1, Růžová 1 | Nenalezeno |
| Sdružení na ochranu spotřebitele | 28.5.1992 | | Hradec Králové, tř. Karla IV.346 | Nenalezeno |
| Aliance spotřebitelů a obchodníků Praha | 22.6.1992 | 3.5.1995 | Praha 6, Pod Juliskou 5 | Nenalezeno |
| Občanské sdružení spotřebitelů TEST | 1.9.1992 | | Praha 10, Černomořská 419/10 | www.dtest.cz, dtest@dtest.cz, 241 406 533 |
| SOS - Sdružení obrany spotřebitelů, o.s. | 1.2.1993 | | Praha 8, Novákových 8 | Nenalezeno |
| Spolek na ochranu soutěžitelů a spotřebitelů | 22.2.1993 | 19.10.1998 | Brno, Veveří 77 | Nenalezeno |
| Sdružení spotřebitelů Praha | 6.5.1993 | | Praha 6, Fetrovská 24/936 | Nenalezeno |
| Centrum spotřebitelsko-podnikatelských vztahů a ochrany spotřebitele | 13.2.1996 | | Třebíč, Kmochova 762/13 | cspv@volny.cz, 568 843 263 |
| Středisko ochrany spotřebitele | 25.6.1996 | | Nymburk, Náměstí Přemyslovců 163/20 | mail@oku-nbk.cz, 325 501 247 |
| Klub mladých spotřebitelů České republiky | 23.7.1996 | | Praha 1, Senovážné náměstí 24 | Nenalezeno |
| Klub spotřebitelů – CONCORDIA | 3.9.1996 | | Plzeň, Harantova 1134/17 | Nenalezeno |
| Asociace občanských poraden | 27.2.1997 | | Praha 3, Sabinova 287/3 | www.obcanskeporadny.cz, aop@obcanskeporadny.cz, 284 019 220 |
| Pražské spotřebitelské sdružení | 24.3.1997 | | Praha 2, Americká 703/2 | Nenalezeno |

| Organizace | Vznik | Zánik | Sídlo | Kontakt |
|---|--------------|--------------|---|--|
| Společnost pro reklamu, ochranu spotřebitelů a pacientů | 15.1.1988 | | Praha 10, Arménská 1359/3 | Nenalezeno |
| Spotřebitel.cz | 7.10.1998 | 10.10.2010 | Praha 6, Šárecká 1028/15 | Nenalezeno |
| Občanské sdružení na ochranu spotřebitelů | 11.8.1999 | | Brno, Čechyňská 16 | Nenalezeno |
| Sdružení na ochranu zájmů spotřebitelů | 14.12.1999 | | Praha 10, Petrovice, Rezlerova 303 | Nenalezeno |
| Sdružení ochrany spotřebitelů a pacientů | 27.5.1999 | 31.12.2007 | Hradec Králové, tř. Karla IV.346 | Nenalezeno |
| Asociace autobrokerů a spotřebitelů paralelního exportu a importu | 27.12.2000 | | Praha 3, Husitská 43 | Nenalezeno |
| Sdružení spotřebitelů elektřiny | 14.6.2000 | 29.3.2010 | Praha 10, Krátká 26 | Nenalezeno |
| Sdružení pražských spotřebitelů vody | 10.5.2001 | | Praha 1, U nemocenské pojišťovny 1230/2 | Nenalezeno |
| Koalice občanských spotřebitelských aktivit ČR | 29.8.2001 | | Praha 10, Krátká 931/26 | (www.kosa.cz - nefunkční adresa) 604334424 |
| Spotřebitelé proti monopolu | 13.9.2001 | | Praha 1, Jungmannova 31 | http://project.wz.cz/ |
| Občanské sdružení pro bezpečnost potravin a ochranu spotřebitele | 18.9.2002 | | Frydek-Místek, Třanovského 2392 | davidpeskifc@gmail.cz, 602 382 242 |
| SOZS - sdružení na ochranu zájmů spotřebitelů | 26.9.2002 | | Praha 10, Petrovice, Rezlerova 303 | Nenalezeno |
| Svaz na ochranu práv spotřebitelů a rozvoje podnikání | 10.6.2004 | | Praha 3, Na Jarově 4 | www.svaz-podnikani.cz/cz/ |
| UNIE SPOTŘEBITELŮ ČESKÉ REPUBLIKY | 6.10.2004 | | K Jasánkám 1190, Praha 5 | Nenalezeno |
| Liga ochrany Spotřebitele o.s. | 23.9.2005 | | Praha 10, Vlašimská 13 | Nenalezeno |
| Svaz občanských sdružení | 9.1.2006 | | Husinec, Žižkova 185 | jiceza55@gmail.com, 602 432 445 |
| Český spotřebitel, občanské sdružení | 7.11.2006 | | Praha 1, Senovážné náměstí 978/23 | Nenalezeno |

| Organizace | Vznik | Zánik | Sídlo | Kontakt |
|--|--------------|--------------|--|--|
| Organizace spotřebitelských odborů | 30.6.2008 | | Praha 8, Novákových 456/8 | Nenalezeno |
| proSPOTŘEBITELE | 25.8.2008 | | Praha 10, Černomořská 419/10 | Nenalezeno |
| Etické spotřebitelství, o.s. | 20.2.2009 | | Praha 5, Záluské 86/65 | www.etickespotrebitelstvi.cz, 773 531 577 |
| Spotřebitelé za lepší služby | 17.4.2009 | | Praha 2, Varšavská 1104/22 | Nenalezeno |
| Sdružení obrany spotřebitelů Jihomoravského kraje | 9.10.2009 | | Brno, Mečová 368/5 | www.asociace-sos.cz, info@asociace-sos.cz, 542 210 778 |
| Sdružení obrany spotřebitelů Moravskoslezského kraje | 19.10.2009 | | Ostrava, Střelniční 75/8 | www.sos-msk.cz, ostrava@sos-msk.cz, 608 722 582 |
| Spotřebitel net | 19.3.2010 | | Praha 2, Bělehradská 235/118 | www.spotrebitel.net, spotrebitel@spotrebitel.cz, 775 476 080 |
| Sdružení spotřebitelů doplňků stravy, o.s. | 7.4.2010 | | Praha 5, Náměstí 14. října 1307/2 | Nenalezeno |
| UMBRELLA - Evropské sdružení pro podporu práv spotřebitelů, o.s. | 16.9.2010 | | Praha 5, Plzeňská 1270/97 | www.sdruzeniumbrella.cz, poradna@sdruzeniumbrella.cz |
| Západočeské sdružení obrany spotřebitelů, o.s. | 16.11.2010 | | Plzeň, Majerova 1904/4 | www.spotrebitele.org, poradna@spotrebitele.org, 721 950 386 |
| Sdružení obrany spotřebitelů Jihočeského kraje | 3.1.2011 | | České Budějovice, Senovážní nám. 13 | Nenalezeno |
| Asociace spotřebitelů ČR | 4.2.2011 | | Praha 5, Nádražní 520/68 | Nenalezeno |
| Sdružení obrany spotřebitelů Královéhradeckého kraje | 7.2.2011 | | Albrechtice nad Orlicí, Na Drahách 110 | Nenalezeno |
| Za správné informace spotřebitelům, o.s. | 17.8.2011 | | Brno, Mlýnská 326/13 | Nenalezeno |

Zdroj: Seznam občanských sdružení v registru Ministerstva vnitra ČR

Příloha č. 12: Přehled spotřebitelských organizací v seznamu Ministerstva obchodu a průmyslu ČR

| Organizace | Logo | Spojení |
|--|---|--|
| Občanské sdružení spotřebitelů TEST Černomofská 419/10 101 00 Praha 10 - Vršovice www.dtest.cz |  | dtest@dtest.cz tel.: 241404922 fax: 241406533 Mgr. Karel Pavlík, MBA |
| Sdružení českých spotřebitelů, o.s. (SČS) Budějovická 73 140 00 Praha 4 www.konzument.cz |  | dupal@regio.cz novak@regio.cz tel.: 261263574 fax: 261262268 Ing. Libor Dupal Ing. Libor Novák |
| Asociace občanských poraden Sabinova 3 130 00 Praha 3 www.obcanskeporadny.cz |  | aop@obcanskeporadny.cz tel.: 284019220 Mgr. Stanislav Skalický |
| Občanské sdružení pro bezpečnost potravin a ochranu spotřebitele Trnavského 2392 738 01 Frýdek Místek | | davidpesekfc@gmail.cz mobil: 602382424 Ing. David Pešek |
| Generation Europe Vratislavova 59/5 128 00 Praha 2 www.generation-europe.cz |  | info@generation-europe.cz tel./fax: 234697965 Bc. Petr Jakubiček |
| Spotřebitel net Bělehradská 118 120 00 Praha 2 www.spotrebitel.net |  | spotrebitel@spotrebitel.net tel./fax: 222516521 Vlona Skálová |
| Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska Střelníční 8/75 702 00 Ostrava www.sos-msk.cz |  | reichelova@sos-msk.cz tel./fax: 596111252 Marcela Reichelová |
| Sdružení obrany spotřebitelů - Asociace Mečová 5 602 00 Brno www.asociace-sos.cz |  | gerta.mazalova@seznam.cz tel./fax: 542210778 Gerta Mazalová |
| Západočeské sdružení obrany spotřebitelů, o.s. Majerova 1904/4 301 00 Plzeň www.spotrebitele.org |  | poradna@spotrebitele.org PORADNA: Po a Čt 15 - 17 hod. tel.: ☎ 721 950 386 tel.: ☎ 721 950 431 tel.: ☎ 721 950 432 JUDr. Václav Havlík |

Zdroj: *Spotřebitelské organizace, MPO. [online] 2013 [cit. 2013-10-30]*
<http://www.mpo.cz/dokument5724.html>

***Příloha č. 13: Programy ve výběrovém dotačním řízení pro rok 2014
v oblasti ochrany spotřebitele***

Výběrové dotační řízení pro rok 2014 v oblasti ochrany spotřebitele

Ministerstvo průmyslu a obchodu (dále jen MPO)

**vyhlašuje
pro rok 2014 výběrové dotační řízení
v oblasti ochrany spotřebitele
pro následující programy:**

1. Poskytování spotřebitelských poradenských a informačních služeb, pomoc při řešení spotřebitelských sporů s důrazem na seniory a další zvláště zranitelné spotřebitele, prezentace zkušeností a dosažených výsledků v oblasti poradenství široké spotřebitelské veřejnosti.
2. Výchovně – vzdělávací akce v oblasti ochrany spotřebitele pořádané pro základní, 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.
3. 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.
4. 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.
5. 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.
6. 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.

Zdroj: Programy ve výběrovém dotačním řízení 2014 v oblasti ochrany spotřebitele. MPO. [online] 2013 [cit. 2013-19-16] Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument143532.html>

Příloha č. 14: Formulář Sdružení českých spotřebitelů pro podání žádosti o radu

Informace o osobě podávající stížnost

| | |
|-----------------|----------------------|
| jméno: | <input type="text"/> |
| příjmení: | <input type="text"/> |
| e-mail: | <input type="text"/> |
| obchodní název: | <input type="text"/> |
| ulice čp.: | <input type="text"/> |
| město: | <input type="text"/> |
| PSČ: | <input type="text"/> |
| telefon: | <input type="text"/> |

Informace o firmě nebo živnostníkovi proti kterému je vznesena stížnost

| | | |
|------------------|----------------------|-----------------------------|
| obchodní název: | <input type="text"/> | |
| IČO: | <input type="text"/> | Firmy Osoby |
| kontaktní osoba: | <input type="text"/> | |
| ulice čp.: | <input type="text"/> | |
| město: | <input type="text"/> | |
| PSČ: | <input type="text"/> | |
| telefon: | <input type="text"/> | |

Produkt / služba

| | | |
|---------------|---|---|
| kategorie: | <input type="text" value="vybrat kategorii"/> | ▼ |
| podkategorie: | <input type="text"/> | |

Stručný popis předmětu stížnosti:

Zdroj: Řešení sporu. Sdružení českých spotřebitelů. [online] 2013 [cit. 2013-10-04] Dostupné z: <http://www.konzument.cz/reseni-sporu/poradenstvi-scs/podani.php>

Příloha č. 15: Možnosti předplatného časopisu dTest

| | | |
|---|--|--|
|  <p>12x Roční předplatné</p> |  <p>2013 + 2014 Roční 2013 - 2014</p> |  <p>nízké platby Předplatné hrazené měsíčně inkasem</p> |
| 790 Kč | 990 Kč | 65 Kč |
| Podrobnosti | Podrobnosti | Podrobnosti |
| <p>Předplatné zahrnuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 12 čísel časopisu • přístupy do placené sekce www.dtest.cz s výsledky testů tisíci výrobků, aktuálními kauzami a archivem starších článků po dobu platnosti předplatného • přístup k výsledkům testů v mobilní aplikaci dTest • přednostní servis spotřebitelské poradny • bonus – zdarma praktickou brožuru 105 vzorů pro řešení spotřebitelských problémů v hodnotě 200 Kč <p>Předplatné lze kdykoli ukončit. Peníze za neodeslané výtisky vám vrátíme.</p> | <p>Předplatné zahrnuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • již vyšlá vydání časopisu dTest z roku 2013 a nová vydání do konce roku 2014 • přístupy do placené sekce www.dtest.cz s výsledky testů tisíci výrobků, aktuálními kauzami a archivem starších článků platně do 31. 12. 2014 • přístup k výsledkům testů v mobilní aplikaci dTest • přednostní servis spotřebitelské poradny • bonus – zdarma praktickou brožuru 105 vzorů pro řešení spotřebitelských problémů v hodnotě 200 Kč <p>Předplatné lze kdykoli ukončit. Peníze za neodeslané výtisky vám vrátíme.</p> | <p>Předplatné zahrnuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • tištěná vydání časopisu po dobu platnosti předplatného • přístupy do placené sekce www.dtest.cz s výsledky testů tisíci výrobků, aktuálními kauzami a archivem starších článků po dobu platnosti předplatného • přístup k výsledkům testů v mobilní aplikaci dTest • přednostní servis spotřebitelské poradny • bonus – zdarma praktickou brožuru 105 vzorů pro řešení spotřebitelských problémů v hodnotě 200 Kč <p>Podmínkou je nastavení souhlasu s inkasem ve vaší bance. První platba ve výši 195 Kč pokrývá 3 měsíce předplatného, další platby pak probíhají v režimu 65 Kč/měsíc. Podrobné informace obdržíte e-mailem s potvrzením objednávky.</p> <p>Předplatné lze kdykoli ukončit.</p> |
| OBJEDNAT | OBJEDNAT | |
| DAROVAT | | |
| | | OBJEDNAT |

Zdroj: Možnosti předplatného. dTest. [online] 2013 [cit. 2013-10-06] Dostupné z: <http://www.dtest.cz/clanek-1513/moznosti-predplatneho#nabidka>

Příloha č. 16: Postup testování výrobků spotřebitelské organizace Občanské sdružení spotřebitelů TEST

Proces testování výrobků a jeho zveřejnění se skládá ze čtyř kroků, kterými jsou 1) průzkum trhu a výběr výrobků pro testování, 2) nákupy výrobků, 3) analýzy, 4) příprava výsledků pro publikaci. Klíčovou činností pro testování je výběr výrobků, které jsou vybírány na základě spotřebitelského zájmu a masivní reklamní propagací výrobku. Průzkum trhu a výběr výrobků pro testování je složen z několika částí, a to z *průzkumu nabídky*, které slouží ke stanovení základního směřování testů, dále z *analýzy reklamy*, po které může dojít k stanovení okruhu nebo konkrétních výrobků. Další částí je *spolupráce s výrobci a distributory*, při které se zvyšuje informovanost o nabídce výrobků a jejich dostupnosti na trhu.

Po průzkumu trhu a výběru výrobků nastává náкуп výrobků v běžné prodejní síti a v internetových obchodech za běžných tržních podmínek. Dalším krokem je samotná analýza vedená na základě několika metodik v tuzemských laboratořích a zkušebnách s ohledem na jejich akreditaci v daném oboru a dále v rámci mezinárodní spolupráce také v zahraničních laboratořích členských zemí EU. Redaktoři organizace dTest tedy výrobky sami netestují, testovat výrobky nechávají u odborníků. „Analýzy výrobků jsou vedeny na základě metodik, do kterých se mimo jiné promítají kvalitativní požadavky, požadavky technických norem, zákonů a vyhlášek týkající se bezpečnosti a zdravotní závadnosti (...), předvídatelné chování spotřebitelů při zacházení s výrobkem.“

Posledním krokem je příprava výsledků pro publikaci, neboli vyhodnocení výsledků, převedení do číselného a slovního známkování, studium problematiky a případná konzultace s odborníky. Výsledky jsou před publikováním ověřeny a v případě pochybností jsou konzultovány s odborníky.

Zdroj: Výroční zpráva Občanského sdružení spotřebitelů TEST z roku 2008

Příloha č. 17: Dlouhodobé priority Sdružení obrany spotřebitelů

- **Spotřebitel musí mít možnost obhájit si své práva**, proto se SOS věnovalo:
 - Spotřebitelskému vzdělání
 - Shromažďování, zpracování s šíření informací souvisejících s ochranou spotřebitele
 - Připomínkováním legislativních norem
 - Poradenské činnosti
- **Fungující trh s rovnými podmínkami bez nástrah pro spotřebitele**, proto SOS:
 - Upozorňovala na nezákonné a neetické chování podnikatelských subjektů
 - Pobízela spotřebitele k předáváním pozitivních či negativních zkušeností ostatním spotřebitelům
 - Se zabývala problémům s monopoly
- **Bezpečné služby a výrobky pro spotřebitele**, proto se SOS zaměřovala na:
 - Bezpečnost potravin a nepotravinářských výrobků
 - Shromažďování srovnávacích testů výrobků pro spotřebitele
- **Občanská složka pro všestrannou ochranu spotřebitele**
 - Soustavný aktivní přístup spotřebitele pro ochranu jeho zájmů
 - SOS jako otevřené občanské sdružení v celé České republice, kde spotřebitel prosazuje své oprávněné zájmy
 - Sdružení spotřebitelů k řešení společného problému a k jeho trvalému odstranění

Zdroj: Výroční zpráva Sdružení obrany spotřebitelů z roku 2008

Příloha č. 18: Spotřebitelské organizace ve Francii

| Francouzské spotřebitelské organizace | Zkratka názvu | Rok založení | Sídlo | Internetový odkaz |
|---|----------------------|---------------------|--------------|--|
| Confédération Nationale des Assoc. Familiales Catholiques | CNAFC | 1905 | Paříž | www.afc-france.org |
| Confédération Nationale d du Logement | CNL | 1916 | Montreuil | www.lacnl.com |
| Familles Rurales | FR | 1943 | Paříž | www.famillesrurales.org |
| Union Nationale des Associations Familiales | UNAF | 1945 | Paříž | www.unaf.fr |
| Confédération Syndicale des Familles | CSF | 1946 | Paříž | www.la-csf.org |
| Familles de France | FF | 1947 | Paříž | www.familles-de-france.org |
| Union Fédérale des Consommateurs | UFC - Que Choisir | 1951 | Paříž | www.quechoisir.org |
| Confédération Générale du Logement | CGL | 1954 | Paříž | www.lacgl.fr |
| Conseil National des Associations Familiales Laiques | CNAFAL | 1967 | Paříž | www.cnafal.org |
| Association Force Ouvriere Consommateurs | AFOC | 1974 | Paříž | www.afoc.net |
| Confédération de la Consommation du Logement et du Cadre de Vie | CLCV | 1975 | Paříž | www.clcv.org |
| Fédération Nationale des Associations d'Usagers des Transports | FNAUT | 1978 | Paříž | www.fnaut.asso.fr |
| Association Léo Lagrange pour la Défense des Consommateurs | ALLDC | 1979 | Pantin | www.leolagrange-conso.org |
| Association pour l'Information et la Défense des Consommateurs Salariés | INDECOSA-CGT | 1979 | Montreuil | www.indecosa.cgt.fr |
| Association de défense, d'éducation et d'information du consommateur | Adéic | 1985 | Paříž | www.adeic.fr |

Zdroj: Guide associations consommateurs. Conso. [online] 2013 [cit. 2013-10-30] Dostupné z: http://www.conso.net/images_publications/Guide_associations_consommateurs_2013.pdf

Příloha č. 19: Přehled spotřebitelských organizací na Slovensku

| Slovenské spotřebitelské organizace | rok založení | sídlo | kontakt |
|---|---------------------|-----------------|--|
| Združenie slovenských spotrebiteľov | 1990 | Bratislava | zss@zss.sk, www.zsk.sk, 0905/719 874 |
| Regionálne združenie spotrebiteľov Regionspot | 1991 | Nové Zámky | martuskanagy@gmail.com, 0907/596 755 |
| Fórum spotrebiteľov | 1991 | Bratislava | forum.spotrebiteho@gmail.com, 02/54771436 |
| Spotrebiteľský klub Košice | 1991 | Košice | nenalezeno |
| Združenie vlastníkov bytov | 1993 | Bratislava | 02/44881966 |
| Združenie na ochranu spotrebiteľov mesta Žiar nad Hronom | 1994 | Žiar nad Hronom | nenalezeno |
| Klub ochrany spotrebiteľa Ružinov | 1995 | Bratislava | 02/55960390 |
| Asociácia spotrebiteľských subjektov Slovenska - A3S | 1999 | Stará Ľubovňa | spotrebitehinfo@spotrebitehinfo.sk, 052/432 6047, www.spotrebitehinfo.sk |
| Energetické centrum Bratislava | 1999 | nenalezeno | nenalezeno |
| Agentúra pre podporu a rozvoj služieb | 1999 | Bratislava | nenalezeno |
| Združenie užívateľov bytov SR | 2000 | Trebišov | 0903/659 226 |
| Inštitút bývania | 2000 | nenalezeno | nenalezeno |
| ZSS - Ochrana spotrebiteľa Oravy | 2000 | Dolný Kubín | vlado.chovanec46@gmail.com, 0949/736 841 |
| Informačné centrum ochrany spotrebiteľa | 2000 | nenalezeno | nenalezeno |
| Asociácia spotrebiteľov Slovenska | 2002 | Bratislava | milos.lauko@test-magazin.sk, 0905/768 900 |
| Združenie na ochranu práv spotrebiteľov v Poprade (OMBUDSPOT) | 2002 | Poprad | helena.mezenska@ombudspot.sk, 0908/327 464 |
| Spotrebiteľské centrum generácie 2000 | 2002 | Nové Zámky | gen2000@centrum.sk, 0903/399571 |
| Združenie bratislavských spotrebiteľov | 2002 | Bratislava | zbs@pobox.sk |
| Stabil Slovakia | 2002 | nenalezeno | nenalezeno |
| Združenie na ochranu práv spotrebiteľov | 2002 | Krompachy | 053/4470908 |
| Združenie na ochranu práv spotrebiteľov v Prešove | 2002 | nenalezeno | nenalezeno |
| Združenie na ochranu práv spotrebiteľov Martin | 2002 | nenalezeno | nenalezeno |
| Združenie občianskej seobebrany | 2003 | Bratislava | www.slovenskyspotrebiteh.sk |

| Slovenské spotrebiteľské organizace | rok založení | sídlo | kontakt |
|---|---------------------|-----------------|--|
| Slovenské združenie ochrany práv pacientov a spotrebiteľov | 2003 | Prievidza | agrifood@agrifood.sk, 0903/810 102 |
| INFOSPOT. Informačné a spotrebiteľské centrum | 2003 | nenalezeno | infospot@orangedmail.sk |
| Spotrebiteľská informačná agentúra – SIA | 2004 | Žilina | spotrebiteľ@zilina.sk, 041/568 8713 |
| Asociácia užívateľov bytov – AUB | 2004 | Banská Bystrica | asb.bb@centrum.sk, 0905/657 277 |
| Asociácia užívateľov služieb – AUS | 2004 | Banská Bystrica | asubb@centrum.sk, 048/413 8708 |
| Centrum na ochranu práv spotrebiteľov | 2004 | Topoľčany | nenalezeno |
| Združenie spotrebiteľov Považia a západného Slovenska | 2005 | Piešťany | tkidaho@stonline.sk, 0905/719 874 |
| Regionálne združenie spotrebiteľov – Poprad | 2005 | Poprad | rzs-p@inmail.sk, 0915/930 245 |
| Spotrebiteľský inštitút | 2005 | Bratislava | consuminstit@gmail.sk, 0944/369 647 |
| Slovenská spotrebiteľská únia | 2005 | nenalezeno | nenalezeno |
| Združenie ochrany práv občanov | 2005 | Bratislava | zopo.ba@centrum.sk, 0908/781 999 |
| Ľudskosť | 2006 | Lučenec | nenalezeno |
| JUNIFEST – 1. nezávislé združenie | 2007 | Bratislava | nenalezeno |
| SOS – JUH SR, starostlivosť o spotrebiteľa | 2007 | Komárno | komarno@post.sk, 0905/745 326 |
| Proficiat | 2008 | Košice | nenalezeno |
| Združenie slovenských spotrebiteľov – SOZOS Košice | nenalezeno | Košice | kracun@centrum.sk, 0948/506 476 |
| Klub združenia slovenských spotrebiteľov regiónu Zvolen | nenalezeno | Zvolen | klubzdruzeniaspotrebiteľov@zoznam.sk, 045/5429 546 |
| Slobodné občianske združenie na ochranu spotrebiteľov SOZOS | nenalezeno | Košice | tomco@alfatrend.sk, 0905/446 652 |
| Združenie na ochranu spotrebiteľov Stará Ľubovňa | nenalezeno | Stará Ľubovňa | asociask@stonline.sk, zdruzeniesk@stonline.sk |
| Združenie na ochranu práv spotrebiteľov Krompachy | nenalezeno | Krompachy | 053/447 0908 |
| Miestny klub ochrany spotrebiteľa v Petržalke | nenalezeno | Bratislava | peter.paska@zoznam.sk |
| Spoločnosť spotrebiteľov potravín | nenalezeno | nenalezeno | nenalezeno |
| SOS pre spotrebiteľa | nenalezeno | Banská Bystrica | nenalezeno |
| Združenie spotrebiteľov ASDERT ORG | nenalezeno | Košice | officesk@asdert.com, 0902/106 006 |

Zdroj: Kontakty na spotrebiteľské združenia. MH. [online] 2013 [cit. 2013-10-30] Dostupné z: <http://www.economy.gov.sk./kontakty-na-spotrebiteľske-zdruzenia-5933/127618s>

Příloha č. 20: Dotazníkové setření „Spotřebitelské organizace“

Dobrý den,

chtěla bych Vás požádat o vyplnění tohoto krátkého anonymního dotazníku, který se týká postoje spotřebitelů ke spotřebitelským organizacím. Průzkum poslouží k účelům diplomové práce.

Děkuji za pomoc a přeji hezký den!

1. Znáte některou z těchto spotřebitelských organizací?

- Sdružení obrany spotřebitelů
- Spotřebitel. cz
- Spotřebitel. net
- dTest (Občanské sdružení spotřebitelů TEST)
- Asociace občanských poraden
- Sdružení českých spotřebitelů
- Neznám (pokračujte, prosím, otázkou č. 3)
- Jiné:

2. Odkud jste se o nich dozvěděli?

- Z tisku
- Z televize
- Z internetu
- Od známých
- Ze školy, v rámci školení
- Jinak:

3. Čím se podle Vás spotřebitelské organizace zabývají?

- Poskytují poradenské služby spotřebitelům
- Testují výrobky
- Vydávají publikace
- Informují spotřebitele o jejich právech
- Zveřejňují informace týkající se spotřebitelských práv
- Jiné:

4. Co podle Vás znamená ochrana spotřebitele?

.....

5. Uplatňovali jste někdy své spotřebitelské právo?

- Ano
- Ne (pokračujte, prosím, otázkou č. 11)

6. Z jakého důvodu jste uplatňovali své spotřebitelské právo?

.....

7. Měli jste někdy problém s uplatňováním spotřebitelského práva?

- Ano
- Ne (pokračujte, prosím, otázkou č. 11)

8. Jaký byl tento problém?

.....

9. Jak jste tento problém řešili?

- Právní cestou
- Mimosoudním řešením spotřebitelských sporů
- Přes spotřebitelskou organizaci
- Bez pomoci 3. osoby
- Neřešil/a jsem to
- Jiné:

10. Byl problém vyřešen k Vaší spokojenosti?

.....

11. Jak byste ohodnotil/a úroveň ochrany spotřebitele v České republice?

- Velmi dobrá
- Dobrá
- Průměrná
- Špatná
- Velmi špatná

12. Co by podle Vás mohlo zvýšit úroveň ochrany spotřebitele?

.....

13. Znáte nějaké organizace zabývající se ochranou spotřebitele v Evropské unii?

- Ano
- Ne (pokračujte, prosím, otázkou č.15)

14. Uveďte, prosím, jaké znáte organizace zabývající se ochranou spotřebitele v Evropské unii:

15. Jste:

- Žena
- Muž

16. Jaký je Váš věk?

- 15 až 25 let
- 26 až 35 let
- 36 až 45 let
- 46 až 55 let
- 56 až 65 let
- 66 let a více

17. Jste:

- Zaměstnaný/á
- Student
- Důchodce
- Nezaměstnaný/á
- Jiné:

18. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Základní vzdělání
- Středoškolské bez maturity
- Středoškolské s maturitou
- Vyšší odborné vzdělání
- Vysokoškolské vzdělání

19. Jaká je velikost Vašeho trvalého bydliště?

- Do 5 000 obyvatel
- 5 001 až 10 000 obyvatel
- 10 001 až 30 000 obyvatel
- 30 001 až 50 000 obyvatel
- Nad 50 001 obyvatel

20. V jakém kraji se nachází Vaše trvalé bydliště?

- Hlavní město Praha
- Středočeský kraj
- Jihočeský kraj
- Plzeňský kraj
- Karlovarský kraj
- Ústecký kraj
- Liberecký kraj
- Královéhradecký kraj
- Pardubický kraj
- Kraj Vysočina
- Jihomoravský kraj
- Olomoucký kraj
- Moravskoslezský kraj
- Zlínský kraj

21. Pokud byste v budoucnu měl/a problém ohledně svých spotřebitelských pravomocí, obrátil/a byste se na základě tohoto dotazníku na některou ze spotřebitelských organizací?

- Ano
- Ne

Příloha č. 21: Testování závislosti mezi znalostí spotřebitelských organizací a pohlavím

| 2-rozměrná tabulka: Pozorované četnosti (data) | | | |
|--|-------------|--------------|--------------|
| Znalost SO | Pohlaví Muž | Pohlaví Žena | Řádk. součty |
| ano | 65 | 80 | 145 |
| ne | 30 | 31 | 61 |
| Sloupce celk. | 95 | 111 | 206 |

| Kontingenční tabulka (data) | | | | |
|-----------------------------|------------|-------------|--------------|--------------|
| Tab. : | | | | |
| | Znalost SO | Pohlaví Muž | Pohlaví Žena | Řádk. součty |
| Četnost | ano | 65 | 80 | 145 |
| Sloupc. četn. | | 68,42% | 72,07% | |
| Řádk. četn. | | 44,83% | 55,17% | |
| Celková četn. | | 31,55% | 38,83% | 70,39% |
| Četnost | ne | 30 | 31 | 61 |
| Sloupc. četn. | | 31,58% | 27,93% | |
| Řádk. četn. | | 49,18% | 50,82% | |
| Celková četn. | | 14,56% | 15,05% | 29,61% |
| Četnost | Vš.skup. | 95 | 111 | 206 |
| Celková četn. | | 46,12% | 53,88% | |

| Statist. : Znalost SO(2) x Pohlaví(2) (data) | | | |
|--|------------|------|----------|
| Statist. | Chi-kvadr. | sv | p |
| Pearsonův chí-kv. | ,3273740 | df=1 | p=,56721 |
| M-V chí-kvadr. | ,3269269 | df=1 | p=,56747 |
| Yatesův chí-kv. | ,1756390 | df=1 | p=,67515 |
| Fisherův přesný, 1-str. | | | p=,33718 |
| Fisherův přesný, 2-str. | | | p=,64648 |
| McNemarův chí-kv. (A/D) | 11,34375 | df=1 | p=,00076 |
| McNemarův chí-kv. (B/C) | 21,82727 | df=1 | p=,00000 |
| Fí pro tabulky 2 x 2 | -,039865 | | |
| Tetrachorická korelace | -,065962 | | |
| Kontingenční koeficient | ,0398331 | | |

Zdroj tabulek: Výstup z programu STATISTICA 10 v rámci testování hypotéz, data jsou z dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace

Příloha č. 22: Testování závislosti mezi znalostí spotřebitelských organizací a věkem

| Kontingenční tabulka (data) | | | | | | |
|-----------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|-----------------|
| Tab. : | | | | | | |
| Znalost SO | Věk 15 až 25 let | Věk 26 až 35 let | Věk 36 až 45 let | Věk 46 až 55 let | Věk 56 let a více | Řádk. součty |
| ne | 15 | 11 | 15 | 8 | 12 | 61 |
| ano | 51 | 22 | 23 | 32 | 17 | 145 |
| Vš. skup. | 66 | 33 | 38 | 40 | 29 | 206 |

| Kontingenční tabulka (data) | | | | | | | |
|-----------------------------|---------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|-----------------|
| Tab. : | | | | | | | |
| | Znalost SO | Věk 15 až 25 let | Věk 26 až 35 let | Věk 36 až 45 let | Věk 46 až 55 let | Věk 56 let a více | Řádk. součty |
| Četnost | ne | 15 | 11 | 15 | 8 | 12 | 61 |
| Sloupc. četn. | | 22,73% | 33,33% | 39,47% | 20,00% | 41,38% | |
| Řádk. četn. | | 24,59% | 18,03% | 24,59% | 13,11% | 19,67% | |
| Celková četn. | | 7,28% | 5,34% | 7,28% | 3,88% | 5,83% | 29,61% |
| Četnost | ano | 51 | 22 | 23 | 32 | 17 | 145 |
| Sloupc. četn. | | 77,27% | 66,67% | 60,53% | 80,00% | 58,62% | |
| Řádk. četn. | | 35,17% | 15,17% | 15,86% | 22,07% | 11,72% | |
| Celková četn. | | 24,76% | 10,68% | 11,17% | 15,53% | 8,25% | 70,39% |
| Četnost | Vš. skup. | 66 | 33 | 38 | 40 | 29 | 206 |

| Statist. : Znalost SO(2) x Věk(5) (data) | | | |
|--|------------|------|----------|
| Statist. | Chí-kvadr. | sv | p |
| Pearsonův chí-kv. | 7,192869 | df=4 | p=,12604 |
| M-V chí-kvadr. | 7,198298 | df=4 | p=,12577 |
| Fí | ,1868605 | | |
| Kontingenční koeficient | ,1836812 | | |
| Cramér. V | ,1868605 | | |

Zdroj tabulek: Výstup z programu STATISTICA 10 v rámci testování hypotéz, data jsou z dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace

Příloha č. 23: Testování závislosti mezi znalostí spotřebitelských organizací a vzděláním

| Kontingenční tabulka (data) | | | | |
|-----------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|--------------|
| Tab. : | | | | |
| Znalost SO | Vzdělání Vysokoškolské + VOŠ | Vzdělání Středoškolské s maturitou | Vzdělání Základní + Střední bez maturity | Řádk. součty |
| ano | 42 | 83 | 20 | 145 |
| ne | 9 | 41 | 11 | 61 |
| Vš. skup. | 51 | 124 | 31 | 206 |

| Kontingenční tabulka (data) | | | | | |
|-----------------------------|------------|------------------------------|------------------------------------|--|--------------|
| Tab. : | | | | | |
| | Znalost SO | Vzdělání Vysokoškolské + VOŠ | Vzdělání Středoškolské s maturitou | Vzdělání Základní + Střední bez maturity | Řádk. součty |
| Četnost | ano | 42 | 83 | 20 | 145 |
| Sloupc. četn. | | 82,35% | 66,94% | 64,52% | |
| Řádk. četn. | | 28,97% | 57,24% | 13,79% | |
| Celková četn. | | 20,39% | 40,29% | 9,71% | 70,39% |
| Četnost | ne | 9 | 41 | 11 | 61 |
| Sloupc. četn. | | 17,65% | 33,06% | 35,48% | |
| Řádk. četn. | | 14,75% | 67,21% | 18,03% | |
| Celková četn. | | 4,37% | 19,90% | 5,34% | 29,61% |
| Četnost | Vš. skup. | 51 | 124 | 31 | 206 |
| Celková četn. | | 24,76% | 60,19% | 15,05% | |

| Statist. | Statist. : Znalost SO(2) x Vzdělání(3) (data) | | |
|-------------------------|---|------|----------|
| | Chí-kvadr. | sv | p |
| Pearsonův chí-kv. | 4,724842 | df=2 | p=,09419 |
| M-V chí-kvadr. | 5,060063 | df=2 | p=,07966 |
| Fí | ,1514468 | | |
| Kontingenční koeficient | ,1497393 | | |
| Cramér. V | ,1514468 | | |

Zdroj tabulek: Výstup z programu STATISTICA 10 v rámci testování hypotéz, data jsou z dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace

Příloha č. 24: Testování závislostí mezi znalostí spotřebitelské organizace a krajem

| Kontingenční tabulka (data) | | | | | | | | | |
|-----------------------------|---------------------------|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------------------|------------------------------|-----------------|
| Tab. : | | | | | | | | | |
| Znalost SO | NUTS2 Střední Čechy | NUTS2 Praha | NUTS2 JV | NUTS2 SV | NUTS2 JZ | NUTS2 SZ | NUTS2 Střední Morava | NUTS2 Moravsko slezsko | Řádk. součty |
| ano | 33 | 28 | 21 | 12 | 16 | 13 | 17 | 5 | 145 |
| ne | 5 | 6 | 5 | 17 | 9 | 9 | 6 | 4 | 61 |
| Vš.skup. | 38 | 34 | 26 | 29 | 25 | 22 | 23 | 9 | 206 |

| Kontingenční tabulka (data) | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|---------------|---------------------------|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------------------|------------------------------|-----------------|
| Tab. : | | | | | | | | | | |
| | Znalost SO | NUTS2 Střední Čechy | NUTS2 Praha | NUTS2 JV | NUTS2 SV | NUTS2 JZ | NUTS2 SZ | NUTS2 Střední Morava | NUTS2 Moravsko slezsko | Řádk. součty |
| Četnost | ano | 33 | 28 | 21 | 12 | 16 | 13 | 17 | 5 | 145 |
| Sloupc. č. | | 86,84% | 82,35% | 80,77% | 41,38% | 64,00% | 59,09% | 73,91% | 55,56% | |
| Řádk. čet. | | 22,76% | 19,31% | 14,48% | 8,28% | 11,03% | 8,97% | 11,72% | 3,45% | |
| Celková č. | | 16,02% | 13,59% | 10,19% | 5,83% | 7,77% | 6,31% | 8,25% | 2,43% | 70,39% |
| Četnost | ne | 5 | 6 | 5 | 17 | 9 | 9 | 6 | 4 | 61 |
| Sloupc. č. | | 13,16% | 17,65% | 19,23% | 58,62% | 36,00% | 40,91% | 26,09% | 44,44% | |
| Řádk. čet. | | 8,20% | 9,84% | 8,20% | 27,87% | 14,75% | 14,75% | 9,84% | 6,56% | |
| Celková č. | | 2,43% | 2,91% | 2,43% | 8,25% | 4,37% | 4,37% | 2,91% | 1,94% | 29,61% |
| Četnost | Vš.skup. | 38 | 34 | 26 | 29 | 25 | 22 | 23 | 9 | 206 |
| Celková č. | | 18,45% | 16,50% | 12,62% | 14,08% | 12,14% | 10,68% | 11,17% | 4,37% | |

| Statist. | Statist. : Znalost SO(2) x NUTS2(8) (data) | | |
|-------------------------|--|------|----------|
| | Chí-kvadr. | sv | p |
| Pearsonův chí-kv. | 23,24735 | df=7 | p=,00154 |
| M-V chí-kvadr. | 23,02640 | df=7 | p=,00169 |
| Fí | ,3359334 | | |
| Kontingenční koeficient | ,3184451 | | |
| Cramér. V | ,3359334 | | |

Zdroj tabulek: Výstup z programu STATISTICA 10 v rámci testování hypotéz, data jsou z dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace

Příloha č. 25: Testování závislosti mezi znalostí spotřebitelských organizací a velikostí trvalého bydliště

| Kontingenční tabulka (data) | | | | | | |
|-----------------------------|----------------------------------|---|--|--|------------------------------------|--------------|
| Tab. : | | | | | | |
| Znalost SO | Počet obyvatel Do 5 000 obyvatel | Počet obyvatel 5 001 až 10 000 obyvatel | Počet obyvatel 10 001 až 30 000 obyvatel | Počet obyvatel 30 001 až 50 000 obyvatel | Počet obyvatel Nad 50 001 obyvatel | Řádk. součty |
| ano | 24 | 31 | 38 | 10 | 42 | 145 |
| ne | 7 | 14 | 15 | 13 | 12 | 61 |
| Vš. skup. | 31 | 45 | 53 | 23 | 54 | 206 |

| Kontingenční tabulka (data) | | | | | | | |
|-----------------------------|------------|----------------------------------|---|--|--|------------------------------------|--------------|
| Tab. : | | | | | | | |
| | Znalost SO | Počet obyvatel Do 5 000 obyvatel | Počet obyvatel 5 001 až 10 000 obyvatel | Počet obyvatel 10 001 až 30 000 obyvatel | Počet obyvatel 30 001 až 50 000 obyvatel | Počet obyvatel Nad 50 001 obyvatel | Řádk. součty |
| Četnost | ano | 24 | 31 | 38 | 10 | 42 | 145 |
| Sloupc. četn. | | 77,42% | 68,89% | 71,70% | 43,48% | 77,78% | |
| Řádk. četn. | | 16,55% | 21,38% | 26,21% | 6,90% | 28,97% | |
| Celková četn. | | 11,65% | 15,05% | 18,45% | 4,85% | 20,39% | 70,39% |
| Četnost | ne | 7 | 14 | 15 | 13 | 12 | 61 |
| Sloupc. četn. | | 22,58% | 31,11% | 28,30% | 56,52% | 22,22% | |
| Řádk. četn. | | 11,48% | 22,95% | 24,59% | 21,31% | 19,67% | |
| Celková četn. | | 3,40% | 6,80% | 7,28% | 6,31% | 5,83% | 29,61% |
| Četnost | Vš. skup. | 31 | 45 | 53 | 23 | 54 | 206 |
| Celková četn. | | 15,05% | 21,84% | 25,73% | 11,17% | 26,21% | |

| Statist. : Znalost SO(2) x Počet obyvatel(5) (data) | | | |
|---|------------|------|----------|
| Statist. | Chí-kvadr. | sv | p |
| Pearsonův chí-kv. | 10,23295 | df=4 | p=,03668 |
| M-V chí-kvadr. | 9,535385 | df=4 | p=,04903 |
| Fi | ,2228778 | | |
| Kontingenční koeficient | ,2175402 | | |
| Cramér. V | ,2228778 | | |

Zdroj tabulek: Výstup z programu STATISTICA 10 v rámci testování hypotéz, data jsou z dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace

Příloha č. 26: Testování závislosti mezi počtem znalých spotřebitelských organizací a pohlavím

| Počet SO | 2-rozměrná tabulka: Pozorované četnosti (data) | | |
|---------------|--|--------------|--------------|
| | Pohlaví Muž | Pohlaví Žena | Řádk. součty |
| 0 | 30 | 31 | 61 |
| 1 | 36 | 33 | 69 |
| 2 | 20 | 30 | 50 |
| 3 a více | 9 | 17 | 26 |
| Sloupce celk. | 95 | 111 | 206 |

| Počet SO | Kontingenční tabulka (data) | | | |
|---------------|-----------------------------|--------------|--------------|--------|
| | Pohlaví Muž | Pohlaví Žena | Řádk. součty | |
| Četnost | 0 | 30 | 31 | 61 |
| Sloupc. četn. | | 31,58% | 27,93% | |
| Řádk. četn. | | 49,18% | 50,82% | |
| Celková četn. | | 14,56% | 15,05% | 29,61% |
| Četnost | 1 | 36 | 33 | 69 |
| Sloupc. četn. | | 37,89% | 29,73% | |
| Řádk. četn. | | 52,17% | 47,83% | |
| Celková četn. | | 17,48% | 16,02% | 33,50% |
| Četnost | 2 | 20 | 30 | 50 |
| Sloupc. četn. | | 21,05% | 27,03% | |
| Řádk. četn. | | 40,00% | 60,00% | |
| Celková četn. | | 9,71% | 14,56% | 24,27% |
| Četnost | 3 a více | 9 | 17 | 26 |
| Sloupc. četn. | | 9,47% | 15,32% | |
| Řádk. četn. | | 34,62% | 65,38% | |
| Celková četn. | | 4,37% | 8,25% | 12,62% |
| Četnost | Vš. skup. | 95 | 111 | 206 |
| Celková četn. | | 46,12% | 53,88% | |

| Statist. | Statist. : Počet SO(4) x Pohlaví(2) (data) | | |
|-------------------------|--|------|----------|
| | Chí-kvadr. | sv | p |
| Pearsonův chí-kv. | 3,386075 | df=3 | p=,33584 |
| M-V chí-kvadr. | 3,418380 | df=3 | p=,33150 |
| Fí | ,1282079 | | |
| Kontingenční koeficient | ,1271670 | | |
| Cramér. V | ,1282079 | | |

Zdroj tabulek: Výstup z programu STATISTICA 10 v rámci testování hypotéz, data jsou z dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace

Příloha č. 27: Testování závislosti mezi počtem znalých spotřebitelských organizací a věkem

| Kontingenční tabulka (data) | | | | | | |
|-----------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|-----------------|
| Tab. : | | | | | | |
| Počet SO | Věk 15 až 25 let | Věk 26 až 35 let | Věk 36 až 45 let | Věk 46 až 55 let | Věk 56 let a více | Řádk. součty |
| 0 | 15 | 11 | 15 | 8 | 12 | 61 |
| 1 | 26 | 2 | 13 | 16 | 12 | 69 |
| 2 | 14 | 14 | 7 | 10 | 5 | 50 |
| 3 a více | 11 | 6 | 3 | 6 | 0 | 26 |
| Vš. skup. | 66 | 33 | 38 | 40 | 29 | 206 |

| Kontingenční tabulka (data) | | | | | | | |
|-----------------------------|-----------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|-----------------|
| Tab. : | | | | | | | |
| | Počet SO | Věk 15 až 25 let | Věk 26 až 35 let | Věk 36 až 45 let | Věk 46 až 55 let | Věk 56 let a více | Řádk. součty |
| Četnost | 0 | 15 | 11 | 15 | 8 | 12 | 61 |
| Sloupc. četn. | | 22,73% | 33,33% | 39,47% | 20,00% | 41,38% | |
| Řádk. četn. | | 24,59% | 18,03% | 24,59% | 13,11% | 19,67% | |
| Celková četn. | | 7,28% | 5,34% | 7,28% | 3,88% | 5,83% | 29,61% |
| Četnost | 1 | 26 | 2 | 13 | 16 | 12 | 69 |
| Sloupc. četn. | | 39,39% | 6,06% | 34,21% | 40,00% | 41,38% | |
| Řádk. četn. | | 37,68% | 2,90% | 18,84% | 23,19% | 17,39% | |
| Celková četn. | | 12,62% | 0,97% | 6,31% | 7,77% | 5,83% | 33,50% |
| Četnost | 2 | 14 | 14 | 7 | 10 | 5 | 50 |
| Sloupc. četn. | | 21,21% | 42,42% | 18,42% | 25,00% | 17,24% | |
| Řádk. četn. | | 28,00% | 28,00% | 14,00% | 20,00% | 10,00% | |
| Celková četn. | | 6,80% | 6,80% | 3,40% | 4,85% | 2,43% | 24,27% |
| Četnost | 3 a více | 11 | 6 | 3 | 6 | 0 | 26 |
| Sloupc. četn. | | 16,67% | 18,18% | 7,89% | 15,00% | 0,00% | |
| Řádk. četn. | | 42,31% | 23,08% | 11,54% | 23,08% | 0,00% | |
| Celková četn. | | 5,34% | 2,91% | 1,46% | 2,91% | 0,00% | 12,62% |
| Četnost | Vš. skup. | 66 | 33 | 38 | 40 | 29 | 206 |
| Celková četn. | | 32,04% | 16,02% | 18,45% | 19,42% | 14,08% | |

| Statist. | Statist. : Počet SO(4) x Věk(5) (data) | | |
|-------------------------|--|-------|----------|
| | Chí-kvadr. | sv | p |
| Pearsonův chí-kv. | 26,25923 | df=12 | p=,00986 |
| M-V chí-kvadr. | 32,86642 | df=12 | p=,00102 |
| Fí | ,3570322 | | |
| Kontingenční koeficient | ,3362440 | | |
| Cramér. V | ,2061327 | | |

Zdroj tabulek: Výstup z programu STATISTICA 10 v rámci testování hypotéz, data jsou z dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace

Příloha č. 28: Testování závislosti mezi počtem znalých spotřebitelských organizací a vzděláním

| Kontingenční tabulka (data) | | | | |
|-----------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|--------------|
| Tab. : | | | | |
| Počet SO | Vzdělání Vysokoškolské + VOŠ | Vzdělání Středoškolské s maturitou | Vzdělání Základní + Střední bez maturity | Řádk. součty |
| 0 | 9 | 41 | 11 | 61 |
| 1 | 14 | 38 | 17 | 69 |
| 2 | 15 | 34 | 1 | 50 |
| 3 a více | 13 | 11 | 2 | 26 |
| Vš. skup. | 51 | 124 | 31 | 206 |

| Kontingenční tabulka (data) | | | | | |
|-----------------------------|-----------|------------------------------|------------------------------------|--|--------------|
| Tab. : | | | | | |
| | Počet SO | Vzdělání Vysokoškolské + VOŠ | Vzdělání Středoškolské s maturitou | Vzdělání Základní + Střední bez maturity | Řádk. součty |
| Četnost | 0 | 9 | 41 | 11 | 61 |
| Sloupc. četn. | | 17,65% | 33,06% | 35,48% | |
| Řádk. četn. | | 14,75% | 67,21% | 18,03% | |
| Celková četn. | | 4,37% | 19,90% | 5,34% | 29,61% |
| Četnost | 1 | 14 | 38 | 17 | 69 |
| Sloupc. četn. | | 27,45% | 30,65% | 54,84% | |
| Řádk. četn. | | 20,29% | 55,07% | 24,64% | |
| Celková četn. | | 6,80% | 18,45% | 8,25% | 33,50% |
| Četnost | 2 | 15 | 34 | 1 | 50 |
| Sloupc. četn. | | 29,41% | 27,42% | 3,23% | |
| Řádk. četn. | | 30,00% | 68,00% | 2,00% | |
| Celková četn. | | 7,28% | 16,50% | 0,49% | 24,27% |
| Četnost | 3 a více | 13 | 11 | 2 | 26 |
| Sloupc. četn. | | 25,49% | 8,87% | 6,45% | |
| Řádk. četn. | | 50,00% | 42,31% | 7,69% | |
| Celková četn. | | 6,31% | 5,34% | 0,97% | 12,62% |
| Četnost | Vš. skup. | 51 | 124 | 31 | 206 |
| Celková četn. | | 24,76% | 60,19% | 15,05% | |

| Statist. : Počet SO(4) x Vzdělání(3) (data) | | | |
|---|------------|------|----------|
| Statist. | Chi-kvadr. | sv | p |
| Pearsonův chi-kv. | 24,12583 | df=6 | p=,00050 |
| M-V chi-kvadr. | 25,99015 | df=6 | p=,00022 |
| Fí | ,3422217 | | |
| Kontingenční koeficient | ,3237863 | | |
| Cramér. V | ,2419873 | | |

Zdroj tabulek: Výstup z programu STATISTICA 10 v rámci testování hypotéz, data jsou z dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace

Příloha č. 29: Testování závislosti mezi počtem znalých spotřebitelských organizací a velikostí trvalého bydliště

| Kontingenční tabulka (data) | | | | | |
|-----------------------------|--|---|--|--|-----------------|
| Tab. : | | | | | |
| Počet SO | Počet obyvatel Do 5 000 obyvatel | Počet obyvatel 5 001 až 10 000 obyvatel | Počet obyvatel 10 001 až 30 000 obyvatel | Počet obyvatel Nad 30 001 obyvatel | Řádk. součty |
| 0 | 7 | 14 | 15 | 25 | 61 |
| 1 | 14 | 12 | 20 | 23 | 69 |
| 2 | 4 | 15 | 11 | 20 | 50 |
| 3 a více | 6 | 4 | 7 | 9 | 26 |
| Vš.skup. | 31 | 45 | 53 | 77 | 206 |

| Kontingenční tabulka (data) | | | | | | |
|-----------------------------|-------------|---|---|--|---|-----------------|
| Tab. : | | | | | | |
| | Počet SO | Počet obyvatel Do 5 000 obyvatel | Počet obyvatel 5 001 až 10 000 obyvatel | Počet obyvatel 10 001 až 30 000 obyvatel | Počet obyvatel Nad 30 001 obyvatel | Řádk. součty |
| Četnost | 0 | 7 | 14 | 15 | 25 | 61 |
| Sloupc. četn. | | 22,58% | 31,11% | 28,30% | 32,47% | |
| Řádk. četn. | | 11,48% | 22,95% | 24,59% | 40,98% | |
| Celková četn. | | 3,40% | 6,80% | 7,28% | 12,14% | 29,61% |
| Četnost | 1 | 14 | 12 | 20 | 23 | 69 |
| Sloupc. četn. | | 45,16% | 26,67% | 37,74% | 29,87% | |
| Řádk. četn. | | 20,29% | 17,39% | 28,99% | 33,33% | |
| Celková četn. | | 6,80% | 5,83% | 9,71% | 11,17% | 33,50% |
| Četnost | 2 | 4 | 15 | 11 | 20 | 50 |
| Sloupc. četn. | | 12,90% | 33,33% | 20,75% | 25,97% | |
| Řádk. četn. | | 8,00% | 30,00% | 22,00% | 40,00% | |
| Celková četn. | | 1,94% | 7,28% | 5,34% | 9,71% | 24,27% |
| Četnost | 3 a více | 6 | 4 | 7 | 9 | 26 |
| Sloupc. četn. | | 19,35% | 8,89% | 13,21% | 11,69% | |
| Řádk. četn. | | 23,08% | 15,38% | 26,92% | 34,62% | |
| Celková četn. | | 2,91% | 1,94% | 3,40% | 4,37% | 12,62% |
| Četnost | Vš.skup. | 31 | 45 | 53 | 77 | 206 |
| Celková četn. | | 15,05% | 21,84% | 25,73% | 37,38% | |

| Statist. | Statist. : Počet SO(4) x Počet obyvatel(4) (data) | | |
|-------------------------|---|------|----------|
| | Chí-kvadr. | sv | p |
| Pearsonův chí-kv. | 8,480119 | df=9 | p=,48658 |
| M-V chí-kvadr. | 8,538678 | df=9 | p=,48090 |
| Fí | ,2028931 | | |
| Kontingenční koeficient | ,1988417 | | |
| Cramér. V | ,1171404 | | |

Zdroj tabulek: Výstup z programu STATISTICA 10 v rámci testování hypotéz, data jsou z dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace

Příloha č. 30: Testování závislostí mezi uplatňováním spotřebitelských práv a pohlavím

| 2-rozměrná tabulka: Pozorované četnosti (data) | | | |
|--|-------------|--------------|--------------|
| Uplatňování SP | Pohlaví Muž | Pohlaví Žena | Řádk. součty |
| Ano | 17 | 48 | 65 |
| Ne | 78 | 63 | 141 |
| Sloupce celk. | 95 | 111 | 206 |

| Kontingenční tabulka (data) | | | | |
|-----------------------------|----------------|-------------|--------------|--------------|
| Tab. : | | | | |
| | Uplatňování SP | Pohlaví Muž | Pohlaví Žena | Řádk. součty |
| Četnost | Ano | 17 | 48 | 65 |
| Sloupc. četn. | | 17,89% | 43,24% | |
| Řádk. četn. | | 26,15% | 73,85% | |
| Celková četn. | | 8,25% | 23,30% | 31,55% |
| Četnost | Ne | 78 | 63 | 141 |
| Sloupc. četn. | | 82,11% | 56,76% | |
| Řádk. četn. | | 55,32% | 44,68% | |
| Celková četn. | | 37,86% | 30,58% | 68,45% |
| Četnost | Vš. skup. | 95 | 111 | 206 |
| Celková četn. | | 46,12% | 53,88% | |

| Statist. : Uplatňování SP(2) x Pohlaví(2) (data) | | | |
|--|------------|------|----------|
| Statist. | Chi-kvadr. | sv | p |
| Pearsonův chí-kv. | 15,22952 | df=1 | p=,00010 |
| M-V chí-kvadr. | 15,75814 | df=1 | p=,00007 |
| Yatesův chí-kv. | 14,07844 | df=1 | p=,00018 |
| Fisherův přesný, 1-str. | | | p=,00007 |
| Fisherův přesný, 2-str. | | | p=,00009 |
| McNemarův chí-kv. (A/D) | 25,31250 | df=1 | p=,00000 |
| McNemarův chí-kv. (B/C) | 6,674603 | df=1 | p=,00978 |
| Fí pro tabulky 2 x 2 | -,271900 | | |
| Tetrachorická korelace | -,439957 | | |
| Kontingenční koeficient | ,2623744 | | |

Zdroj tabulek: Výstup z programu STATISTICA 10 v rámci testování hypotéz, data jsou z dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace

Příloha č. 31: Testování závislosti mezi uplatňováním spotřebitelského práva a věkem

| Kontingenční tabulka (data) | | | | | | |
|-----------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|--------------|
| Tab. : | | | | | | |
| Uplatňování SP | Věk 15 až 25 let | Věk 26 až 35 let | Věk 36 až 45 let | Věk 46 až 55 let | Věk 56 let a více | Řádk. součty |
| Ne | 42 | 21 | 28 | 26 | 24 | 141 |
| Ano | 24 | 12 | 10 | 14 | 5 | 65 |
| Vš. skup. | 66 | 33 | 38 | 40 | 29 | 206 |

| Kontingenční tabulka (data) | | | | | | | |
|-----------------------------|---------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|--------------|
| Tab. : | | | | | | | |
| | Uplatňován SP | Věk 15 až 25 let | Věk 26 až 35 let | Věk 36 až 45 let | Věk 46 až 55 let | Věk 56 let a více | Řádk. součty |
| Četnost | Ne | 42 | 21 | 28 | 26 | 24 | 141 |
| Sloupc. četn. | | 63,64% | 63,64% | 73,68% | 65,00% | 82,76% | |
| Řádk. četn. | | 29,79% | 14,89% | 19,86% | 18,44% | 17,02% | |
| Celková četn. | | 20,39% | 10,19% | 13,59% | 12,62% | 11,65% | 68,45% |
| Četnost | Ano | 24 | 12 | 10 | 14 | 5 | 65 |
| Sloupc. četn. | | 36,36% | 36,36% | 26,32% | 35,00% | 17,24% | |
| Řádk. četn. | | 36,92% | 18,46% | 15,38% | 21,54% | 7,69% | |
| Celková četn. | | 11,65% | 5,83% | 4,85% | 6,80% | 2,43% | 31,55% |
| Četnost | Vš. skup. | 66 | 33 | 38 | 40 | 29 | 206 |
| Celková četn. | | 32,04% | 16,02% | 18,45% | 19,42% | 14,08% | |

| Statist. | Statist. : Uplatňování SP(2) x Věk(5) (data) | | |
|-------------------------|--|------|----------|
| | Chí-kvadr. | sv | p |
| Pearsonův chí-kv. | 4,513765 | df=4 | p=,34092 |
| M-V chí-kvadr. | 4,819636 | df=4 | p=,30631 |
| Fí | ,1480253 | | |
| Kontingenční koeficient | ,1464297 | | |
| Cramér. V | ,1480253 | | |

Zdroj tabulek: Výstup z programu STATISTICA 10 v rámci testování hypotéz, data jsou z dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace

Příloha č. 32: Testování závislosti mezi hodnocením úrovně ochrany spotřebitele a pohlavím

| 2-rozměrná tabulka: Pozorované četnosti (data) | | | |
|--|-------------|--------------|--------------|
| Hodnocení | Pohlaví Muž | Pohlaví Žena | Řádk. součty |
| Dobrá | 21 | 23 | 44 |
| Průměrná | 49 | 76 | 125 |
| Špatná | 25 | 12 | 37 |
| Sloupce celk. | 95 | 111 | 206 |

| Kontingenční tabulka (data) | | | | |
|-----------------------------|-----------|-------------|--------------|--------------|
| Tab. : | | | | |
| | Hodnocení | Pohlaví Muž | Pohlaví Žena | Řádk. součty |
| Četnost | Dobrá | 21 | 23 | 44 |
| Sloupc. četn. | | 22,11% | 20,72% | |
| Řádk. četn. | | 47,73% | 52,27% | |
| Celková četn. | | 10,19% | 11,17% | 21,36% |
| Četnost | Průměrná | 49 | 76 | 125 |
| Sloupc. četn. | | 51,58% | 68,47% | |
| Řádk. četn. | | 39,20% | 60,80% | |
| Celková četn. | | 23,79% | 36,89% | 60,68% |
| Četnost | Špatná | 25 | 12 | 37 |
| Sloupc. četn. | | 26,32% | 10,81% | |
| Řádk. četn. | | 67,57% | 32,43% | |
| Celková četn. | | 12,14% | 5,83% | 17,96% |
| Četnost | Vš. skup. | 95 | 111 | 206 |
| Celková četn. | | 46,12% | 53,88% | |

| Statist. : Hodnocení(3) x Pohlaví(2) (data) | | | |
|---|------------|------|----------|
| Statist. | Chi-kvadr. | sv | p |
| Pearsonův chí-kv. | 9,303885 | df=2 | p=,00954 |
| M-V chí-kvadr. | 9,391704 | df=2 | p=,00913 |
| Fí | ,2125194 | | |
| Kontingenční koeficient | ,2078769 | | |
| Cramér. V | ,2125194 | | |

Zdroj tabulek: Výstup z programu STATISTICA 10 v rámci testování hypotéz, data jsou z dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace

Příloha č. 33: Testování závislostí mezi hodnocením úrovně ochrany spotřebitele a věkem

| Kontingenční tabulka (data) | | | | | | |
|-----------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|-----------------|
| Tab. : | | | | | | |
| Hodnocení | Věk 15 až 25 let | Věk 26 až 35 let | Věk 36 až 45 let | Věk 46 až 55 let | Věk 56 let a více | Řádk. součty |
| Průměrná | 50 | 17 | 19 | 24 | 15 | 125 |
| Dobrá | 12 | 8 | 9 | 11 | 4 | 44 |
| Špatná | 4 | 8 | 10 | 5 | 10 | 37 |
| Vš. skup. | 66 | 33 | 38 | 40 | 29 | 206 |

| Kontingenční tabulka (data) | | | | | | | |
|-----------------------------|-----------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|-----------------|
| Tab. : | | | | | | | |
| | Hodnocení | Věk 15 až 25 let | Věk 26 až 35 let | Věk 36 až 45 let | Věk 46 až 55 let | Věk 56 let a více | Řádk. součty |
| Četnost | Průměrná | 50 | 17 | 19 | 24 | 15 | 125 |
| Sloupc. četn. | | 75,76% | 51,52% | 50,00% | 60,00% | 51,72% | |
| Řádk. četn. | | 40,00% | 13,60% | 15,20% | 19,20% | 12,00% | |
| Celková četn. | | 24,27% | 8,25% | 9,22% | 11,65% | 7,28% | 60,68% |
| Četnost | Dobrá | 12 | 8 | 9 | 11 | 4 | 44 |
| Sloupc. četn. | | 18,18% | 24,24% | 23,68% | 27,50% | 13,79% | |
| Řádk. četn. | | 27,27% | 18,18% | 20,45% | 25,00% | 9,09% | |
| Celková četn. | | 5,83% | 3,88% | 4,37% | 5,34% | 1,94% | 21,36% |
| Četnost | Špatná | 4 | 8 | 10 | 5 | 10 | 37 |
| Sloupc. četn. | | 6,06% | 24,24% | 26,32% | 12,50% | 34,48% | |
| Řádk. četn. | | 10,81% | 21,62% | 27,03% | 13,51% | 27,03% | |
| Celková četn. | | 1,94% | 3,88% | 4,85% | 2,43% | 4,85% | 17,96% |
| Četnost | Vš. skup. | 66 | 33 | 38 | 40 | 29 | 206 |
| Celková četn. | | 32,04% | 16,02% | 18,45% | 19,42% | 14,08% | |

| Statist. | Statist. : Hodnocení(3) x Věk(5) (data) | | |
|-------------------------|---|------|----------|
| | Chi-kvadr. | sv | p |
| Pearsonův chí-kv. | 18,52729 | df=8 | p=,01760 |
| M-V chí-kvadr. | 19,18639 | df=8 | p=,01389 |
| Fí | ,2998971 | | |
| Kontingenční koeficient | ,2872575 | | |
| Cramér. V | ,2120593 | | |

Zdroj tabulek: Výstup z programu STATISTICA 10 v rámci testování hypotéz, data jsou z dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace

Příloha č. 34: Testování závislosti mezi hodnocením úrovně ochrany spotřebitele a spotřebiteli, kteří měli problém s uplatňováním spotřebitelského práva

| Kontingenční tabulka (data) | | | |
|-----------------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------|
| Tab. : | | | |
| Hodnocení SO | Problém s uplatňováním SP Ne | Problém s uplatňováním SP Ano | Řádk. součty |
| Průměrná | 11 | 10 | 21 |
| Dobrá | 5 | 7 | 12 |
| Špatná | 2 | 11 | 13 |
| Vš.skup. | 18 | 28 | 46 |

| Kontingenční tabulka (data) | | | | |
|-----------------------------|--------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------|
| Tab. : | | | | |
| | Hodnocení SO | Problém s uplatňováním SP Ne | Problém s uplatňováním SP Ano | Řádk. součty |
| Četnost | Průměrná | 11 | 10 | 21 |
| Sloupc. četn. | | 61,11% | 35,71% | |
| Řádk. četn. | | 52,38% | 47,62% | |
| Celková četn. | | 23,91% | 21,74% | 45,65% |
| Četnost | Dobrá | 5 | 7 | 12 |
| Sloupc. četn. | | 27,78% | 25,00% | |
| Řádk. četn. | | 41,67% | 58,33% | |
| Celková četn. | | 10,87% | 15,22% | 26,09% |
| Četnost | Špatná | 2 | 11 | 13 |
| Sloupc. četn. | | 11,11% | 39,29% | |
| Řádk. četn. | | 15,38% | 84,62% | |
| Celková četn. | | 4,35% | 23,91% | 28,26% |
| Četnost | Vš.skup. | 18 | 28 | 46 |
| Celková četn. | | 39,13% | 60,87% | |

| Statist. | Statist. : Hodnocení SO(3) x Problém s uplatňováním SP(2) (data) | | |
|-------------------------|--|------|----------|
| | Chi-kvadr. | sv | p |
| Pearsonův chí-kv. | 4,657938 | df=2 | p=,09740 |
| M-V chí-kvadr. | 5,050591 | df=2 | p=,08003 |
| Fí | ,3182130 | | |
| Kontingenční koeficient | ,3032306 | | |
| Cramér. V | ,3182130 | | |

Zdroj tabulek: Výstup z programu STATISTICA 10 v rámci testování hypotéz, data jsou z dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace

Příloha č. 35: Testování závislosti mezi znalostí organizace dTestu a označení, zda organizace testují výrobky

| 2-rozměrná tabulka: Pozorované četnosti (data) | | | |
|--|-----------------|----------------|--------------|
| Organizace testují | Znají dTest ano | Znají dTest ne | Řádk. součty |
| ano | 118 | 23 | 141 |
| ne | 4 | 61 | 65 |
| Vš. skup. | 122 | 84 | 206 |

| Kontingenční tabulka (data) | | | | |
|-----------------------------|--------------------|-----------------|----------------|--------------|
| Tab. : | | | | |
| | Organizace testují | Znají dTest ano | Znají dTest ne | Řádk. součty |
| Četnost | ano | 118 | 23 | 141 |
| Sloupc. četn. | | 96,72% | 27,38% | |
| Řádk. četn. | | 83,69% | 16,31% | |
| Celková četn. | | 57,28% | 11,17% | 68,45% |
| Četnost | ne | 4 | 61 | 65 |
| Sloupc. četn. | | 3,28% | 72,62% | |
| Řádk. četn. | | 6,15% | 93,85% | |
| Celková četn. | | 1,94% | 29,61% | 31,55% |
| Četnost | Vš. skup. | 122 | 84 | 206 |
| Celková četn. | | 59,22% | 40,78% | |

| Statist. | Statist. : Organizace testují(2) x Znají dTest vč. 0(2) (data) | | |
|-------------------------|--|------|----------|
| | Chi-kvadr. | sv | p |
| Pearsonův chí-kv. | 110,7506 | df=1 | p=0,0000 |
| M-V chí-kvadr. | 123,0373 | df=1 | p=0,0000 |
| Yatesův chí-kv. | 107,5632 | df=1 | p=0,0000 |
| Fisherův přesný, 1-str. | | | p=0,0000 |
| Fisherův přesný, 2-str. | | | p=,00000 |
| McNemarův chí-kv. (A/D) | 17,51955 | df=1 | p=,00003 |
| McNemarův chí-kv. (B/C) | 12,00000 | df=1 | p=,00053 |
| Fi pro tabulky 2 x 2 | ,7332286 | | |
| Tetrachorická korelace | ,9365711 | | |
| Kontingenční koeficient | ,5913088 | | |

Zdroj tabulek: Výstup z programu STATISTICA 10 v rámci testování hypotéz, data jsou z dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace

Příloha č. 36: Testování závislosti mezi znalostí organizace dTestu či alespoň jedné organizace a označení, zda organizace testují výrobky

2-rozměrná tabulka: Pozorované četnosti (data)

| Organizace testují | Znají dTest ano | Znají dTest ne | Řádk. součty |
|--------------------|-----------------|----------------|--------------|
| ano | 118 | 3 | 121 |
| ne | 4 | 20 | 24 |
| Vš.skup. | 122 | 23 | 145 |

Kontingenční tabulka (data)
Tab. :

| | Organizace testují | Znají dTest ano | Znají dTest ne | Řádk. součty |
|---------------|--------------------|-----------------|----------------|--------------|
| Četnost | ano | 118 | 3 | 121 |
| Sloupc. četn. | | 96,72% | 13,04% | |
| Řádk. četn. | | 97,52% | 2,48% | |
| Celková četn. | | 81,38% | 2,07% | 83,45% |
| Četnost | ne | 4 | 20 | 24 |
| Sloupc. četn. | | 3,28% | 86,96% | |
| Řádk. četn. | | 16,67% | 83,33% | |
| Celková četn. | | 2,76% | 13,79% | 16,55% |
| Četnost | Vš.skup. | 122 | 23 | 145 |
| Celková četn. | | 84,14% | 15,86% | |

Statist. : Organizace testují(2) x Znají dTest(2) (data)

| Statist. | Chi-kvadr. | sv | p |
|-------------------------|------------|------|----------|
| Pearsonův chí-kv. | 98,10246 | df=1 | p=0,0000 |
| M-V chí-kvadr. | 77,10391 | df=1 | p=0,0000 |
| Yatesův chí-kv. | 92,13771 | df=1 | p=0,0000 |
| Fisherův přesný, 1-str. | | | p=,00000 |
| Fisherův přesný, 2-str. | | | p=,00000 |
| McNemarův chí-kv. (A/D) | 68,18116 | df=1 | p=,00000 |
| McNemarův chí-kv. (B/C) | 0,000000 | df=1 | p=1,0000 |
| Fí pro tabulky 2 x 2 | ,8225380 | | |
| Tetrachorická korelace | ,9701439 | | |
| Kontingenční koeficient | ,6352509 | | |

Zdroj tabulek: Výstup z programu STATISTICA 10 v rámci testování hypotéz, data jsou z dotazníkového šetření Spotřebitelské organizace

Příloha č. 37: Kontakty a provozní doby telefonického poradenství spotřebitelských organizací

| Organizace | Telefonické poradenství | | | Provozní doba telefonické poradny | |
|--|-------------------------|---|--------|---|--------------|
| | Telefonické poradenství | Telefonní číslo | Zdarma | Dny | Hodiny |
| Sdružení českých spotřebitelů | ano | 495 215 266 | ano | Po, St, Pá | 9:00 - 16:00 |
| Občanské sdružení spotřebitelů TEST (dTest) | ano | 299 149 009, 222 767 221 | ano | Po - Pá | 9:00 - 17:00 |
| Generation Europe | ne | X | X | X | X |
| Asociace občanských poraden | ano | v závislost na konkrétní občanské poradně | ano | v závislost na konkrétní občanské poradně | |
| Občanské sdružení pro bezpečnost potravin a ochranu spotřebitele | ne | X | X | X | X |
| Sdružení obrany spotřebitelů Asociace | ano | 900 10 10 10 | ne | Po - Pá | 9:00 - 18:00 |
| Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska | ano | 606 382 280, 596 111 252, 608 722 582 | ano | Po - Pá | 9:00 - 16:00 |
| Spotřebitel net | ano | 775 476 080, 776 476 090 | ano | Po - Pá | 9:00 - 17:00 |

Zdroj: Informace jednotlivých spotřebitelských sdružení ohledně telefonického poradenství

Příloha č. 38: První spotřebitelský dotaz

| První spotřebitelský dotaz o reklamaci obuvi | | | | | | |
|--|-----------------|------------|-------|-------|--------------|--|
| Název organizace | Telefonní číslo | Datum | Den | Čas | Délka hovoru | Rozhovor v bodech/Důvod neuskutečnění hovoru |
| Sdružení českých spotřebitelů | 495 215 266 | 25.10.2013 | pátek | 13:15 | 0:00 | nezvedání telefonu |
| | 495 215 266 | 25.10.2013 | pátek | 13:46 | 3:56 | reklamační protokol |
| | | | | | | znalecký posudek |
| | | | | | | odstoupení od kupní smlouvy |
| | | | | | | podnět ČOI dle § 16 zák. 634/1992 Sb. |
| | | | | | | pokuta prodejci |
| doporučení soudního znalce | | | | | | |
| dTest | 299 149 009 | 25.10.2013 | pátek | 13:15 | 4:42 | rozpor s kupní smlouvou |
| | | | | | | vada vznikla do 6 měsíců od zakoupení |
| | | | | | | prodejce musí dokázat opak |
| | | | | | | spotřebitel má silnější postavení |
| | | | | | | 2 možnosti (výměna za nové, vrácení peněz) |
| písemně vystavit protokol | | | | | | |
| 30 dní na vyřízení reklamace | | | | | | |
| Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska | 608 722 582 | 25.10.2013 | pátek | 13:15 | 0:00 | nezvedání telefonu |
| | 608 722 582 | 25.10.2013 | pátek | 13:53 | 8:10 | písemný protokol o zamítnutí reklamace |
| | | | | | | 30 denní lhůta |
| | | | | | | odstoupení od smlouvy |
| | | | | | | po uznání reklamace právo na odstranění vady, nárok na slevu, opravu |
| | | | | | | doprovodný list na účtu |
| | | | | | | soudní znalec |
| soud | | | | | | |
| Spotřebitel net | 775 476 080 | 25.10.2013 | pátek | 13:15 | 0:00 | telefon nedostupný/vypnutý |
| | 776 476 090 | 25.10.2013 | pátek | 14:05 | 0:00 | nezvedání telefonu |
| Občanské sdružení pro bezpečnost potravin a ochranu spotřebitele | 603 572 759 | 25.10.2013 | pátek | 13:15 | 0:00 | hlasová schránka |
| | 603 572 759 | 25.10.2013 | pátek | 13:35 | 1:30 | zavolal zpět |
| | | | | | | v důchodu, už nepracuje pro sdružení |
| odkázal na jinou spotřebitelskou organizaci | | | | | | |

Zdroj: Vlastní zpracování, telefonické rozhovory s jednotlivými spotřebitelskými organizacemi

Příloha č. 39: Druhý spotřebitelský dotaz

| Druhý spotřebitelský dotaz o vrácení notebooku zakoupeného přes internet | | | | | | |
|---|------------------------|--------------|------------|------------|---------------------|---|
| Název organizace | Telefonní číslo | Datum | Den | Čas | Délka hovoru | Rozhovor v bodech/Důvod neuskutečnění hovoru |
| Sdužení českých spotřebitelů | 495 215 266 | 30.10.2013 | středa | 15:20 | 1:19 | do 14 dnů bez udání důvodu dle občanského zákoníku |
| dTest | 222 767 221 | 30.10.2013 | středa | 15:23 | 0:42 | bez udání důvodu do 14 dní vrátit |
| Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska | 596 111 252 | 30.10.2013 | středa | 15:25 | 1:41 | při nákupu na dálku do 14 dnů doporučeně dodejkou poslat zpět notebook sepsání odstoupení od smlouvy a jakým způsobem chci vrátit peníze |
| Spotřebitel net | 775 476 080 | 30.10.2013 | středa | 15:30 | 1:35 | odstoupení od smlouvy do 14 dnů poslat zvlášť dodejkou dopis a zvlášť notebook |

Zdroj: Vlastní zpracování, telefonické rozhovory s jednotlivými spotřebitelskými organizacemi

Příloha č. 40: Třetí spotřebitelský dotaz

| Třetí spotřebitelský dotaz o reklamaci hodinek | | | | | | |
|---|------------------------|--------------|------------|------------|---------------------|--|
| Název organizace | Telefonní číslo | Datum | Den | Čas | Délka hovoru | Rozhovor v bodech/Důvod neuskutečnění hovoru |
| Sdružení českých spotřebitelů | 495 215 266 | 4.11.2013 | pondělí | 15:07 | 3:05 | 30 denní lhůta, pokud nebylo domluvena jiná |
| | | | | | | 31. den mít zboží k dispozici |
| | | | | | | právo vyžadovat výměnu zboží nebo odstoupení od smlouvy a vrácení peněz |
| | | | | | | nebo přistoupit na delší lhůtu |
| dTest | 299 149 009 | 4.11.2013 | pondělí | 15:18 | 0:00 | zaneprázdněná linka |
| | 299 149 009 | 4.11.2013 | pondělí | 15:28 | 1:45 | neopravitelné vady dopis o odstoupení od smlouvy kvůli nesplnění 30 denní lhůty |
| Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska | 606 382 280 | 4.11.2013 | pondělí | 15:12 | 2:15 | § 19, zákon o ochraně spotřebitele |
| | | | | | | § 622, občanský zákoník o neodstranitelné vadě |
| | | | | | | dvě možnosti (výměna zboží, odstoupení od smlouvy) zda spotřebitel nepodepsal, že souhlasí s prodlouženou reklamací na 60 dní |
| | | | | | | 30 dní od 2.dne, kdy byla reklamáce podána |
| Spotřebitel net | 775 476 080 | 4.11.2013 | pondělí | 15:20 | 4:05 | vada byla a neodstranili |
| | | | | | | odstoupení od smlouvy |
| | | | | | | ČOI - stížnost a pokuta |
| | | | | | | svědek do prodejny, že reklamáce není vyřízena nebo počkat dalších 14 dní |

Zdroj: Vlastní zpracování, telefonické rozhovory s jednotlivými spotřebitelskými organizacemi

Příloha č. 41: Přehled činností spotřebitelských organizací v České republice a na Slovensku

| Aktivní spotřebitelské organizace a jejich činnosti | | | | | | | | | |
|---|--------------|---------------|-----------------------------|--------------------|-------------|-------------------|------------|-----------------------------|----------------------|
| | Rok založení | Sídlo | Internetová adresa | Činnosti* | | | | | |
| | | | | poradenská činnost | informování | publikač. činnost | vzdělávání | zveřejňování výsledku testů | vlastní značka |
| ČESKÁ REPUBLIKA | | | | | | | | | |
| Sdružení českých spotřebitelů | 1990 | Praha | www.konzument.cz | ano | ano | ano | ano | ne | "Spokojený zákazník" |
| Občanské sdružení spotřebitelů TEST | 1992 | Praha | www.dtest.cz | ano | ano | ano | ano | ano | "Značka kvality" |
| Asociace občanských poraden | 1998 | Praha | www.obcanskeporadny.cz | ano | ne | ne | ano | ne | ne |
| Sdružení obrany spotřebitelů - Asociace | 2009 | Brno | www.asociace-sos.cz | ano | ano | ne | ano | ne | "GOS" |
| Sdružení obrany spotřebitelů MaS | 2009 | Ostrava | www.sos-msk.cz | ano | ano | ne | ano | ne | "OK" |
| Spotřebitel net | 2010 | Praha | www.spotrebitel.net | ano | ano | ano | ano | ne | "TOP" |
| SLOVENSKO | | | | | | | | | |
| Združenie slovenských spotrebiteľov | 1992 | Bratislava | www.zss.sk | ano | ne | ne | ano | ne | "Tu prídem zas" |
| Asociácia spotrebiteľských subjektov Slovenska | 1999 | Stará Ľubovňa | www.spotrebiteinfo.sk | ne | ano | ne | ne | ne | ne |
| Asociácia spotrebiteľov Slovenska | 2002 | Bratislava | www.www.test-magazin.sk | ne | ano | televize | ne | ano | ne |
| Združenie občianskej sebaobrody | 2003 | Bratislava | www.slovenskyspotrebitel.sk | ne | ne | ne | ne | ne | ne |

*Činnosti byly posuzovány dle aktuálních informací a dle aktivních činností vycházejících z internetových stránek jednotlivých organizací.
Zdroj: Vlastní zpracování