

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra práva**



**Bakalářská práce**

**Ochrana spotřebitele z pohledu vnitrostátního a  
evropského sekundárního práva**

**Tomáš Kopp**

© 2023 ČZU v Praze



# ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Tomáš Kopp

Podnikání a administrativa

Název práce

**Ochrana spotřebitele z pohledu vnitrostátního a evropského sekundárního práva**

Název anglicky

**Consumer protection under national legal regulation and secondary legislation of the EU**

---

## Cíle práce

Cílem bakalářské práce je na základě rozboru platné právní úpravy provést vyhodnocení problematiky ochrany spotřebitele z pohledu vnitrostátních právních předpisů, aplikace evropského sekundárního práva a z pohledu orgánů v ochraně činných a na základě vyhodnocení provedeného výzkumu navrhnout opatření k odstranění případně zjištěných nedostatků.

## Metodika

Shromáždění a prostudování literatury pro zpracování teoretické části zadané práce s využitím metody excerptce

- Roztřídění dle předem stanovených klíčových znaků a provedení obsahové analýzy právních textů jednotlivých částí
  - Získání podkladů pro analytickou část práce – konzultace s odborníky, rozhovory, statistická data
  - Vyhodnocení získaných dat metodou syntézy pro zpracování aplikační části práce.
  - Sumarizace výsledků, vlastní zjištění.
  - Vyhodnocení, diskuze a závěr s využitím metody komparace teoretické a aplikační části práce.
-

## Doporučený rozsah práce

30-40 stran

## Klíčová slova

spotřebitel, ochrana spotřebitele, spotřebitelské smlouvy, zákon č. 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele, směrnice, nařízení, Česká obchodní inspekce (ČOI), Evropská unie

---

## Doporučené zdroje informací

- HAVLÍK, Richard. Ochrana spotřebitele v EU při obchodování po internetu: implementace směrnic o ochraně spotřebitele 85/577/EHS (smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory) a 97/7/ES (smlouvy uzavřené na dálku) v zemích EU a změny v nové harmonizační směrnici o ochraně spotřebitele 2011/83/EU. Ostrava: Key Publishing v koedici s B. I. B. S, 2012. ISBN 978-80-7418-095-8
- HENDRYCH, Dušan. Správní právo: obecná část. 8. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2012. Právnické učebnice. ISBN 978-80-7179-254-3.
- JEMELKA, Luboš. Zákon o kontrole: komentář. V Praze: C.H. Beck, 2014. Beckovy komentáře. ISBN 978-80-7400-271-7.
- KLÍMA, Karel a Richard POMAHAČ. Evropské právo. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011, 579 s. ISBN 978-80-7380-335-3.
- ONDŘEJ, Jan a Květoslav RŮŽIČKA. Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele: ekonomické, právní a sociální aspekty. Praha: C.H. Beck, 2013, 365 s. ISBN 978-80-7400-446-9.
- POKORNÁ, Jarmila, Eva VEČERKOVÁ, Tereza LEVICKÁ a Jana DUDOVÁ. Ochrana spotřebitele proti nekalým obchodním praktikám podnikatelů. Praha: Wolters Kluwer, 2017. Právo prakticky. ISBN 978-80-7552-625-0
- PRŮCHA, P.: Správní právo. Vyd 1.-Brno: Masarykova univerzita Brno, 2004. ISBN 80-210-3350-9
- TOMÁŠEK, Michal, Vladimír TÝČ, David PETRLÍK, et al. Právo Evropské unie. 3. aktualizované vydání. Praha: Leges, 2021. Student (Leges). ISBN 978-80-7502-491-6
- VEČEŘA, Jiří. Ochrana spotřebitele v České republice a Evropské unii: (včetně úprav podle nového občanského zákoníku 2014) : právní stav k 1.1.2013. Praha: Leges, 2013. Praktík (Leges). ISBN 978-80-87576-34-2
- VÍTOVÁ, Blanka. Zákon o ochraně spotřebitele: komentář. Praha: Wolters Kluwer, 2016. Komentáře Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7478-984-7.
- 

## Předběžný termín obhajoby

2022/23 LS – PEF

## Vedoucí práce

JUDr. Jana Borská, Ph.D.

## Garantující pracoviště

Katedra práva

Elektronicky schváleno dne 8. 6. 2022

**JUDr. Jana Borská, Ph.D.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 27. 10. 2022

**doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 15. 03. 2023

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Ochrana spotřebitele z pohledu vnitrostátního a evropského sekundárního práva" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15. 3. 2023

---

## **Poděkování**

Rád bych touto cestou poděkoval JUDr. Janě Borské, Ph.D. za věcné rady a připomínky, ale i za trpělivost při zpracování práce a konzultacích. Dále bych chtěl poděkovat Ing. Mgr. Jiřímu Fröhlichovi za vstřícnost při poskytování rozhovoru. V neposlední řadě bych chtěl poděkovat i rodině a přátelům, kteří mě při studiu podporovali.

# Ochrana spotřebitele z pohledu vnitrostátního a evropského sekundárního práva

## Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá tématem ochrany spotřebitele z pohledu základních právních zdrojů této oblasti, a to z hlediska soukromého a veřejného práva České republiky a sekundárního práva Evropské unie. Cílem práce je vyhodnotit problematiku ochrany spotřebitele z již uvedených hledisek a v případě zjištěného nedostatku navrhnout řešení k jeho odstranění. Práce vysvětluje instituty podstatné pro porozumění problematice ochrany spotřebitele a zohledňuje jejich využití v praxi. V rámci teoretické části je na základě studia odborné literatury a zákonů popsáno postavení spotřebitele a podnikatele ve spotřebitelských vztazích, práva spotřebitelů plynoucí ze spotřebitelských smluv, vliv legislativy Evropské unie na podobu vnitrostátní regulace ochrany spotřebitele, povinnosti podnikatelů plynoucí z veřejného práva a činnost orgánů v ochraně činných se speciálním zaměřením na Českou obchodní inspekci. V části praktické je následně zohledněna kontrolní činnost České obchodní inspekce v oblasti ochrany spotřebitele za rok 2021, kterou doplňuje dotazníkové šetření provedené za účelem zjištění povědomí spotřebitelů o jejich právech a názoru podnikatelů na ně. V neposlední řadě je praktická část konkretizována rozhovorem s odborníkem, Ing. Mgr. Jiřím Fröhlichem, tiskovým mluvčím České obchodní inspekce. V závěru práce byla zjištěna spotřebitelova neznalost vlastních práv, přestože se při uzavírání spotřebitelských smluv cítí právní úpravou chráněn, následně bylo pro tuto situaci poskytnuto řešení. Přínosem bakalářské práce je kromě poskytnutého opatření i zohlednění novely oblasti ochrany spotřebitele.

**Klíčová slova:** spotřebitel, podnikatel, ochrana spotřebitele, spotřebitelské smlouvy, občanský zákoník, zákon o ochraně spotřebitele, směrnice, nařízení, Česká obchodní inspekce (ČOI), Evropská unie

# Consumer protection under national legal regulation and secondary legislation of the EU

## Abstract

This bachelor thesis deals with the topic of consumer protection from the perspective of the main legal sources of this area that being private and public law of the Czech republic and secondary legislation of the EU. The aim of this thesis is to evaluate the issue of consumer protection from said perspectives and to propose a solution in the event of discovered shortcomings. The thesis explains institutes necessary for understanding the issue of consumer protection and further reflects their use in practice. Within the scope of the theoretical part, it is further described the nature of consumer's and entrepreneur's position in consumer relations, the rights of consumers arising from consumer contracts, the impact of legislation of the EU on the form of national legal regulation regarding consumer protection, the obligations of entrepreneurs arising from public law and the activity of bodies active in this area with special focus on The Czech Trade Inspection Authority, all based upon the knowledge gathered from studying professional literature and legal acts. The practical part of this thesis subsequently reflects the inspectional authority of The Czech Trade Inspection Authority in the area of consumer protection in 2021, which is expanded upon with the means of a questionnaire carried out in order to discover consumer's awareness of their rights and entrepreneur's opinion of them. Last but not least, the practical part is elaborated upon with the interview with an expert in this area, that being Ing. Mgr. Jiří Fröhlich, spokesperson of The Czech Trade Inspection Authority. In the closing part of this paper, it was discovered that the consumer is unaware of consumer rights despite the fact that he feels sufficiently protected by legal regulation when entering consumer contracts, thus a solution to this situation was provided. The benefit of this thesis not only lies in said solution, it also lies in incorporating the newly adopted amendment of the area of consumer protection.

**Keywords:** consumer, entrepreneur, consumer protection, consumer contracts, Civil Code, the Consumer Protection Act, directives, regulations, The Czech Trade Inspection Authority (CTIA), European Union



# Obsah

<b>1 Úvod</b> .....	<b>9</b>
<b>2 Cíl práce a metodika</b> .....	<b>10</b>
2.1 Cíl práce .....	10
2.2 Metodika .....	10
<b>3 Teoretická část práce</b> .....	<b>14</b>
3.1 Vnitrostátní legislativní východiska a ochrana spotřebitele v soukromém a veřejném právu.....	14
3.2 Ochrana spotřebitele v soukromém právu.....	16
3.2.1 Pojem spotřebitele.....	16
3.2.2 Pojem podnikatele.....	18
3.2.3 Spotřebitelské smlouvy.....	20
3.2.3.1 Obecná ustanovení a zneužívající ujednání.....	20
3.2.3.2 Smlouvy uzavírané distančním způsobem a smlouvy uzavírané mimo obchodní prostory .....	25
3.2.3.3 Dočasné užívání ubytovacího zařízení a jiné rekreační služby, tzv. „timesharové smlouvy“.....	31
3.2.3.4 Práva z vadného plnění, dobrovolná záruka za jakost.....	32
3.3 Ochrana spotřebitele ve světle unijního práva .....	33
3.4 Ochrana spotřebitele ve veřejném právu.....	35
3.4.1 Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.....	35
3.4.2 Role správních orgánů a dalších subjektů v ochraně spotřebiteli .....	39
3.4.3 Česká obchodní inspekce (ČOI) .....	41
<b>4 Vlastní práce</b> .....	<b>46</b>
4.1 Statistická data .....	46
4.2 Dotazníkové šetření.....	55
4.3 Rozhovor s odborníkem .....	73
<b>5 Výsledky a diskuse</b> .....	<b>83</b>
5.1 Vzdělávací kampaň ČOI na středních školách.....	84
5.2 Vzdělávací kampaň ČOI v médiích .....	84
<b>6 Závěr</b> .....	<b>86</b>
<b>7 Seznam použitých zdrojů</b> .....	<b>88</b>
7.1 Literární zdroje.....	88
7.2 Právní předpisy.....	88
7.3 Internetové zdroje.....	89

<b>8</b>	<b>Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk</b> .....	<b>93</b>
8.1	Seznam obrázků .....	93
8.2	Seznam grafů.....	93
8.3	Seznam použitých zkratk.....	93
<b>Přílohy</b>	.....	<b>94</b>

# 1 Úvod

Ochrana slabší strany je jednou z integrálních částí novodobého soukromého a veřejného práva, není proto divu, že tuto úpravu zohledňuje i právní řád České republiky. Pod slabší stranu lze obecně zařadit široké spektrum osob v závislosti na situaci, ve které se aktuálně nachází, nicméně ochrany slabší strany se dostává mj. i spotřebitelům. Na základě této skutečnosti se spotřebitelé ocitají v unikátním postavení co do svých práv a povinností.

Jejich unikátnost spočívá, jak bude vymezeno dále v této práci, v neobvykle šetrném postoji zákona k právním ujednáním, jichž se spotřebitel účastní. Ať se již jedná o právo odstoupení od specifických typů spotřebitelských smluv ve stanovené lhůtě, které teoreticky narušuje zásadu *pacta sunt servanda*, neplatnost určitých ujednání, byť s nimi spotřebitel souhlasil nebo institucionální dohled veřejnoprávních orgánů, spotřebiteli se dostává speciální ochrany z důvodu jeho nezkušenosti, neznalosti. Zákon takové atributy dopředu předpokládá a snaží se omezit jejich negativní vliv tak, aby se mohl spotřebitel volně pohybovat na trhu bez strachu z uzavření nevýhodného právního vztahu. To je kontrastována odborností a profesionalitou podnikatele, se kterými se spotřebitel často do takového vztahu dostává, a na které jsou v souvislosti s ochranou spotřebitele naopak kladeny vyšší nároky a různé povinnosti.

Otázka ochrany spotřebitele je tématem aktuálním (ostatně to dokazuje i nedávná novelizace této oblasti), a to kvůli praktickým dopadům této problematiky. V běžném životě dochází k uzavření nemalého počtu smluv, v nichž osoby vystupují jako spotřebitelé, aniž by si svou pozici uvědomovaly, natož aby věděly, jaká práva z takové pozice plynou. Vlivem zmíněného tak mohou nastávat situace, kdy spotřebitel nevyužívá zákonných institutů sloužících k jeho ochraně jednoduše proto, že o takových institutech nemá povědomí. V extrémních případech podnikatelé takové neznalosti dokonce zneužívají za účelem vlastního obohacení. Nejedná se tedy o část práva, která by měla být veřejnosti cizí, nesrozumitelná, nedostupná, naopak s ohledem na její každodennost je v zájmu každého mít alespoň minimální přehled o svém postavení ve spotřebitelských vztazích. Tato práce vymezuje vybrané otázky ze spotřebitelské problematiky a s ohledem na shora zmíněné může působit jako možný úvod k porozumění specifické pozice spotřebitele.

## 2 Cíl práce a metodika

### 2.1 Cíl práce

Cílem bakalářské práce je na základě rozboru účinné právní úpravy provést vyhodnocení problematiky ochrany spotřebitele z pohledu vnitrostátních právních předpisů (a to včetně tzv. „spotřebitelské novely“ plynoucí ze zákona č. 374/2022 Sb., který nabyl účinnosti 6. 1. 2023), aplikace evropského sekundárního práva a z pohledu orgánů v ochraně činných a následně navrhnout opatření k odstranění zjištěných nedostatků. Cílem praktické části je na základě analýzy informací provést vyhodnocení získaných z teoretické části v praxi.

Prvním dílčím cílem je posoudit kontrolní činnost České obchodní inspekce v oblasti ochrany spotřebitele za rok 2021 ve vztahu k údajům z provedených kontrol a obdržených podnětů od spotřebitelů. Dalším dílčím cílem je na základě provedeného dotazníkového šetření vyhodnotit informovanost spotřebitelů o jejich postavení ve spotřebitelských vztazích a o právech z nich plynoucí a doplnit tyto hodnoty o názor podnikatelů na tuto problematiku. Třetím a posledním dílčím cílem je provedení rozhovoru s odborníkem z České obchodní inspekce, jehož účelem je získat přesnější informace o institutech vysvětlených v této práci a navrhnout potenciální řešení nedostatků.

### 2.2 Metodika

Bakalářská práce bude zahrnovat dvě části, a to část teoretickou a část praktickou, přičemž k odcitování příslušných zdrojů bude využito formy jednotně číslovaných poznámek pod čarou, načež budou tyto zdroje zohledněny i v seznamu použité literatury. Co se týká samotných zdrojů, v práci bude čerpáno z odborné literatury a důvodových zpráv k zákonům, jakož i příslušných webových stránek (typicky stránek institucí činných v ochraně spotřebitele), ale hlavně z právních předpisů účinných k datu odevzdání této práce.

Úprava ochrany spotřebitele byla do nemalé míry novelizována zákonem č. 374/2022 Sb. účinným k 6. 1. 2023, kterou tato práce reflektuje. S ohledem na limitovaný rozsah práce

je přesto nutné zmínit, že nelze obsáhnout kompletní materii této problematiky, a tudíž se výklad v teoretické části bude soustřeďovat na nejzásadnější instituty a v případě obsáhlých zákonných výčtů bude jmenovat některé příklady s odkazem na vyčerpávající ustanovení příslušných zákonů. Ve stejném smyslu je také nutno zmínit, že vzhledem k nedávné účinnosti takové změny na ni odborná literatura nestihla doposud zareagovat, proto bude u některých podkapitol teoretické části čerpáno především ze zákonů a důvodových zpráv k nim. V případě, že bude čerpáno ze zdrojů jiných (klidně i starších), je to především pro praktické příklady či vysvětlení. Práce tak bude v každém případě odpovídat právní úpravě účinné ke dni odevzdání.

Teoretickou část bude představovat obecný úvod do problematiky ochrany spotřebitele spolu s vysvětlením základních institutů na základě tří členění, a to z hlediska soukromoprávního, unijního sekundárního práva a konečně z pohledu veřejnoprávního, přičemž takové dělení odpovídá systematice podkapitol teoretické části. V soukromoprávním hledisku problematiky bude objasněna definice spotřebitele, podnikatele a obsah spotřebitelských smluv, zatímco v části unijního sekundárního práva bude přiblížen vliv směrnic a nařízení Evropské unie na vnitrostátní úpravu ochrany spotřebitele. V podkapitole veřejnoprávní bude stručně shrnuta povaha zásadního právního předpisu a bude vysvětlena činnost správních orgánů a organizací činných v ochraně spotřebitele se zaměřením na Českou obchodní inspekci.

Ke splnění prvního dílčího cíle budou shromážděna a následně analyzována statistická data z výročních zpráv České obchodní inspekce za pomoci kvantitativní metody kvantifikace a sumarizace dat, kdy bude v relevantních částech akcentován rozdíl oproti předchozím obdobím, načež budou určitá shrnutí zobrazena graficky pro lepší přehlednost.

K naplnění druhého dílčího cíle bude směřovat kvantitativní metoda průzkumu, a to dotazníkové šetření, jehož účelem bude zkoumat povědomí spotřebitelů o oblasti ochrany spotřebitele jako takové a také znalost práv, které z takové ochrany vyplývají. Dotazník se bude zároveň okrajově zabývat názorem podnikatelů na vymezenou problematiku a jejich zkušenosti s ní. Sběr dat bude prováděn v lednu až březnu 2023 za využití dvou dotazníkových formulářů, z nichž bude jeden pro spotřebitele a druhý pro podnikatele. Důvodem pro rozdělení dotazníkového šetření na dva formuláře dle skupin respondentů je

přehlednější vyhodnocení demografických dat a otázek jednotlivých skupin. Oba dotazníky budou vytvořeny na webové stránce Survio a budou následně rozesílány prostřednictvím sociálních sítí a umístěny do skupin respondentů, na které práce míří. Dotazníkové šetření bude mít dohromady 25 uzavřených otázek, z nichž některé budou pro všechny respondenty (tedy spotřebitele i podnikatele) stejné, některé budou specifické pouze pro spotřebitele a jiné zase pouze pro podnikatele.

První tři otázky budou pro obě skupiny stejné a budou se zabývat především pohlavím, věkem a dosaženým vzděláním respondentů, z povahy věci tak bude možná pouze jedna odpověď. Další dvě otázky budou oběma skupinám rovněž stejné, nicméně budou zkoumat osobní posouzení znalosti práv spotřebitele, a to obecně (jedna možná odpověď) i na vymezených příkladech (více možných odpovědí). Následující dvě otázky budou mířit na nedávnou změnu úpravy ochrany spotřebitele a jejich účel bude spočívat v reakci na legislativní změny ve spotřebitelské oblasti (jedna možná odpověď) a také na zdroje, z nichž takovou informaci získali (více možných odpovědí). Jako u předchozích otázek bude tato otázka společná oběma potenciálním respondentům. To samé se dá říct i o otázce další, která bude zkoumat znalost spotřebitelů a podnikatelů o činnosti Evropské unii v oblasti ochrany spotřebitele (jedna možná odpověď).

Mezi otázky, které budou specifické spotřebitelům a budou na ně moct odpovídat pouze oni, bude patřit:

- otázka týkající se zkušenosti s odstoupením od spotřebitelské smlouvy v zákonné lhůtě (jedna možná odpověď) a s tím spojená otázka z jakého zdroje se o takové možnosti spotřebitel dozvěděl (více možných odpovědí), jejímž účelem bude průzkum různých vlivů na spotřebitele,
- dotaz zohledňující osobní pocit spotřebitelů z nastavených právních institutů sloužících k jejich ochraně (jedna možná odpověď),
- otázka na znalost institucí, které jsou činné v oblasti ochrany spotřebitele (více možných odpovědí),
- dotaz týkající se zdrojů, ze kterých by spotřebitelé čerpali v eventuální nejistotě o svých právech (více možných odpovědí).

Mezi otázky, které budou specifické podnikatelům a budou na ně moct odpovídat pouze oni, bude patřit:

- dotaz ohledně plnění podnikatelské informační povinnosti (jedna možná odpověď),
- otázka mířící na skutečnost, zda ve styku s podnikatelem spotřebitel někdy uplatnil svá práva (jedna možná odpověď),
- dotaz, jehož podstatou je vyjádření osobního názoru podnikatele na právní úpravu ochrany spotřebitele (jedna možná odpověď),
- otázka, jejíž smysl spočívá ve zjištění, zda podnikatel zohledňuje ve stycích se spotřebitelem jeho práva (jedna možná odpověď).

K naplnění třetího dílčího cíle bude využito kvalitativní formy výzkumu, a to strukturovaného rozhovoru s odborníkem z České obchodní inspekce, jehož účelem bude získat přesnější informace o činnosti České obchodní inspekce, zjistit jeho názor na účinnou úpravu spotřebitelských práv, a nakonec navrhnout potenciální řešení nedostatků. Rozhovor bude nahráván na záznamník, doslovně přepsán do práce a dále zpracován. Dotyčný odborník bude o povaze rozhovoru a nahrávání dopředu informován.

V části výsledků a diskuse bude provedeno vyhodnocení získaných poznatků s využitím metody syntézy a komparace a případně budou navržena opatření ke zlepšení situace v této oblasti.

### 3 Teoretická část práce

#### 3.1 Vnitrostátní legislativní východiska a ochrana spotřebitele v soukromém a veřejném právu

K pochopení problematiky ochrany spotřebitele je zásadní vymezit její úpravu jak z pohledu práva soukromého, tak z pohledu práva veřejného.

Obecně se dá konstatovat, že (zpravidla) typickým znakem soukromého práva je tzv. konsensus, tedy souhlas, jehož prostřednictvím se osoby dobrovolně zavazují k plnění, načež jim z takového jednání vznikají určitá práva a povinnosti. Se soukromoprávní povahou se lze setkat např. u smluv, k jejichž uzavření je nutné mj. dobrovolné přijetí závazku. Tyto povinnosti nemohou být žádné ze stran přiřčeny bez její vůle, neboť strany mají rovné postavení. Se soukromým právem je často spojena i dispozitivnost, tedy možnost stran odchýlit se od ustanovení zákona a stanovit si pravidla vlastní, je-li to v daném případě přípustné – v takových situacích mluvíme o tzv. smluvní autonomii<sup>1</sup>. Soukromoprávní úpravu ochrany spotřebitele nalezneme především v **občanském zákoníku** ve smyslu zákona č. 89/2012 Sb., který reguluje, pro tuto oblast nepochybně relevantní, spotřebitelské smlouvy, definici spotřebitele, podnikatele atd.<sup>2</sup>

V kontrastu s výše popsaným rozlišujeme právo veřejné, které se naopak vyznačuje nerovným postavením stran, kdy jedním z těchto subjektů je orgán veřejné moci, který jednostranně rozhoduje o právech a povinnostech skrz různé právní akty (např. rozsudek soudu, správní akt), a to i proti vůli první strany (fakticky tu tak není prvek dobrovolnosti přijetí závazku). Veřejné právo dále provází kogentní normy, tedy normy, od nichž se odchýlit nedá<sup>3</sup>. Veřejnoprávní regulaci ochrany spotřebitele vyvozujeme ze **zákona** č. 634/1992 Sb., **o ochraně spotřebitele**, jehož veřejnoprávní povaha spočívá především ve stanovení povinností podnikajícím osobám (např. zákaz klamavých a agresivních praktik, zákaz nabízení výrobků nebezpečných svou zaměnitelností, nutnost přiložit k určitým

---

<sup>1</sup> GERLOCH, A. *Teorie práva*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2017. s 127–128.

<sup>2</sup> VLACHOVÁ, B. *Rozhodování správních orgánů ve spotřebitelských sporech*. Praha: C. H. Beck., 2021. s.10.

<sup>3</sup> GERLOCH, A. *Teorie práva*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s.r.o., 2017. s 127–128.



výrobkům návod atd.) a v dozoru správních orgánů nad dodržováním těchto povinností a možné intervenci v případě nedodržení<sup>4</sup>.

Zjednodušeně rozdíl mezi soukromoprávní a veřejnoprávní úpravou ochrany spotřebitele spočívá v prostředí, jímž se dožadujeme nápravy protiprávního stavu. V případě soukromoprávního porušení pravidel, plynoucích např. ze spotřebitelské smlouvy, se lze domáhat řešení přímo na podnikateli, a to prostřednictvím soudu. Zato ve veřejném právu se určitého zadostiučinění dosahuje skrz sankce, např. příkazem ke zdržení se protiprávního jednání nebo peněžitou sankcí, které podnikatelům ukládá dozorující orgán<sup>5</sup>.

Dva zmíněné zákony však oblast ochrany spotřebitele nemohou pochopitelně vyčerpat, úpravu této problematiky můžeme dále najít i v jiných právních předpisech. Jedná se např. o:

- zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 146/2002 Sb. o Státní zemědělské a potravinářské inspekci, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 526/1990 Sb., o cenách v oblasti označování zboží cenami, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 110/1997 Sb., o potravinových a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> HENDRYCH, D. a kol. *Právní slovník* [online]. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2009 [cit. 2022-05-03]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/document-view.seam?documentId=nnptembqhfwp64zrguxhmzslmvvg433qojqxm3tjl5xwg2dsmfxgcx3tobxxi4tfmjuxizlmmu>.

<sup>5</sup> VLACHOVÁ, B. *Rozhodování správních orgánů ve spotřebitelských sporech*. Praha: C. H. Beck., 2021. s. 9.

<sup>6</sup> ONDŘEJ, J. a kol. *Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele Ekonomické, právní a sociální aspekty*. Praha: C. H. Beck., 2013. s. 6.

## 3.2 Ochrana spotřebitele v soukromém právu

### 3.2.1 Pojem spotřebitele

Ve středu tématu této práce stojí termín „spotřebitel“ jako jeden ze stěžejních, a protože je s takovou osobou spojeno specifické postavení v právních vztazích, je zapotřebí jej vymežit co možná nejpřesněji. To se však může zprvu jevit jako obtížné, neboť unijní právo, ze kterého právo vnitrostátní v této oblasti nemálo čerpá, jednotnou a všeobecně platnou definici neposkytuje, naopak ji určuje kazuisticky v rámci jednotlivých pramenů. Nastávají tak situace, kdy zájmy spotřebitele chráněné jedním pramenem práva, nemusí chránit zájmy spotřebitele vymezené pramenem jiným<sup>7</sup>.

Základní prvek ochrany spotřebitele vyvozujeme z obecné ochrany slabší strany, které se spotřebiteli dostává na základě ustanovení § 433 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku (dále jen „OZ“), z něhož plyne podnikateli zákaz zneužívat své hospodářské postavení a odbornost vůči dalším osobám k tomu, aby využil jejich závislosti nebo dosáhl nerovnováhy v právech a povinnostech stran. Na základě jazykového výkladu tak lze konstatovat, že slabší strana obvykle disponuje proti podnikateli jakýmsi **informačním deficitem, menší ekonomickou silou**, obecně se ocitá v **nerovné pozici** proti profesionálovi, přičemž právo se pokouší onu disproporci vyrovnávat<sup>8</sup>.

Spotřebitelem je dle OZ „každý člověk, který mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná“<sup>9</sup>. Zajímavé je poukázat na použití termínu „člověk“, čímž OZ z ochrany spotřebitele fakticky vylučuje právnické osoby. Stejně důležité je také upozornit na formulaci „mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání“, která zohledňuje postavení podnikajících fyzických osob. U podnikajících fyzických osob se tedy posuzuje, zda dané jednání souvisí s jejich podnikatelskou činností. Z logiky věci totiž vyplývá, že pokud podnikající fyzická osoba jedná o skutečnostech týkajících se jejího podnikání (např. prodává zboží na základě svého

<sup>7</sup> DVOŘÁK, J., ŠVESTKA, J., ZUKLÍNOVÁ, M. a kol. *Občanské právo hmotné 1 – Díl první: obecná část*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2016. s. 296.

<sup>8</sup> POKORNÁ, J., VEČERKOVÁ, E., LEVICKÁ, T., DUDOVÁ, J. *Ochrana spotřebitele proti nekalým obchodním praktikám podnikatelů*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 2–6.

<sup>9</sup> § 419 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2022-05-10]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

podnikatelského oprávnění), nebude se moct během těchto jednání domáhat ochrany spotřebitele, jednoduše proto, že spotřebitelem v takovou chvíli není. Zmíněné ovšem nebude platit v případě jednání, které s jejich podnikatelskou činností nesouvisí. Pokud tedy fyzická osoba, co je podnikatelem, uzavírá smlouvu, která ovšem nemá spojitost s jejím podnikáním, např. nakupuje vánoční dárky, jedná o výstavbě rodinného domu, ochranu spotřebitele ji typicky přičkneme<sup>10</sup>.

Ochranu spotřebitele dále dokazuje existence institutu tzv. průměrného spotřebitele, jenž vykládá směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES jako „*spotřebitele, který má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný s ohledem na sociální, kulturní a jazykové faktory*“<sup>11</sup>, přičemž takové pojetí převzal i tuzemský Nejvyšší soud. Institut průměrného spotřebitele nachází své uplatnění především v oblasti nekalých obchodních praktik, kdy slouží jako jakýsi objektivní standard pro stanovení, zda je vůči spotřebitelům a jim podobným určitá obchodní praktika poctivá či nekalá. Takové určení se tedy posuzuje z pohledu průměrné osoby v obdobném postavení, nikoliv na základě *ad hoc* znaleckého posudku či průzkumu veřejného mínění spotřebitelů<sup>12</sup>.

Je-li však osoba z určitých důvodů jako je věk, duševní a fyzická slabost, důvěřivost náchylnější k ovlivnění nekalými praktiky podnikatele, jedná se o tzv. zranitelného spotřebitele. Protože vnímání těchto osob se od vnímání průměrného spotřebitele liší, ochrana zranitelného spotřebitele se nedovozuje z všeobecné ochrany průměrného spotřebitele, nýbrž podle úrovně průměrného člena skupiny, do který daný jedinec patří. Mezi zranitelné spotřebitele patří např. senioři, jejichž důvěřivost je zvýšena z důvodu obavy o život, spotřebitelé spoléhající na podporu invalidního vozíku ve vztahu k reklamním tvrzením o snadné dostupnosti dopravních služeb, děti atd. V rámci nekalé soutěže úpravu zranitelného spotřebitele reflektuje ustanovení § 4 odst. 2 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, které z takové ochrany vylučuje běžné reklamní praktiky typické prohlášeními, které zveličují nebo prohlášení, která nejsou míněna doslovně<sup>13</sup>.

---

<sup>10</sup> ČERNÁ, S., ŠTENGLOVÁ, I., PELIKÁNOVÁ, I., DĚDIČ, J. a kol. *Obchodní právo – podnikatel, podnikání, závazky s účastí podnikatele*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2016. s. 407.

<sup>11</sup> Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES [online]. 2005, (PDF) [cit. 2022-05-15]. Dostupná z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32005L0029&from=CS>. s 4.

<sup>12</sup> POKORNÁ, J., VEČERKOVÁ, E., LEVICKÁ, T., DUDOVÁ, J. *Ochrana spotřebitele proti nekalým obchodním praktikám podnikatelů*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 53-60.

<sup>13</sup> VÍTOVÁ, B. *Zákon o ochraně spotřebitele. Komentář*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2016. s. 13, 46-47.

### 3.2.2 Pojem podnikatele

Druhou stranu nutnou k uzavření spotřebitelské smlouvy je podnikatel. Na rozdíl od spotřebitele není kladena výlučnost pojmu pouze na fyzické osoby, naopak se za podnikatele považují fyzické i právnické osoby<sup>14</sup>. OZ jej popisuje hned v několika definicích:

1. „Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele“<sup>15</sup>,
2. „Pro účely ochrany spotřebitele a pro účely § 1963 se za podnikatele považuje také každá osoba, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností či při samostatném výkonu povolání, popřípadě osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele“<sup>16</sup>,
3. „Za podnikatele se považuje osoba zapsaná v obchodním rejstříku“<sup>17</sup>,
4. „Má se za to, že podnikatelem je osoba, která má k podnikání živnostenské nebo jiné oprávnění podle jiného zákona“<sup>18</sup>.

Ad 1) OZ již formalisticky nelpí na nutnosti podnikatelského oprávnění k tomu, aby osoba byla klasifikována jako podnikatel. Místo toho v uvedeném ustanovení seznává, že za podnikatele je považována taková osoba, která splňuje shora vymezené znaky. Jedná se tak o materiální vymezení podnikatele, kdy je důležitá reálná činnost, nehledě na skutečnost, zda osoba potřebnými oprávněními oplývá. V tomto smyslu tedy osoba, co podniká bez veřejnoprávního povolení, a přesto podnikatelskou činnost provozuje, je za podnikatele považována. Dovětek „považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele“ reaguje na jakousi dvojí tvář podnikající fyzické osoby, která je považována za podnikatele pouze

---

<sup>14</sup> POKORNÁ, J., VEČERKOVÁ, E., LEVICKÁ, T., DUDOVÁ, J. *Ochrana spotřebitele proti nekalým obchodním praktikám podnikatelů*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 7.

<sup>15</sup> § 420 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2022-03-15]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>16</sup> Tamtéž, § 420 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2022-03-15].

<sup>17</sup> § 421 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2022-05-15].

Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>18</sup> Tamtéž, § 421 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. [online]. [cit. 2022-05-15].

v jednáních týkajících se jejího podnikání a v případech jiných může vystupovat jako spotřebitel<sup>19</sup> (viz 3.2.1 Pojem spotřebitele).

Ad 2) V systematice podnikatele najdeme i úpravu osob, které jsou za podnikatele považovány jen v určitých případech. Jedná se o tzv. neplnoprávního podnikatele, jehož úprava se aplikuje jen pro případy ustanovení § 1963 OZ (které reguluje splatnost v podnikatelských vztazích) a oblast ochrany spotřebitele. Důvod pro takovou úpravu spočívá v nutnosti chránit spotřebitele i v případech, kdy jedná s osobami, které se nepovažují za podnikatele z důvodu absence některých potřebných znaků, a kdy není současně možné uplatnění fikce či domněnky podnikatele. Uvedené se tedy např. týká poskytování veřejných služeb a prospěšných činností jakými je provoz nemocnic, veřejné dopravy, veřejných ústavů<sup>20</sup>. Do kategorie neplnoprávního podnikatele patří i tzv. svobodná povolání jakými jsou např. advokáti, lékaři a osoby, které samy podnikateli nejsou, ale jednají jménem podnikatele neoprávněně a na základě toho jsou z takového jednání sami vázání<sup>21</sup>.

Ad 3) Ustanovení § 421 odst. 1 OZ zakládá právní fikci, podle níž jsou osoby zapsané v obchodním rejstříku podnikateli VŽDY, a to i když za účelem podnikání založené nebyly, jako je tomu u příspěvkových organizací územních samosprávných celků, Hospodářské komory, Agrární komory atd. Obecný přehled osob, které se do obchodního rejstříku zapisují nám podává až zákon č. 304/2013 Sb., o veřejných rejstřících právnických a fyzických osob a některé zákony zvláštní. Je zásadní zmínit, že právní fikce podnikatele se týká výlučně obchodního rejstříku a na osoby zapsané v rejstřících jiných se nevztahuje<sup>22</sup>.

Ad 4) V kontrastu s předchozím ustanovením můžeme vnímat ustanovení § 421 odst. 2 OZ, které zakládá vyvratitelnou právní domněnku, že osoba, která má živnostenské

---

<sup>19</sup> PETROV, J., VÝTISK, M., BERAN, V. a kol. *Občanský zákoník. Komentář 2. vydání (1. aktualizace)* [online]. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2022 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/document-view.seam?documentId=nnptembsgjpw2nrq14ys443cl4zdamjls144dsx3qmy2dema>. K § 420.

<sup>20</sup> Důvodová zpráva k zákonu č. 89/2012 Sb., občanskému zákoníku [online]. 2012, (PDF) [cit. 2022-05-15]. Dostupná z: <http://obcanskyzakonik.justice.cz/images/pdf/Duvodova-zprava-NOZ-konsolidovana-verze.pdf>. s. 107-108.

<sup>21</sup> ČERNÁ, S., ŠTENGLOVÁ, I., PELIKÁNOVÁ, I., DĚDIČ, J. a kol. *Obchodní právo – podnikatel, podnikání, závazky s účastí podnikatele*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2016. s. 63–64.

<sup>22</sup> Tamtéž, s. 62.

nebo jiné podnikatelské oprávnění, je podnikatelem. V důsledku toho status podnikatele OZ spojuje se samotnou existencí takového oprávnění. Smyslem uvedené právní domněnky je poskytnout příslušné osoby možnost prokázat, že podnikatelskou činnost jako takovou ve skutečnosti nevykonává. Pokud toto důkazní břemeno unese, nebude se na ni nahlížet jako na podnikatele<sup>23</sup>.

### 3.2.3 Spotřebitelské smlouvy

Neopominutelnou roli v soukromoprávní regulaci ochrany spotřebitele zastávají spotřebitelské smlouvy, které jsou v poměru speciality k obecné úpravě smluvního práva. Vzhledem k jejich objemné úpravě je vhodné zmínit, že spotřebitelské smlouvy jako takové nejsou samostatným smluvním typem, a to ani pojmenovaným, ani nepojmenovaným. Ba naopak, charakter spotřebitelské smlouvy může mít jakákoliv smlouva – typicky jimi je smlouva kupní, směnná smlouva, smlouva o dílo, smlouva o ubytování, smlouva o úvěru, smlouva o péči o zdraví, ale i mnoho dalších. Rozhodným faktorem, který z obyčejné smlouvy dělá smlouvu spotřebitelskou, je rozdělení účastníků – tedy podnikatele na straně jedné a spotřebitele na straně druhé<sup>24</sup>.

Systematika OZ podřazuje závazky ze smluv uzavíraných se spotřebitelem (§1810–1867) pod relativní majetkové právo, které je upraveno v části čtvrté OZ a rozděluje spotřebitelské smlouvy do tří oddílů – obecná ustanovení, smlouvy uzavírané distančním způsobem a smlouvy uzavírané mimo obchodní prostory, dočasné užívání ubytovacího zařízení a jiné rekreační služby.

#### 3.2.3.1 Obecná ustanovení a zneužívající ujednání

Jako je tomu u jiných právních předpisů, obecná ustanovení obsahují pravidla, kterými se řídí/interpretují ustanovení následující, neplatí-li pro ně speciální regulace<sup>25</sup>. Je to právě tato obecná úprava, co prostřednictvím poskytované ochrany seznává určitou nerovnost mezi zmiňovanými subjekty a poskytuje nástroje k nápravě takové disproporce. Těmito instituty je např. rozsáhlá informační povinnost podnikatele vůči spotřebiteli, zákaz

---

<sup>23</sup> POKORNÁ, J., VEČERKOVÁ, E., LEVICKÁ, T., DUDOVÁ, J. *Ochrana spotřebitele proti nekalým obchodním praktikám podnikatelů*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 15.

<sup>24</sup> DVORÁK, J., ŠVESTKA, J., ZUKLÍNOVÁ, M. a kol. *Občanské právo hmotné 1 – Díl první: obecná část*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2016. s. 300-301.

<sup>25</sup> GERLOCH, A. *Teorie práva*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s.r.o., 2017. s. 76.

zneužívajících jednání, limitaci dispozitivních ustanovení a zvláštní právo spotřebitele odstoupit z již uzavřené spotřebitelské smlouvy v zákonné lhůtě (viz dále).

Zprvu je nutné zmínit, že navzdory skutečnosti, že smlouvy jsou relativní právní jednání, a tudíž by měly spadat pod dispozitivní právo, vzhledem k fakticky nerovnému postavení podnikatele a spotřebitele dochází v oblasti ochrany spotřebitele k podstatnému omezení smluvní autonomie zúčastněných stran. Na základě toho mají ustanovení týkající se spotřebitelských smluv zpravidla **kogentní charakter a není možné se od nich k tíži spotřebitele odchýlit**, pokud není výslovně uvedeno, že to možné je<sup>26</sup>.

Zmiňovaná **informační povinnost** plyne jednak z ustanovení § 1811 odst. 1 OZ, kdy je zákonem zdůrazňován požadavek, aby veškerá komunikace vůči spotřebiteli byla podnikatelem činěna jasně a srozumitelně v jazyce, ve kterém se uzavírá smlouva, a jednak z ustanovení § 1811 odst. 2 OZ, které zakotvuje výčet předmluvních informací. Nejedná se přitom výlučně o skutečnosti právní, podnikatel musí informovat i o skutkových okolnostech předmětu smlouvy<sup>27</sup>. Podnikatel musí mj. sdělit (kompletní výčet v § 1811 odst. 2 OZ):

- „*údaje o své totožnosti, adresu sídla, telefonní číslo a, existuje-li, pak adresu pro doručování elektronické pošty,*
- *označení zboží nebo služby a popis jejich hlavních vlastností (...),*
- *celkovou cenu zboží nebo služby včetně všech daní, poplatků a jiných obdobných peněžitých plnění, a pokud povaha zboží nebo služby neumožňuje tuto cenu rozumně určit předem, způsob jejího výpočtu,*
- *způsob platby, způsob a čas dodání nebo plnění a případně pravidla vyřizování stížností,*
- *údaj o existenci práv z vadného plnění, případně také o záruce za jakost, poprodejním servisu a jejich podmínkách (...)*“<sup>28</sup>.

---

<sup>26</sup> PETROV, J., VÝTISK, M., BERAN, V. a kol. *Občanský zákoník. Komentář 2. vydání (1. aktualizace)* [online]. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2022 [cit. 2022-05-20]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/document-view.seam?documentId=nnptembsgjpw2nrq14ys443c14zdamjsl44dsx3qmyytqmjq>. K § 1810.

<sup>27</sup> 1811 odst. 1, odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-01-29]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>

<sup>28</sup> § 1811 odst. 2 písm. a), b), c), d), f) zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-01-29]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.



Tyto informace podnikatel sdělí spotřebiteli v předstihu **před uzavřením smlouvy**, pokud nejsou zřejmé ze souvislostí (např. nejsou všeobecně známé, spotřebitel je neobdržel dopředu). Ani takové ustanovení však neplatí absolutně a jsou z něho výjimky, kterými jsou vyřizování záležitostí každodenního života, pokud má dojít k vzájemnému plnění bezprostředně po uzavření smlouvy (nákup potravin, nápojů, návštěvy kina, kadeřníka, manikúra...<sup>29</sup>), smlouvy o zájezdu, smlouvy o finanční službě, smlouvy přepravě osoby a smlouvy o dočasném užívání ubytovacího zařízení a jiných službách podle ustanovení § 1852 OZ<sup>30</sup>.

Zákon je vůči spotřebiteli solidární nejen v oblasti předsmlovní, ale i v době po ní. To dokazuje skutečnost, že lze-li obsah spotřebitelské smlouvy interpretovat různě, použije se výklad, který je pro spotřebitele nejpriznivější, a to i v případě, kdy spotřebitel tento výraz použil poprvé (což představuje určité odklonění od ustanovení § 557 OZ, kdy se nejasný pojem vykládá v neprospěch toho, kdo jej použil jako první). Podstatný článek řetězce ochrany spotřebitele lze spatřit i v tom, **že k ujednáním, které se odchyľují v neprospěch spotřebitele od ustanovení zákona, se nepřihlíží**. Zákon tak předpokládá situace, kdy se ve spotřebitelských smlouvách ocitnou ujednání, které odporují kogentním ustanovením zákona, aniž by vyloženě omezovala práva spotřebitelů a omezují autonomii vůle. Stejně tak míří na případy, kdy se spotřebitel vzdá zvláštního práva, které mu je poskytováno<sup>31</sup>.

Značnou změnou si v reakci na spotřebitelskou novelu prostřednictvím zákona č. 374/2022 Sb. prošla terminologie zakázaných ujednání, jejichž charakteru nabyla tzv. **zneužívající ujednání**, které dále OZ člení na tzv. black-list a grey-list<sup>32</sup>. Zneužívající ujednání jsou definována jako jakákoliv „*ujednání, která zakládají v rozporu s požadavkem*

---

<sup>29</sup> PETROV, J., VÝTISK, M., BERAN, V. a kol. *Občanský zákoník. Komentář 2. vydání (1. aktualizace)* [online]. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2022 [cit. 2022-05-20]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/document-view.seam?documentId=nnptembsgipw2nrql4ys443cl4zdamjls144dsx3qmyytqmjr>. K § 1811.

<sup>30</sup> § 1811 odst. 3 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-01-29]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>31</sup> PETROV, J., VÝTISK, M., BERAN, V. a kol. *Občanský zákoník. Komentář 2. vydání (1. aktualizace)* [online]. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2022 [cit. 2022-05-23]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/document-view.seam?documentId=nnptembsgipw2nrql4ys443cl4zdamjls144dsx3qmyytqmjs>. K § 1812.

<sup>32</sup> Důvodová zpráva k zákonu č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů [online]. 2022, (PDF) [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=208480>. s. 114–116.



*poctivosti významnou nerovnováhu práv nebo povinností stran v neprospěch spotřebitele*“<sup>33</sup>. Z přezkumu jsou ovšem vyloučena ujednání o hlavním předmětu závazku a posouzení, zda je vzájemné plnění stran přiměřené (jiná ujednání týkající se ceny se však tato výjimka netýká)<sup>34</sup>.

Ochrana před zneužívajícími ujednáními spočívá v jejich nicotnosti – jsou-li sjednány, navzdory tomu, že jsou zakázané, právně nemají vůbec žádné účinky, práva a povinnosti z nich plynoucí jsou bezvýznamné. Ochrana je dále rozšířena skutečností, že v případě soudního sporu nebude soud k takovým ujednáním vůbec přihlížet, a to aniž by to musel spotřebitel sám navrhopvat (úprava tak míří na případy, kdy neplatnost těchto ujednání spotřebitel nenavrhuje, protože o svých právech např. neví). Existence zneužívajících ujednání ve smlouvě ovšem zakládá nicotnost pouze těchto ujednání, zbytek smlouvy zůstává platným a závazným, pokud je to bez zneužívajících ujednání možné<sup>35</sup>. Z určitých důvodů ale může mít spotřebitel zájem na platnosti zneužívajících ujednání – pokud se jich tedy spotřebitel dovolává, zneužívající ujednání shora vymezené účinky mít nebudou<sup>36</sup>.

Jak již bylo zmíněno zneužívající ujednání jsou nově členěna do dvou skupin – ujednání, které jsou bez dalšího zneužívajícími vždy, tzv. black list a ujednání, u kterých se jejich zneužívající povaha presumuje, přičemž je možný důkaz opaku. Podnikatel tak může prokázat, že s ohledem na specifické okolnosti daného případu ujednání zneužívající není, tzv. „grey list“<sup>37</sup>.

---

<sup>33</sup> 1813 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-01-29]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>

<sup>34</sup> Důvodová zpráva k zákonu č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů [online]. 2022, (PDF) [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=208480>. s. 114–116.

<sup>35</sup> PETROV, J., VÝTISK, M., BERAN, V. a kol. *Občanský zákoník. Komentář 2. vydání (1. aktualizace)* [online]. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2022 [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/document-view.seam?documentId=nnptembsgjpw2nrql4ys443cl4zdamjls144dsx3qmyytqmjv>. K § 1815.

<sup>36</sup> § 1815 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>37</sup> Důvodová zpráva k zákonu č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů [online]. 2022, (PDF) [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=208480>. s. 116.

Black list tvoří mj. ujednání, která (kompletní výčet v § 1814 odst. 1 OZ):

- „*vylučují nebo omezují spotřebitelova práva z vadného plnění nebo na náhradu újmy,*
- *zakládají podnikateli právo odstoupit od smlouvy bez důvodu, zatímco spotřebiteli nikoli,*
- *umožňují, aby si podnikatel v případě, že ze své vůle ukončí závazek, ponechal peněžitá plnění uhrazená za plnění, která doposud neposkytl,*
- *umožňují podnikateli zvýšit cenu, aniž bude mít spotřebitel při podstatném zvýšení ceny právo od smlouvy odstoupit,*
- *umožňují podnikateli určovat, zda je zboží nebo služba v souladu se smlouvou, nebo mu svěřují výlučné právo vykládat kterékoliv smluvní ujednání,*
- *ukládají spotřebiteli pro případ porušení povinnosti nepřiměřenou sankci,*
- *vylučují nebo omezují právo spotřebitele podat žalobu nebo použít jiný procesní prostředek (...)*<sup>38</sup>.

Grey list tvoří ujednání, která:

- „*zakládají podnikatele právo vypovědět závazek bez důvodu hodného zvláštního zřetele bez přiměřené výpovědní doby,*
- *odkládají určení ceny až na dobu plnění, nebo,*
- *vylučují nebo omezují právo spotřebitele vůči podnikateli v případě nesplnění povinnosti ze strany podnikatele, včetně možnosti započtení pohledávky spotřebitele proti pohledávce podnikatele*<sup>39</sup>.

Pozoruhodnou je úprava neobjednaného plnění, tedy situace, kdy podnikatel dodá spotřebiteli určité plnění, aniž by si jej spotřebitel předtím objednal. V případě, že se spotřebitel ujme držby, dostává se do pozice poctivého držitele, tzn. že pokud by s plněným předmětem jakkoli disponoval (prodal, pronajmul, zničil), takové jednání bude po právu. Spotřebitel dále ani nemá povinnost podnikateli předmět plnění vracet, ani ho o nastalé situaci jakkoliv informovat<sup>40</sup>.

---

<sup>38</sup> § 1814 odst. 1 písm. a), d), e), h), l), m) zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>39</sup> § 1814 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>40</sup> POKORNÁ, J., VEČERKOVÁ, E., LEVICKÁ, T., DUDOVÁ, J. *Ochrana spotřebitele proti nekalým obchodním praktikám podnikatelů*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 132.

Proti následnému vyžadování plateb míří ustanovení § 1817 OZ. Jeho účel spočívá v ochraně spotřebitele před různými finančními poplatky, které plynou z povinností, které jsou v smlouvě určitým způsobem skryty (např. že před poskytnutím určitého produktu je povinnost uzavřít pojistku)<sup>41</sup>. Spotřebitel tak musí s takovými dalšími platbami před uzavřením smlouvy výslovně souhlasit. Na výslovný souhlas jsou kladeny i další podmínky, např. takový souhlas nemůže být dovozen z předem připraveného nastavení, které by spotřebitel musel odmítnout, prostřednictvím např. předem zaškrtnutého políčka při nakupování na internetu<sup>42</sup>.

### 3.2.3.2 Smlouvy uzavírané distančním způsobem a smlouvy uzavírané mimo obchodní prostory

OZ svou úpravou naznačuje, že je jeho úmyslem chránit spotřebitele i v případech, kdy smlouvu uzavírá určitým „netradičním“ způsobem, a tedy distančně nebo mimo typické obchodní prostory podnikatele.

Podobně jako u předchozího oddílu, zákon ukládá podnikateli u obou smluvních typů předšmluvní informační povinnost, která je, na rozdíl od obecných ustanovení, znatelně širší, přísnější<sup>43</sup>. Navíc obsahuje mj. povinnost podnikatele informovat spotřebitele např. o (kompletní výčet v § 1820 odst. 1 OZ):

- *„podmínky, lhůtu a postup pro uplatnění práva na odstoupení od smlouvy, jakož i vzorový formulář, pokud lze tohoto práva využít,*
- *údaj, že v případě odstoupení od smlouvy ponese spotřebitel náklady spojené s vrácením zboží, a jde-li o smlouvu uzavřenou prostřednictvím prostředku komunikace na dálku, výši nákladů spojených s vrácením zboží, nemůže-li být pro svou povahu vráceno obvyklou poštovní cestou,*

---

<sup>41</sup> Důvodová zpráva k zákonu č. 89/2012 Sb., občanskému zákoníku [online]. 2012, (PDF) [cit. 2022-08-03]. Dostupná z: <http://obcanskyzakonik.justice.cz/images/pdf/Duvodova-zprava-NOZ-konsolidovana-verze.pdf>. s. 449.

<sup>42</sup> Důvodová zpráva k zákonu č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů [online]. 2022, (PDF) [cit. 2023-02-08]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=208480>. s. 118–119.

<sup>43</sup> § 1820 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

- **údaj, že spotřebitel nemá právo odstoupit od smlouvy, je-li tomu tak, nebo údaj o tom, za jakých podmínek mu právo na odstoupení od smlouvy zanikne**<sup>44</sup>.

Zákon nicméně poskytuje podnikateli možnost splnit vymezenou část informační povinnosti tím, že spotřebiteli předá vyplněné vzorové poučení, které pojednává o spotřebitelově právu od smlouvy odstoupit. Další prvek ochrany spotřebitele lze spatřovat v tom, že nesdělení údajů o dalších nákladech, daních, poplatcích a obdobných plněních má za následek skutečnost, že spotřebitel tyto plnění nemusí hradit<sup>45</sup>.

Co do pojmu **smluv uzavíraných mimo obchodní prostory**, jsou tím myšleny smlouvy, které jsou uzavírány za fyzické přítomnosti podnikatele a spotřebitele, ale mimo prostory, které jsou obvyklé pro podnikání podnikatele, tedy mimo jeho provozovnu. Pod takovou smlouvu si lze představit např. podomní obchod (door-to-door sale), kdy obchodní agenti nabízí zboží či služby obchůzkou domů, přičemž často využívají sofistikovaných psychologických taktik, jimiž vytvářejí nátlak na spotřebitele, který se zpravidla po daném produktu ani nepoptával<sup>46</sup>.

Za takové smlouvy se považují i ty smlouvy, které sice spotřebitel uzavřel v obvyklých prostorech podnikatele (nebo s použitím prostředku komunikace na dálku), ale byly uzavřeny bezprostředně poté, co jej podnikatel mimo tyto prostory oslovil. Úprava tak zajišťuje, aby doslovný výklad zákona nebyl spotřebiteli k tíži a podnikatel se nevyhnul případným konsekvencím tohoto ustanovení tím, že smlouvu fakticky ve svých prostorech uzavře, byť nabídku učinil jinde. Za takovou smlouvu se však nebude považovat smlouva, kdy spotřebitel opustí prostory podnikatele, potom co do nich byl na základě předchozí nabídky pozván, ale z vlastního rozhodnutí se do nich potom za účelem uzavření smlouvy vrátil<sup>47</sup>.

---

<sup>44</sup> § 1820 odst. 1 písm. i), j), l) zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-08]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>45</sup> Tamtéž, § 1820 odst. 2, § 1821 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-09].

<sup>46</sup> VEČEŘA, J. *Ochrana spotřebitele v České republice a Evropské unii*. Praha: Leges, 2013. s. 127.

<sup>47</sup> PETROV, J., VÝTISK, M., BERAN, V. a kol. *Občanský zákoník. Komentář 2. vydání (1. aktualizace)* [online]. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2022 [cit. 2023-02-18]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/document-view.seam?documentId=nnptembsgjpw2nrql4ys443cl4zdamjlsl44dsx3qmvytqmry>. K § 1828.

Do kategorie smluv uzavíraných mimo obchodní prostory jsou nakonec řazeny i smlouvy uzavřené během výletu pořádaném podnikatelem, jehož účelem je prodej nebo propagace jeho zboží/služeb<sup>48</sup>. Regulace tímto reaguje na organizované cesty spotřebitelů do určitých míst (klidně i do samotné provozovny podnikatele), v důsledku čehož se spotřebitel dostává do zranitelnější pozice, a je tak ovlivnitelnější a náchylnější k podlehnutí psychologickému nátlaku<sup>49</sup>.

Pozornosti se dostává i **smlouvám uzavíraným distančním způsobem**, jimiž se myslí smlouvy, k jejichž uzavření používá podnikatel alespoň jeden komunikační prostředek, jenž poskytuje možnost uzavřít smlouvu, aniž by bylo zapotřebí současné fyzické přítomnosti stran smlouvy (komunikačním prostředkem má zákonodárce na mysli např. telefon či elektronické prostředky, resp. takové vymezení v zákoně výslovně uvádí). Po uzavření smlouvy má podnikatel povinnost potvrdit takové uzavření v textové podobě maximálně do doby okamžiku dodání zboží nebo před poskytováním služby<sup>50</sup>.

Jisté specifikum lze zpozorovat u uzavírání smluv po telefonu. Nehledě na skutečnost, že zákon stanovuje určité formální požadavky hovoru telefonem nebo jiným zařízením, jako je např. nutnost sdělit obchodní účel hovoru a svou totožnost, jsou kladena pravidla i na samotný kontraktační proces. Nabídku, kterou podnikatel během hovoru učiní ústně, musí následně spotřebiteli potvrdit v textové podobě, přičemž spotřebitel je nabídkou vázán teprve potom, co svůj souhlas s nabídkou projeví elektronicky nebo podpisem na listině<sup>51</sup>. Tato úprava míří na ochranu zvláště zranitelných spotřebitelů (např. seniorů), u kterých často docházelo k využití momentu překvapení, a to takovým způsobem, že si tyto osoby uzavření smlouvy ani neuvědomily a lhůta pro odstoupení marně uplynula. Úprava tak plní ochranou funkci a fakticky poskytuje dobu k rozmyšlení přijetí nabídky<sup>52</sup>.

---

<sup>48</sup> § 1828 odst. 2 písm. b) zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-18]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>49</sup> Důvodová zpráva k zákonu č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů [online]. 2022, (PDF) [cit. 2023-02-18]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=208480>. s. 124.

<sup>50</sup> § 1820 odst. 1, § 1824a odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-18]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>51</sup> § 1825 odst. 1, 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-18]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>52</sup> Důvodová zpráva k zákonu č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů

Poněkud specifickým ustanovením je ustanovení § 1826a týkající se placení. To ukládá podnikateli povinnost zajistit, aby spotřebitel při objednávce výslovně vzal na vědomí, že se zavazuje k zaplacení. V případě, že je objednávka činěna za využití tlačítka nebo obdobného nástroje, musí být označeno nápisem „Objednávka zavazuje k platbě“ nebo jinou jednoznačnou informací. Pokud podnikatel tuto povinnost nesplní, smlouva je neplatná, ledaže by měl spotřebitel na plnění zájem a dovolával se její platnosti<sup>53</sup>.

Významným nástrojem ochrany spotřebitele, který dopadá i na smlouvy uzavírané distančním způsobem a smlouvy uzavírané mimo obchodní prostory, je **odstoupení od smlouvy v zákonné lhůtě bez udání důvodu**<sup>54</sup>. K pochopení specifika tohoto institutu je zapotřebí zmínit obecnou úpravou odstoupení od smlouvy, podle níž je možné odstoupit od smlouvy v případě, kdy došlo k porušení smlouvy podstatným způsobem, je-li zřejmé, že druhá strana smlouvu podstatně poruší a neposkytne jistotu nebo podle podmínek stanovených stranami v rámci jejich ujednání<sup>55</sup>. Ochrana spotřebitele přichází vedle existence těchto institutů s institutem novým, podle něž může spotřebitel bez důvodu odstoupit od smlouvy, která byla uzavřena distančním způsobem nebo od smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory ve lhůtě, která končí uplynutím zákonné lhůty **14 dní**, ode dne uzavření smlouvy<sup>56</sup>.

Z čistě praktických důvodů je nutno zmínit, že spočívá-li závazek v koupi zboží, lhůta končí uplynutím čtrnácti dnů ode dne, kdy spotřebitel nebo spotřebitelem určená třetí osoba (která není dopravce) zboží převezme (je-li objednáno v rámci jedné objednávky více kusů zboží, které jsou dodány samostatně, lhůta běží od převzetí posledního kusu zboží)<sup>57</sup>.

---

[online]. 2022, (PDF) [cit. 2023-02-18]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=208480>. s. 122-123.

<sup>53</sup> § 1826a odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-18]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>54</sup> POKORNÁ, J., VEČERKOVÁ, E., LEVICKÁ, T., DUDOVÁ, J. *Ochrana spotřebitele proti nekalým obchodním praktikám podnikatelů*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 127.

<sup>55</sup> § 2001, 2002 odst. 1, 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-20]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>56</sup> POKORNÁ, J., VEČERKOVÁ, E., LEVICKÁ, T., DUDOVÁ, J. *Ochrana spotřebitele proti nekalým obchodním praktikám podnikatelů*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 127.

<sup>57</sup> § 1829 odst. 1, 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

Podnikatel musí spotřebitele o právu na odstoupení od smlouvy informovat (viz shora). V případě, že takovou povinnost nesplní, má takové pochybení pro podnikatele krucióální následky – spotřebitel totiž může od smlouvy odstoupit bez udání důvodu až do 1 roku ode dne, kdy počáteční 14denní lhůta uplynula. Pokud ovšem v běhu této lhůty podnikatel spotřebitele o právu na odstoupení poučí, započne běžet nová 14denní lhůta k odstoupení od smlouvy ode dne, kdy spotřebitel poučení obdržel<sup>58</sup>.

Lhůta pro odstoupení od smlouvy nečinní bezpodmínečně jen 14 dní – v případě smluv uzavřených během organizovaného výletu podnikatelem nebo během nevyžádané návštěvy v domácnosti spotřebitele platí lhůta pro odstoupení 30 dnů<sup>59</sup>.

Odstoupení od smlouvy může být učiněno jakýmkoliv jednoznačným prohlášením směřovaným podnikateli. Následně musí spotřebitel zaslat nebo předat podnikateli zboží do 14 dnů od odstoupení od smlouvy (tedy pokud mu podnikatel sám nenabídl, že si zboží vyzvedne). Z logiky věci tak vyplývá, že pro úspěšné odstoupení od smlouvy zákon nevyžaduje, aby podnikatel ve 14denní lhůtě od odstoupení dostal zboží do své dispoziční sféry, ale aby bylo zboží v této lhůtě odesláno<sup>60</sup>.

Podnikatel má vůči spotřebiteli obecnou povinnost nejpozději do 14 dnů od odstoupení od smlouvy vrátit všechny peněžní prostředky VČETNĚ nákladů na dodání (lze vrátit i jiným způsobem, pokud s tím spotřebitel souhlasí a nevzniknou mu další náklady). Je-li ovšem předmětem závazku kupní smlouva, podnikatel peněžní prostředky vracet nemusí, dokud neobdrží zboží nebo není prokázáno, že spotřebitel zboží odeslal (záleží, jaká skutečnost nastala dříve). Pokud podnikatel nesplní svou informační povinnost a neupozorní spotřebitele, že je spotřebitel povinen náklady spojené s vrácením zboží uhradit, bude muset tyto náklady hradit podnikatel sám. Z již zmíněného procesu vychází najevo, že spotřebitel je při odstoupení ze zmiňovaných spotřebitelských smluv mimořádně chráněn. Jeho jediná odpovědnost spočívá v odpovědnosti za eventuální snížení hodnoty zboží. K tomu, aby byl spotřebitel za snížení hodnoty zboží odpovědný, musí být tento pokles v hodnotě zapříčiněn

---

<sup>58</sup> Tamtéž, § 1829 odst. 4 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. [online]. [cit. 2023-02-21].

<sup>59</sup> § 1829a zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>60</sup> Tamtéž, § 1830, 1831 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. [online]. [cit. 2023-02-21].



takovým jednáním spotřebitele, které nebylo vyloženě nutné k tomu, aby se seznámil s povahou, vlastnostmi a funkčností zboží<sup>61</sup>.

Právo odstoupit od smlouvy se tedy zachovává navzdory skutečnosti, že spotřebitel se zbožím nakládal ve větší intenzitě, než která je zapotřebí k základnímu seznámení se se zbožím. Spotřebitel nicméně odpovídá za snížení hodnoty, které takovým nakládáním způsobil<sup>62</sup>. Ovšem ani to nebude platit, pokud podnikatel neinformoval spotřebitele o možnosti odstoupit od smlouvy, jak mu ukládá shora vymezená předsmělná informační povinnost<sup>63</sup>.

Spotřebitel je přesto limitován v možnosti odstoupit od smlouvy uzavírané distančním způsobem nebo mimo obchodní prostory zákonným výčtem výjimek, **nebot' institut odstoupení od smlouvy se netýká všech spotřebitelských smluv**<sup>64</sup>. Spotřebitel nemůže odstoupit od smlouvy (kompletní výčet v § 1837 OZ):

- *„o poskytování služeb, jestliže byly v plném rozsahu poskytnuty (...),*
- *o dodávce zboží nebo služby, jejichž cena závisí na výchylných finančního trhu nezávisle na vůli podnikatele, a k němuž může dojít během lhůty pro odstoupení od smlouvy,*
- *o dodávce zboží vyrobeného podle požadavků spotřebitele nebo přizpůsobeného jeho osobním potřebám,*
- *o dodávce zboží, které podléhá rychlé zkáze, nebo zboží s krátkou dobou spotřeby, jakož i zboží, které bylo po dodání vzhledem ke své povaze nenávratně smíšeno s jiným zbožím,*
- *o dodávce zboží v zapečetěném obalu, které z důvodu ochrany zdraví nebo hygienických důvodů není vhodné vrátit poté, co jej spotřebitel porušil“<sup>65</sup>.*

<sup>61</sup> § 1832, 1833 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>62</sup> Důvodová zpráva k zákonu č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů [online]. 2022, (PDF) [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=208480>. s. 126.

<sup>63</sup> § 1833 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>64</sup> POKORNÁ, J., VEČERKOVÁ, E., LEVICKÁ, T., DUDOVÁ, J. *Ochrana spotřebitele proti nekalým obchodním praktikám podnikatelů*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 131.

<sup>65</sup> § 1837 písm. a), b), d), e), g) zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.



Všechna shora vymezená ochranná ustanovení (týkající se smluv uzavíraných distančním způsobem a smluv uzavíraných mimo obchodní prostory) se ovšem neaplikují univerzálně, pro všechny typy smluv<sup>66</sup>. Smlouvou, na kterou se vymezená ochrana vztahovat nebude, je mj. smlouva (kompletní výčet v § 1840 OZ):

- *"jejímž předmětem je poskytování sociálních služeb, sociálního bydlení, péče o děti a podpora osob, které se trvale nebo dočasně nacházejí v nouzové situaci,*
- *jejímž předmětem je poskytování zdravotní péče,*
- *jejímž předmětem je sázka, hra, los,*
- *jejímž předmětem je výstavba nové budovy a podstatná přestavba budovy,*
- *o zájezdu“ (s výjimkami)<sup>67</sup>.*

### 3.2.3.3 Dočasné užívání ubytovacího zařízení a jiné rekreační služby, tzv. „timesharové smlouvy“

Specifickým druhem spotřebitelských smluv, kterému se v posledních desetiletích dostává více a více pozornosti, jsou tzv. „timesharové smlouvy“. Jejich podstata spočívá na dohodě skupiny lidí a provozovatele užívat vymezené ubytovací zařízení ve stanovených časových úsecích v průběhu roku. Tento institut vznikl na základě zájmu lidí o rekreační služby v přímořských letoviscích, resp. na základě jejich zájmu o pravidelné ubytovací zařízení během takových služeb a následně expandoval i do jiných oblastí<sup>68</sup>.

OZ za timesharovou smlouvou považuje takovou spotřebitelskou smlouvou, kterou spotřebitel nabývá za úplatu „*právo užívat ubytovací zařízení s noclehem na více než jeden časový úsek nebo právo na výhodu spojenou s ubytováním, popřípadě včetně dopravy nebo jiných služeb, pokud je taková smlouva uzavřena na období delší než jeden rok*“<sup>69</sup>. Za timesharovou smlouvu se pokládá i smlouva, již spotřebitel za úplatu získá od podnikatele právo účastnit se jakési burzy (výměnného systému) timesharových smluv. Díky tomu může spotřebitel získat právo užívat zařízení s noclehem (dále jen „timesharingové právo“) na více než jeden časový úsek jiné osoby tím, že jej vymění za své timesharingové právo. Spotřebitel

---

<sup>66</sup> § 1840 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>67</sup> § 1840 a), b), c), e), l) zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>68</sup> VEČEŘA, J. *Ochrana spotřebitele v České republice a Evropské unii*. Praha: Leges, 2013. s. 133.

<sup>69</sup> § 1852 odst. 1 písm. a) zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

si tak může zajistit ubytování v různých destinacích. Povahu timesharové smlouvy má i taková spotřebitelská smlouva, jíž se podnikatel zavazuje zajistit spotřebiteli, který za to podnikateli poskytuje úplatu, koupi nebo prodej spotřebitelova timesharingového práva<sup>70</sup>.

Krom nutnosti splnění předmluvní informační povinnosti, zákon taky klade požadavky na formu smlouvy, která musí mít písemnou formu (byť podnikatel nemůže za takový nedostatek proti spotřebiteli namítat neplatnost této smlouvy) a na jazyk smlouvy, která musí být v jazyce členského státu EU, v němž má spotřebitel bydliště nebo je jeho příslušníkem. Spotřebitel může rovněž od této smlouvy odstoupit písemnou formou do 14 dnů od uzavření smlouvy. Pokud ale spotřebitel odstoupí, podnikatel nemá povinnost nic vracet na své náklady. Podnikatel ani není z ničeho povinen v případě, že mu již byla poskytnuta služba<sup>71</sup>.

#### 3.2.3.4 Práva z vadného plnění, dobrovolná záruka za jakost

Jednou ze zásadnějších změn, kterou s sebou přinesla novela úpravy ochrany spotřebitele prostřednictvím zákona č. 374/2022. Sb., je „zrušení“ dosavadní zákonné záruky za jakost<sup>72</sup> (novelizace se ovšem nikterak nedotkla existence dobrovolné záruky za jakost, tedy takové záruky, kterou jednostranně poskytuje prodávající nad rámec zákonných práv z vadného plnění, byť tak činit nemusí<sup>73</sup>).

Před účinností zmiňované novely, tedy do 6. 1. 2023, prodávající měl na základě zákonné záruky za jakost odpovědnost za zpravidla jakékoliv vady, které vznikly v průběhu dvou let ode dne převzetí zboží. V nově účinné úpravě OZ se však od tohoto konceptu upouští a kupujícím, kterými mohou být i spotřebitelé, svědčí pouze práva z vadného plnění.

---

<sup>70</sup> PETROV, J., VÝTISK, M., BERAN, V. a kol. *Občanský zákoník. Komentář 2. vydání (1. aktualizace)* [online]. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2022 [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/document-view.seam?documentId=nnptembsgipw2nrql4ys443cl4zdamjlsl44dsx3qmyytqjns>. K § 1852.

<sup>71</sup> § 1854–1863 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>72</sup> Důvodová zpráva k zákonu č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů [online]. 2022, (PDF) [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=208480>. s. 50, 129-130.

<sup>73</sup> § 2113 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

V souvislosti s nimi, na rozdíl od zákonné záruky za jakost, má prodávající odpovědnost pouze za výrobní vady, kterými trpěla věc už při převzetí<sup>74</sup>.

Zpočátku by se sice mohla zdát taková změna v oblasti práv spotřebitelů poněkud extrémní, nicméně je nutné zmínit, že přestože prodávající nově odpovídá za vady věci, které měla věc při převzetí, kupujícímu, tedy i spotřebiteli, stále náleží právo tyto vady vytýkat až po dobu dvou let od chvíle převzetí. **Prodávající tak nese odpovědnost za vady, které má zboží v momentě převzetí, a které se projeví do dvou let.** To vychází ze skutečnosti, že vada nemusí být zprvu okem pozorovatelná a projeví se až používáním dané věci (např. oddělení podrážky vycházkové obuvi, která nebyla správně upevněna). V případě, že se taková vada projeví v době jednoho roku od převzetí, automaticky se předpokládá, že věc měla vady už v momentě převzetí, nevylučuje-li to tedy povaha věci či vady (např. zboží podléhající rychlé zkáze jako květiny nebo věci k jednorázovému použití). Důkazní břemeno prokázat, že věc v době převzetí vady neměla, spočívá na podnikateli, zatímco kupujícímu stačí pouze dokázat, že v době namítnutí věc doopravdy vady má a neodpovídá tak smluvnímu ujednání<sup>75</sup>. Po uplynutí prvního roku se důkazní břemeno naopak obrací na spotřebitele, jenž musí prokázat, že zboží bylo vadné již při jeho převzetí, např. že bylo využito chybného výrobního procesu, což vyústilo ve vadu, která se projevila teprve později<sup>76</sup>.

### 3.3 Ochrana spotřebitele ve světle unijního práva

Vstupem do Evropské unie vznikla České republice povinnost dodržovat závazky plynoucí z unijního práva, jak je evidentní z čl. 1 odst. 2 Ústavy. To zahrnovalo i povinnost harmonizovat určité oblasti práva, mezi nimiž je mj. i ochrana spotřebitele. Ve spojitosti s tím mluvíme o tzv. europeizaci občanského práva, která se dá popsat jako postupné prozařování práva Evropské unie do práva členských států, kterého je dosahováno

---

<sup>74</sup> dTest. *Spotřebitelská práva (a povinnosti) pro rok 2023* [online]. [cit. 2023-03-01]. Dostupné z <https://www.dtest.cz/clanek-9937/spotrebitelska-prava-a-povinnosti-pro-rok-2023>.

<sup>75</sup> Důvodová zpráva k zákonu č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů [online]. 2022, (PDF) [cit. 2023-03-01]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=208480>. s. 138–141.

<sup>76</sup> dTest. *Spotřebitelská práva (a povinnosti) pro rok 2023* [online]. [cit. 2023-03-01]. Dostupné z <https://www.dtest.cz/clanek-9937/spotrebitelska-prava-a-povinnosti-pro-rok-2023>.

vydáváním sekundárních unijních pramenů, jakými jsou v problematice ochrany spotřebitele především směrnice a nařízení<sup>77</sup>.

Směrnice je sekundární pramen evropského práva, jenž stanovuje členským státům určitý cíl, výsledek, kterého je potřeba dosáhnout, přičemž způsob, jakým členské státy takového cíle dosáhnou (resp. jakou formu zvolí), ponechává EU v jejich režii (v každém případě se však musí jednat o obecně platný právní předpis). Členské státy jsou povinny v určité lhůtě (tzv. transpoziční lhůtě, která zpravidla trvá dva až tři roky) implementovat směrnici do svého právního řádu, v důsledku čehož bude taková norma pro jednotlivce závazná a budou se jí tak muset řídit. Směrnice jako taková nemá přímý účinek (na rozdíl od nařízení, viz dále), pokud ale dojde k chybné transpozici, je možné, aby se ji po splnění dalších podmínek dovolával jednotlivec vůči členskému státu<sup>78</sup>.

Pro pochopení dopadu unijního sekundárního práva, v tomto případě směrnic, na vnitrostátní úpravu ochrany spotřebitele, lze poukázat na směrnice, jejichž znění bylo do právního řádu České republiky transponováno. Co se týká oblasti soukromoprávní ochrany spotřebitele, OZ ve svých ustanoveních reflektuje např. směrnici 2011/83/EU, která upravuje spotřebitelské smlouvy uzavřené na dálku nebo mimo obchodní prostory, směrnici 93/13/EHS týkající se zneužívajících jednání ve spotřebitelských smlouvách, směrnici 2008/112/ES zohledňující timeshare smlouvy, směrnici 99/44/ES regulující odpovědnost za vadné plnění<sup>79</sup>.

Dalším unijním předpisem, který hraje v problematice ochrany spotřebitele nemalou roli, jsou nařízení. Nařízení je obecně závazný sekundární předpis působící *erga omnes* (platí pro všechny subjekty – členské státy, fyzické a právnické osoby, orgány Unie), který zpravidla disponuje přímým účinkem, což znamená, že se jej jednotlivci mohou dovolávat u vnitrostátního orgánu, aniž je zapotřebí nařízení do vnitrostátního právního řádu jakkoli přenést. Vnitrostátní orgán musí takové nařízení aplikovat. Ačkoliv nařízení zpravidla není

---

<sup>77</sup> VEČEŘA, J. *Ochrana spotřebitele v České republice a Evropské unii*. Praha: Leges, 2013. s. 23, 37-40.

<sup>78</sup> TOMÁŠEK, M., TÝČ, V., PETRLÍK, D., a kol. *Právo Evropské unie*. Praha: Leges, 2021. s. 102, 105–106.

<sup>79</sup> Závěrečná zpráva z hodnocení dopadů regulace: Věcný záměr zákona o ochraně spotřebitele (spotřebitelský kodex). [online]. 2016, (PDF) [cit. 2022-05-20]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/media2/file/1804/File23336.pdf?attachment-filename=6120632-2017-10-18-zprava-ria-6220944.pdf>. s. 7.

nutné transponovat do vnitrostátního práva, některá nařízení obsahují povinnost, k jejímuž splnění je potřeba vnitrostátní právní předpis přijmout, typicky se to týká požadavků na zřízení určitého orgánu. Nařízení jako takové má horizontální účinek, kdy se jednotlivci dovolávají nařízení vůči státu (a stát vůči jednotlivcům) a účinek vertikální, kdy se nařízení dovolávají jednotlivci vůči sobě<sup>80</sup>.

Ukázku dopadu unijního sekundárního práva, v tomto případě nařízení, na vnitrostátní úpravu ochrany spotřebitele lze pozorovat u nařízení zasahujících do veřejnoprávní oblasti ochrany spotřebitele. V příslušných ustanovení zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele je ukládán dozor nad dodržáním povinností plynoucích např. z nařízení č. 66/2010 o používání ekoznačky, z nařízení č. 1007/2011, jež upravuje označování textilních vláken, z nařízení č. 1523/2007, které se týká vývozu kočíčích a psích kůží, z nařízení č. 524/2013, které reguluje informační povinnosti v případě řešení sporů on-line<sup>81</sup>.

Vliv unijního sekundárního práva lze vnímat i v rámci nedávné novely oblasti ochrany spotřebitele na základě zákona č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. **Novelizace oblasti ochrany spotřebitele byla totiž provedena právě za účelem transpozice unijních směrnic.** Transponovanými směrnice byla např. směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/2161, tzv. modernizační směrnice, směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/770 o některých aspektech smluv o poskytování digitálního obsahu a digitálního obsahu a digitálních služeb<sup>82</sup>.

## 3.4 Ochrana spotřebitele ve veřejném právu

### 3.4.1 Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele

Jak již bylo vymezeno shora, obecnou právní úpravu veřejnoprávní ochrany spotřebitele představuje zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele (dále jen „ZOS“), jehož veřejnoprávní podstata tkví ve stanovení povinností určitým podnikajícím osobám a

<sup>80</sup> TOMÁŠEK, M., TÝČ, V., PETRLÍK, D., a kol. *Právo Evropské unie*. Praha: Leges, 2021. s. 104.

<sup>81</sup> Závěrečná zpráva z hodnocení dopadů regulace: Věcný záměr zákona o ochraně spotřebitele (spotřebitelský kodex). [online]. 2016, (PDF) [cit. 2022-05-20]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/media2/file/1804/File23336.pdf?attachment-filename=6120632-2017-10-18-zprava-ria-6220944.pdf>. s. 6-7.

<sup>82</sup> Česká obchodní inspekce. *Novela zákona o ochraně spotřebitele v platném znění [online]*. [cit. 2023-03-07]. Dostupné z: <https://www.coi.cz/novela-zakona-o-ochrane-spotrebitele/>.

následném dohledu správních orgánů nad jejich dodržováním<sup>83</sup>. V následujícím výkladu budou vysvětleny nejzásadnější instituty ZOS s přihlédnutím k jeho novelizaci prostřednictvím zákona č. 374/2022 Sb. účinným k 6. 1. 2023.

Hned zprvu je nutné zmínit terminologickou odlišnost ZOS od OZ. Zatímco OZ poskytuje podnikajícím osobám jednotný název „podnikatel“, ZOS takové osoby rozlišuje podle druhu jejich činností na prodávající, výrobce, dovozce a dodavatele. Definice spotřebitele ovšem zůstává v obou zákonech věcně stejná<sup>84</sup>. To je důležité, neboť spotřebitel se může stát terčem jednání, která ovlivňují jeho ekonomická rozhodnutí, a v důsledku toho ohrožují jeho tržní postavení. Těmito jednáními jsou tzv. „**nekalé obchodní praktiky**“<sup>85</sup>.

Obchodní praktika se stává nekalou, pokud odporuje nárokům odborné péče a významně ovlivňuje ekonomické chování spotřebitele nebo je takového ovlivnění schopná. Pokud určitá obchodní praktika míří na specifickou skupinu lidí, nekalost jejího obsahu se posuzuje podle průměrného člena této skupiny<sup>86</sup>. V systematice ZOS slouží nekalé obchodní praktiky jako jakýsi obecný pojem, jímž se rozumí zejména klamavá konání, klamavá opomenutí a agresivní praktiky. Klamavá konání a agresivní praktiky jsou dále zohledněny ve dvou přílohách k ZOS, které uvádí specifické případy, kdy jsou taková jednání VŽDY nekalými<sup>87</sup>.

Byť klamavé a agresivní praktiky mají stejnou nekalou povahu, jejich význam je odlišný. Zatímco klamavá konání jsou charakteristická informací, která je fakticky nepřesná, nepravdivá či uvádí spotřebitele v omyl, na základě čehož se spotřebitel rozhodne nebo může rozhodnout jinak, než by se bez těchto vlivů rozhodl, u agresivních obchodních praktik je prominentnější prvek agrese, jehož užitím podnikající osoba usiluje o získání určitého

---

<sup>83</sup> HENDRYCH, D. a kol. *Právní slovník* [online]. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2009 [cit. 2022-12-01]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/document-view.seam?documentId=nnptembqhfwp64zrguxhzmzsmvvg433qojqxm3tjl5xwg2dsmfxgcx3tobxxi4tfmjuxizlmmu>.

<sup>84</sup> VÍTOVÁ, B. *Zákon o ochraně spotřebitele. Komentář*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2016. s. 12-14.

<sup>85</sup> POKORNÁ, J., VEČERKOVÁ, E., LEVICKÁ, T., DUDOVÁ, J. *Ochrana spotřebitele proti nekalým obchodním praktikám podnikatelů*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 158.

<sup>86</sup> § 4 odst. 1 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele v platném znění [online]. [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2653>.

<sup>87</sup> POKORNÁ, J., VEČERKOVÁ, E., LEVICKÁ, T., DUDOVÁ, J. *Ochrana spotřebitele proti nekalým obchodním praktikám podnikatelů*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 158.

prospěchu<sup>88</sup>. Za agresivní praktiku se tak považuje taková praktika, kdy v souvislosti s výrobkem/službou dochází ke zhoršení spotřebiteli možnosti se svobodně rozhodovat působením různých forem obtěžování, ovlivňování, donucování, a to i s prvkem fyzické síly, jimiž dojde nebo může dojít k tomu, že se spotřebitel ohledně koupě rozhodne způsobem, kterým by se za standardní situace nerozhodl<sup>89</sup>.

Nekalé obchodní praktiky jsou ze samotné podstaty ochrany spotřebitele zakázány, a to ať už jsou použity před, během či po rozhodnutí o koupi. V případě, že podnikající osoba tento zákaz poruší, bude odpovědná z přestupku. Dohled nad dodržováním ustanovení o nekalých obchodních praktikách vykonávají orgány veřejné správy<sup>90</sup>.

Ve shora vymezeném smyslu je praktika vždy klamavá, když prodávající např. (kompletní výčet v příloze č. 1 k ZOS):

1. „*prohlašuje, že se zavázal dodržovat určitá pravidla chování (kodex chování) nebo že tato pravidla chování byla schválena určitým subjektem, ačkoli tomu tak není,*
2. *neoprávněně používá značku jakosti nebo jiné obdobné označení,*
3. *prohlašuje, že jemu, jeho výrobku nebo jím poskytované službě bylo uděleno schválení, potvrzení nebo povolení, ačkoli tomu tak není, nebo takové prohlášení není v souladu s podmínkami schválení, potvrzení nebo povolení,*
4. *nepravdivě uvádí, že výrobek nebo služba budou nabízeny pouze po omezenou dobu nebo že budou nabízeny pouze po omezenou dobu za určitých podmínek s cílem přimět spotřebitele k okamžitému rozhodnutí, aniž by mu poskytl přiměřenou lhůtu potřebnou k informovanému rozhodnutí,*
5. *nepravdivě prohlašuje, že výrobek nebo služba může vyléčit nemoc, zdravotní poruchu nebo postižení“<sup>91</sup>.*

Ad 1) Nutnost pro zařazení do bezpodmínečně klamavých praktik vychází ze skutečnosti, že pokud se prodávající uvedeným způsobem prezentuje, spotřebitel

---

<sup>88</sup> VÍTOVÁ, B., ETLÍKOVÁ, M. *Nekalé obchodní praktiky*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 21, 31.

<sup>89</sup> § 5b zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele v platném znění [online]. [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2653>.

<sup>90</sup> § 4 odst. 4, § 24a odst. 1 písm. a), § 23 a násl. zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele v platném znění [online]. [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2653>.

<sup>91</sup> Příloha č. 1 k zákonu č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele písm. a), b), c), f), q) [online]. [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.



automaticky očekává jednání poctivějšího rázu, a je tak zranitelnější. Příkladnou by byla situace, kdy banka prohlašuje, že přistoupila ke Kodexu chování mezi bankami a klienty od České bankovní asociace, aniž by tak doopravdy udělala<sup>92</sup>.

Ad 3) Ustanovení se týká situací, kdy prodávající uvede spotřebitele v omyl a zanechá v něm dojem, že má určité schválení, které např. uděluje orgán veřejné moci. Patří sem např. prohlášení prodávajícího, že oplývá CE certifikátem navzdory skutečnosti, že jej nemá nebo také prohlášení, že prodávající absolvoval zvláštní kurzy, z nichž získal speciální dovednosti, byť tak neudělal<sup>93</sup>.

Ad 4) Viz judikovaný případ reklamy SveltStyle rozhodnutý v roce 2009, kdy byla vůči čtenářům učiněna výzva, aby využili ještě daný den speciální slevy 30 %. Reklama tak mylně vzbuzovala přesvědčení, že popsané podmínky slevy trvají po omezenou dobu, přestože reklama byla zveřejněná minimálně pět měsíců. Městský soud v Praze takové jednání vyhodnotil jako klamavé a potvrdil pokutu ve výši 1 000 000 Kč<sup>94</sup>.

Zákon na agresivní praktiky reaguje obdobně jako u praktik klamavých, tedy v příloze uvádí výčet jednání, která mají VŽDY povahu agresivních praktik. Jedná se např. o situace, kdy podnikatel (kompletní výčet v příloze č. 2 k ZOS):

1. *„vytváří dojem, že spotřebitel nemůže opustit provozovnu nebo místo bez uzavření smlouvy,*
2. *osobně navštíví spotřebitele v jeho bydlišti, ačkoli ho spotřebitel vyzval, aby jeho bydliště opustil a nevracel se, s výjimkou vymáhání splatných smluvních závazků způsobem, který je v souladu s příslušnými právními předpisy,*
3. *prostřednictvím reklamy přímo nabádá děti, aby si nabízené výrobky nebo služby koupily nebo aby k jejich koupi přesvědčily dospělou osobu,*
4. *požaduje na spotřebiteli okamžitou nebo odloženou platbu za výrobky nebo služby, které mu dodal, ačkoli si je spotřebitel neobjednal nebo požaduje vrácení či*

---

<sup>92</sup> POKORNÁ, J., VEČERKOVÁ, E., LEVICKÁ, T., DUDOVÁ, J. *Ochrana spotřebitele proti nekalým obchodním praktikám podnikatelů*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 159.

<sup>93</sup> VÍTOVÁ, B. *Zákon o ochraně spotřebitele. Komentář*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2016. s. 317-318.

<sup>94</sup> POKORNÁ, J., VEČERKOVÁ, E., LEVICKÁ, T., DUDOVÁ, J. *Ochrana spotřebitele proti nekalým obchodním praktikám podnikatelů*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 163.



*uschování nevyžádaných výrobků, nejedná-li se o náhradní dodávku podle předem uzavřené smlouvy*<sup>95</sup>.

ZOS mimo vymezené ukládá podnikajícím osobám i určité povinnosti. Prodávající musí krom splnění informační povinnosti podle tohoto zákona např. zajistit, že výrobky, co jsou předmětem prodeje, jsou přímo viditelné a označeny označením výrobce, dovozce nebo dodavatele. Dále je takové povinen informovat o náležitostech nutných pro uplatnění práv z vadného plnění a přijmout reklamaci v kterékoliv provozně, jakož i písemně spotřebiteli potvrdit převzetí objednávky, pokud se nejedná o službu na počkání. Musí i zřetelně na dokladu uvést, že předmětem koupě je věc použitá či s vadami atd, přičemž v případě nedodržení těchto povinností, se dopustí přestupku<sup>96</sup>.

Povinnost, která byla nově zahrnuta novelou zákona č. 374/2022 Sb., se týká poskytování slev, resp. poskytování informací o ceně před slevou. V případě, že podnikající osoba nabízí slevu, musí uvést i údaj o nejnižší ceně, za kterou byla věc nabízena a prodávána 30 dnů předtím, než byla sleva poskytnuta (pokud je věc v prodeji dobu kratší než 30 dnů, rozhodná je doba od nabízení a prodávání do momentu poskytnutí slevy). Je ovšem nutné zmínit, že tato úprava se netýká věcí, které podléhají rychlé zkáze nebo výrobků s krátkou dobou spotřeby<sup>97</sup>.

Zajímavé je i promítnutí soukromoprávních pravidel do veřejnoprávního právního předpisu, podle nichž podnikající osoba nesmí při uzavírání smluv se spotřebitelem užít zneužívající jednání podle OZ<sup>98</sup> (viz 3.2.3.1 Obecná ustanovení a zneužívající jednání).

### **3.4.2 Role správních orgánů a dalších subjektů v ochraně spotřebiteli**

Na dodržení povinností, které jsou podnikajícím osobám ukládány, dohlížíjí správní orgány, které mají pravomoc takové dodržení vynutit specifickými prostředky, jako je např.

---

<sup>95</sup> Příloha č. 2 k ZOS a), b), e), f) zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele v platném znění [online]. [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

<sup>96</sup> § 10 odst. 1, § 13 odst. 1, § 19 odst. 1, § 15 odst. 3, § 16 odst. 3, § 24 odst. 7 písm. g), m), q), t), x) zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele v platném znění [online]. [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2653>.

<sup>97</sup> § 12a odst. 1 písm. a), b), odst. 2 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele v platném znění [online]. [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2653>.

<sup>98</sup> § 7 odst. 1 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele v platném znění [online]. [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2653>.

uložení pokuty nebo provedení jiného opatření<sup>99</sup>. Přestupky, které z porušení povinností plynou, projednává orgán, který je k tomu příslušný, přičemž příslušnost daného orgánu se posuzuje podle oblasti, v jejímž rámci k porušení došlo. Správní orgány mají pravomoc nařídit osobě páchající případné protiprávní jednání, aby od takového jednání upustila, a navíc jsou zmocněny (krom České národní banky) i k vybírání uložených pokut, kdy takové pokuty mohou dosahovat až částky 50 mil. Kč. ZOS za účelem veřejnoprávní ochrany spotřebitele opravňuje určité správní orgány k výkonu kontroly nad dodržováním vlastních ustanovení, jakož i ke kontrole plnění povinností plynoucích ze zákonů jiných<sup>100</sup>.

Mezi tyto orgány patří např. (kompletní výčet v § 24d odst. 2 ZOS):

- „Česká obchodní inspekce,
- Státní zemědělská a potravinářská inspekce,
- krajské hygienické stanice,
- Státní veterinární správa,
- obecní živnostenské úřady,
- Česká národní banka,
- Státní ústav pro kontrolu léčiv,
- Energetický regulační úřad,
- Český telekomunikační úřad,
- Úřad pro ochranu osobních údajů,
- celní úřady,
- Rada pro rozhlasové a televizní vysílání“<sup>101</sup>.

V oblasti ochrany spotřebitele jsou činné i subjekty, které povahu veřejnoprávních správních orgánů nemají. Typicky se jedná o sdružení spotřebitelů a jiné právnické osoby založené za účelem ochrany spotřebitele, jejichž právní základ vyvozujeme ze ZOS. V rámci jejich dozorné činnosti nad dodržováním práv spotřebitelů ovšem mohou tyto subjekty

---

<sup>99</sup> VLACHOVÁ, B. *Rozhodování správních orgánů ve spotřebitelských sporech*. Praha: C. H. Beck., 2021. s. 9.

<sup>100</sup> § 24 odst. 19 písm. f), § 24b odst. 1, 2, § 24d odst. 2, § 24h zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele v platném znění [online]. [cit. 2023-02-05]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2653>.

<sup>101</sup> § 24d odst. 2 písm. a), b), c), d), e), h), i), j), k), l), m), n) zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele v platném znění [online]. [cit. 2023-02-05]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2653>.

podávat orgánům veřejné správy podněty. Orgány veřejné správy pak musí o vyřízení podnětu informovat spotřebitelské organizace maximálně do 2 měsíců od jeho obdržení<sup>102</sup>.

Spotřebitelské organizace jsou významné i jejich poradenskou činností, jejímž prostřednictvím jsou spotřebitelům poskytovány informace o jejich právech a případném řešení sporu. V České republice je zavedena síť spotřebitelských organizací, které jsou v oblasti ochrany spotřebitele činné, patří sem např. spotřebitelská organizace dTest, Sdružení českých spotřebitelů, Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace, Sdružení obrany spotřebitelů Moravy a Slezska, GLE, ICOS Český Krumlov<sup>103</sup>.

Nutné je zmínit i roli Evropského spotřebitelského centra, které je činné v oblasti uplatňování práv národních spotřebitelů proti podnikatelům ze zemí EU, Norska a Islandu. Zabývá se např. bezplatnou asistencí při řešení stížností spotřebitelů na jakost výrobků, jednání nenárodních podnikatelů atd. Evropské spotřebitelské centrum rovněž nabízí spotřebitelům bezplatnou poradenskou činnost a je aktivní i v procesu tvorby spotřebitelské legislativy na úrovni EU. Pravomoci centra jsou ale omezeny určitými skutečnostmi, např. není možné, aby Evropské spotřebitelské centrum poskytovalo spotřebiteli pomoc při sporech s národním (českým) podnikatelem a stejně tak nemůže být účinné v asistenci spotřebitele, který vede spor s podnikatelem mimo země EU, Norska a Islandu<sup>104</sup>. Evropské spotřebitelské centrum ale neplní funkci správního orgánu, a tudíž nemůže ukládat sankce nebo o sporu jakkoli rozhodovat, spíše míří ke smírnému řešení<sup>105</sup>.

### 3.4.3 Česká obchodní inspekce (ČOI)

Česká obchodní inspekce (dále jen „ČOI“) je orgán státní správy podřízený ministerstvu průmyslu a obchodu, podrobně upravený zákonem č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, který nabyl účinnosti 1. 1. 1987. Její organizační struktura je zohledněna

---

<sup>102</sup> Tamtéž, § 25 odst. 1, § 26 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele v platném znění [online]. [cit. 2023-02-05].

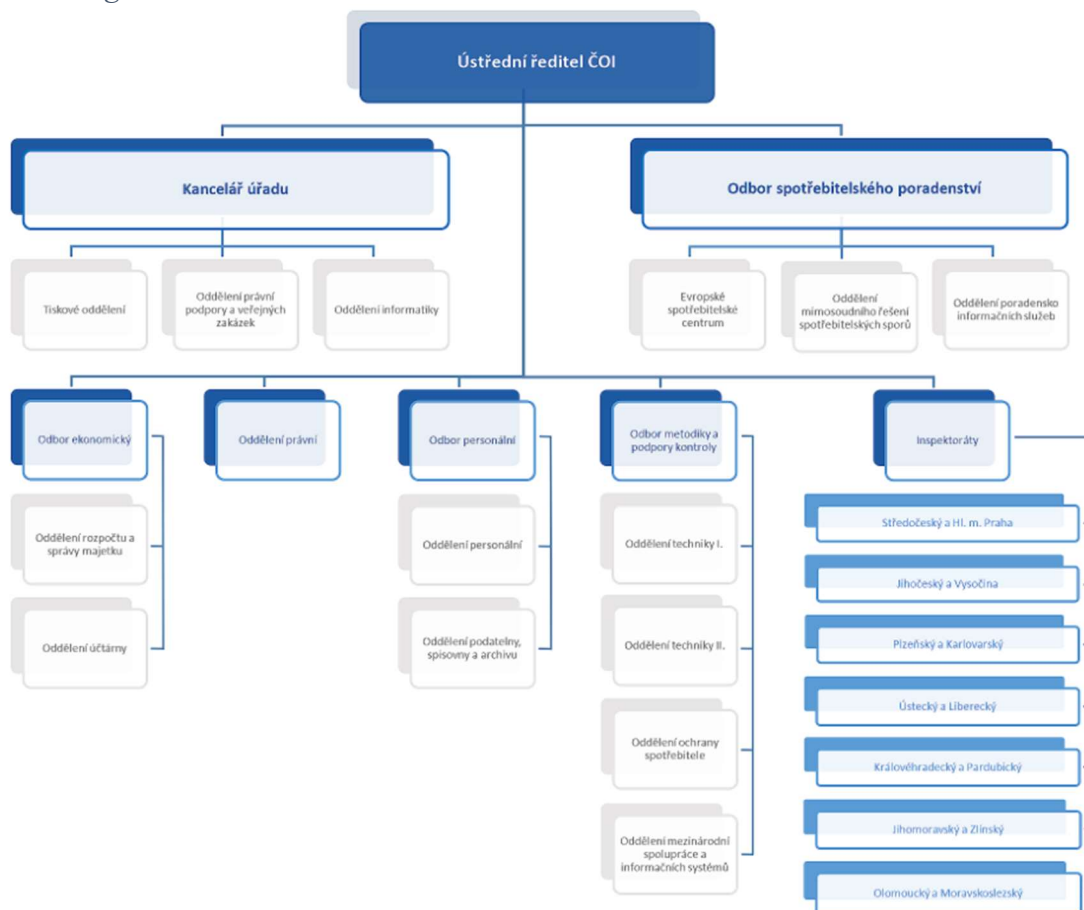
<sup>103</sup> Ministerstvo průmyslu a obchodu. *Spotřebitelské organizace* [online]. [cit. 2023-02-05]. Dostupné z <https://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/pruvodce-pro-spotrebitele/spotrebitelске-organizace--251663/>.

<sup>104</sup> Evropské spotřebitelské centrum. *O nás* [online]. [cit. 2023-02-05]. Dostupné z: <https://evropskyspotrebitel.cz/o-nas/>.

<sup>105</sup> Evropské spotřebitelské centrum. *Evropské spotřebitelské centrum – bližší informace* [online]. (PDF) [cit. 2023-02-05]. Dostupné z: <https://evropskyspotrebitel.cz/wp-content/uploads/2017/07/evropske-spotrebitelске-centrum-blizsi-informace.pdf>.

v Obrázku č. 1. ČOI se zabývá kontrolou fyzických a právnických osob, které dodávají, nabízejí a prodávají výrobky nebo nabízejí a poskytují služby<sup>106</sup>.

Obrázek 1 Organizační struktura ČOI



Zdroj: Česká obchodní inspekce. *Organizační struktura* [online]. [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.coi.cz/o-coi/organizacni-struktura/>.

V rámci této činnosti ČOI konkrétně kontroluje např. plnění pravidel, které zaručují jakost zboží, zdravotní nezávadnost výrobků, plnění potřebného označování výrobků uváděných na trh atd. Stejně tak je dohlíženo i nad tím, jestli nedochází ke klamání spotřebitele za použití různých taktik. ČOI také poskytuje poradensko-informační činnost, která je mířena především na spotřebitele za účelem jejich ochrany v rámci pohybu na trhu<sup>107</sup>.

<sup>106</sup> § 1, § 2, § 20 zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci v platném znění [online]. [cit. 2023-02-05]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2189>.

<sup>107</sup> TOMANČÁKOVÁ, B. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzorky a příklady*. Praha: Linde, 2011. s. 118–120.

Dané kontroly provádí inspektoři, kteří jsou během takového úkonu mj. oprávněni pořizovat různé záznamy, ať už zvukové či obrazové. Je-li to nutné, je možné, aby inspektoři využili i tzv. krycích prostředků, což jsou doklady, které zakrývají skutečnou totožnost inspektora, který kontrolu provádí. Je tak činěno, aby nebyla kontrolní činnost ČOI nikterak kompromitována<sup>108</sup>. Byť ČOI provádí kontroly z vlastní iniciativy nebo na doporučení jiného státního orgánu, její činnost mohou podnitit samotní spotřebitelé nebo další osoby, co na provedení šetření prokážou právní zájem<sup>109</sup>.

ČOI jako taková se ovšem nezabývá kontrolou potravin a tabákových výrobků. Ta přísluší jinému správnímu orgánu, a to Státní zemědělské a potravinářské inspekci. Stejně tak nemá dohled nad nezávadností potravin živočišného původu, kterou vykonává Státní veterinární správa České republiky a nekontroluje ani dodržování povinností plynoucích z ochrany veřejného zdraví, neboť taková činnost připadá orgánům ochrany veřejného zdraví, kterými jsou např. krajské hygienické stanice<sup>110</sup>.

Mezi další oprávnění poskytované ČOI zákonem patří ukládání peněžních sankcí a jiných opatření a zveřejňování výsledků z provedených kontrol za účelem ochrany spotřebitele a preventivního zastavení porušování práva<sup>111</sup>. Co se týká zmocnění zveřejňovat výsledky z provedených kontrol, praktické využití této pravomoci lze hledat na internetových stránkách ČOI, které k nahlédnutí poskytují veřejný seznam rizikových e-shopů, jež nedodržují zákonné povinnosti a vymáhání spotřebitelských práv je tudíž problematické. Dále ČOI uvádí i seznamy ohlášených nebezpečných výrobků, které byly ze závažných důvodů staženy z trhu<sup>112</sup>.

Jak již bylo zmíněno, významným nástrojem ČOI v ochraně spotřebitele je oprávnění ukládat pokuty nebo jiná opatření. Jinými opatřeními se typicky myslí zastavení, ale i zákaz

---

<sup>108</sup> § 5a, § 5b zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci v platném znění [online]. [cit. 2023-03-01]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2189>.

<sup>109</sup> TOMANČÁKOVÁ, B. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzorky a příklady*. Praha: Linde, 2011. s. 120.

<sup>110</sup> Česká obchodní inspekce. *Působnost úřadu* [online]. [cit. 2022-06-20]. Dostupné z: <https://www.coi.cz/o-coi/pusobnost-uradu/>.

<sup>111</sup> § 3 odst. 1 písm. a), b) zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci v platném znění [online]. [cit. 2022-06-20]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2189>.

<sup>112</sup> Česká obchodní inspekce. *Rizikové e-shopy* [online]. [cit. 2022-06-20]. Dostupné z: <https://www.coi.cz/pro-spotrebitele/rizikove-e-shopy/>. Česká obchodní inspekce. *Ohlášené nebezpečné výrobky* [online]. [cit. 2022-06-20]. Dostupné z: <https://www.coi.cz/pro-spotrebitele/spotrebitelesky-pruvodce/ohlasene-nebezpecne-vyroby/>.

uvádění výrobku na trh, pokud existuje podezření na vážné ohrožení zdraví nebo bezpečnosti osob, majetku, životního prostředí nebo jiného veřejného zájmu. Stejným způsobem je možné i stáhnutí daného výrobku z trhu a v případě prokazatelně ohrožených právních zájmů (např. vadné dětské kočárky) může ČOI rozhodnout o stažení výrobku z používání. Pokud se daná osoba dopustila výkonem své činnosti závažného ohrožení života nebo zdraví spotřebitelů, ČOI oplývá pravomocí takový výkon zakázat nebo provozovnu uzavřít na dobu dvou provozních dnů<sup>113</sup>.

Ukládání peněžitých sankcí souvisí s dozorem ČOI nad dodržováním vymezených povinností, které ukládají jednotlivé zákony upravující ochranu spotřebitele. Jedná se např. o zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, o zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky, o zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků, o zákon č. 311/2001 Sb., o pohonných hmotách atd. V případě, že dojde k porušení povinností, které z takových zákonů plynou, ČOI za takový přestupek ukládá ve správním řízení pokutu, jejíž výše se podle závažnosti porušení může vyšplhat až na 50 mil. Kč. Pokud přestupek takové závažnosti nedosahuje, je ve specifických případech možné, aby inspektor provádějící kontrolu uložil pokutu přímo na místě, ovšem sazba této pokuty musí dosahovat maximálně 10 000 Kč<sup>114</sup>.

ČOI je také jedním ze subjektů, které jsou pověřeni mimosoudním řešením spotřebitelských sporů – jedná se o tzv. ADR (alternative dispute resolution). Podstata mimosoudního řešení spotřebitelských sporů spočívá ve vedení stran, které jsou na sporu zúčastněny (tedy spotřebitel a podnikatel) k oboustranné dohodě. S ohledem na skutečnost, že ČOI není soudním orgánem a jako taková nemůže o sporu pravomocně rozhodnout, institutu mimosoudního řešení sporů je možné využít např. v případě podnikatelů, jejichž zájmem je udržování solidních vztahů s jejich spotřebiteli. Předmětem ADR jsou typicky spory týkající se vadného plnění na základě např. kupní smlouvy nebo smlouvy o poskytování služeb<sup>115</sup>.

---

<sup>113</sup> TOMANČÁKOVÁ, B. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzorky a příklady*. Praha: Linde, 2011. s. 118-120.

<sup>114</sup> Česká obchodní inspekce. *Působnost úřadu* [online]. [cit. 2022-06-20]. Dostupné z: <https://www.coi.cz/o-coi/pusobnost-uradu/>.

<sup>115</sup> Česká obchodní inspekce. *Informace o mimosoudním řešení spotřebitelských sporů (ADR)* [online]. [cit. 2023-03-08]. Dostupné z: <https://www.coi.cz/informace-o-adr/>.

Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů je zahájeno návrhem spotřebitele, který musí dokázat, že podání předcházelo jeho neúspěšný pokus o přímé vyřešení věci s podnikatelem, přičemž podání musí spotřebitel učinit do 1 roku od původního uplatnění práva u podnikatele, chce-li institutu ADR využít. Potom, co je podnikateli doručeno vyrozumění o tom, že spotřebitel podal návrh na mimosoudní řešení sporu, musí poskytnou ČOI součinnost a k spotřebitelem uváděným tvrzením se vyjádřit do 15 pracovních dnů. Specifikum mimosoudního řešení spočívá v 90denní lhůtě od zahájení, ve které musí být mimosoudní řešení sporu ukončeno. V případě, že se jedná o případ specifický a složitý, je možné tuto lhůtu prodloužit o max. 90 dnů<sup>116</sup>.

---

<sup>116</sup> § 20n odst. 1, 3, § 20p, § 20s odst. 1, § 20t zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci v platném znění [online]. [cit. 2023-03-08]. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2189>.

## 4 Vlastní práce

Vlastní práce zahrnuje vyhodnocení vybraných informací z teoretické části v praxi, a to prostřednictvím kvantitativní metody sumarizace statistických dat ČOI, na kterou převážně dopadá kontrola dodržování platné právní úpravy ochrany spotřebitele a faktická možnost řešení sporů z této úpravy plynoucí. Další podkapitola praktické části se bude zabývat kvantitativní metodou průzkumu, a to dotazníkovým šetřením, jež míří na zjištění subjektivního názoru spotřebitelů a podnikatelů na úpravu ochrany spotřebitele. Předmětem třetí podkapitoly praktické části je kvalitativní výzkum prostřednictvím rozhovoru a diskuse zjištěných poznatků s odborníkem, Ing. Mgr. Jiřím Fröhlichem, tiskovým mluvčím ČOI.

### 4.1 Statistická data

Jak již bylo vymezeno v teoretické části této práce, základní činnost ČOI spočívá v činnosti kontrolní, jejíž výsledky jsou každoročně uveřejňovány a analyzovány ve výroční zprávě této instituce. Nehledě na skutečnost, že se výročních zprávách rozlišují kontroly provedené a kontroly se zjištěným porušením, ČOI tyto výsledky dále vyhodnocuje z pohledu zvláštních hledisek. Takovým hlediskem je např. určení, na základě **jakých zákonů došlo** ke kontrole, resp. ke zjištění, **v jakých vybraných oblastech** došlo ke kontrole, resp. ke zjištění, které **inspektoráty prováděly** kontrolu, resp. zjištění, a mimoto jsou zohledněny i **nejvýznamnější podněty spotřebitelů**.

Následující subkapitola se zabývá rozborem statistických dat za rok 2021 z pohledu již zmíněných hledisek, přičemž potřebná data pro tuto analýzu byla získána z výroční zprávy ČOI za rok 2021 [online], citované v průběhu ledna a února 2023, dostupné z: [https://www.coi.cz/wp-content/uploads/2022/03/COI\\_Vyrocní\\_zprava\\_2021.pdf](https://www.coi.cz/wp-content/uploads/2022/03/COI_Vyrocní_zprava_2021.pdf).

V případě, že jsou pro kontrast zmíněna data z jiných let, jejich zdroj lze hledat ve výročních zprávách pro citovaná období, dostupných z: <https://www.coi.cz/o-coi/vyrocní-zpravy/vyrocní-zpravy-o-cinnosti-coi/>.

Zprvu je ovšem nutné zohlednit dopad pandemie COVID-19 na činnost ČOI v roce 2021. Vzhledem ke skutečnosti, že v návaznosti na šíření nákazy, resp. její prevenci, došlo po určitou dobu k omezení vymezených obchodních činností některých subjektů, ČOI ve stejném smyslu dočasně omezila činnosti, které se vzhledem k situaci jeví jako rizikové



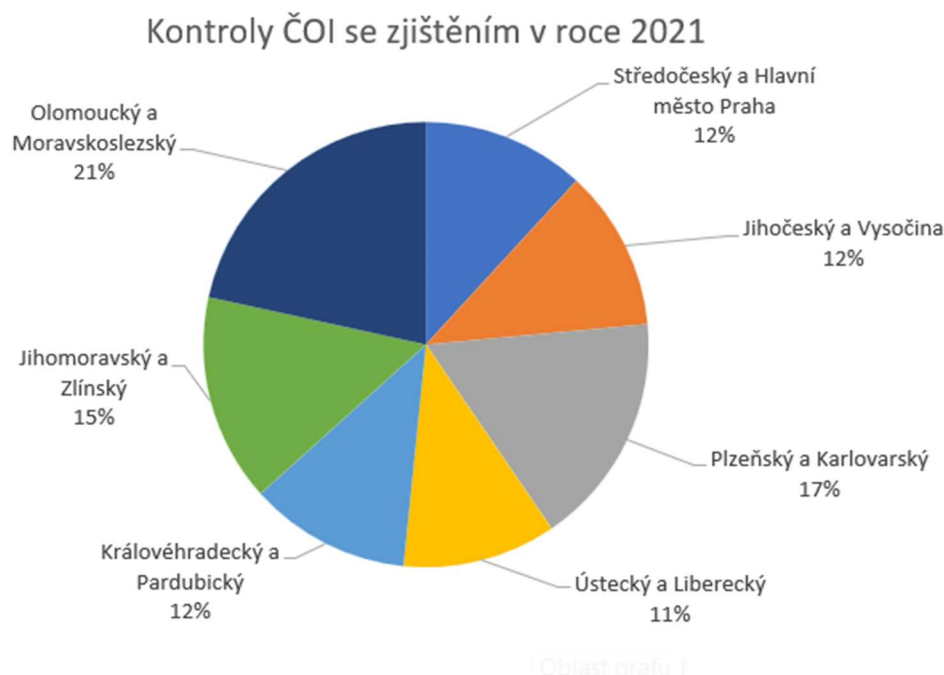
(ať už pro pracovníky ČOI nebo pracovníky kontrolovaných subjektů). Zmíněné tak vyústilo v limitovaný výkon standardního dozoru, jehož část byla následně vykonávána pozměněným způsobem. Za rok 2021 tak ČOI provedla celkem **18 295 kontrol**, z nichž bylo v **7 631** případech, tedy v **47 %** z celkového počtu, zjištěno **porušení**. Právní moci nabylo v roce 2021 dohromady **6 291 pokut**, v celkové hodnotě **80 511 100 Kč**.

Dle shora vymezených kritérií lze **zjištěná porušení** v roce **2021** dále analyzovat.

**Z hlediska inspektorátů ČOI** v krajích ČR si lze povšimnout, že k největšímu počtu zjištěných nedostatků došlo v roce 2021 v Olomouckém a Moravskoslezském kraji, kde bylo zjištěno 1 646 porušení z celkových 3 025 kontrol, míra porušení tedy představovala 54,4 %. Jedná se víceméně o trend stálý, který je pozorovatelný od roku 2018 (včetně). Druhou největší míru porušení za rok 2021 představují kraje Jihomoravský a Zlínský, kdy bylo z 2 401 kontrol zjištěno v 1 152 případech určité porušení, tedy v 48 % z celkového počtu. Těsně za nimi následovaly kraje Středočeský a Hlavní město Praha, jejichž míra zjištěných nedostatků představovala jen o procento méně. V těchto krajích bylo tak v roce 2021 provedeno 1 920 kontrol, u nichž ČOI shledala nedostatek v 903 případech (47 %). Naopak nejmenší míru zjištěných porušení z počtu celkových kontrol měly v roce 2021 kraje Královéhradecký a Pardubický. V těchto krajích byl zjištěn nedostatek pouze v 895 případech z kontrolovaných 2 963, míra pochybení tak představovala pouhých 30,2 %. Jedná se o trend, který se opakoval např. i v roce 2019, 2018, nicméně o stálosti jako takové mluvit nelze, protože např. v roce 2020 nejmenší míru porušení zaznamenal inspektorát pro Jihočeský kraj a Vysočina. V Plzeňském a Karlovarském kraji bylo z 3 304 kontrol zjištěno pochybení u 1 291 z nich, tedy v 39,1 %. Míra nedostatků byla v Ústeckém a Libereckém kraji za rok 2021 vyšší, z celkových 1 980 kontrol ČOI seznala pochybení u 851 z nich, tedy v 43 %. V Jihočeském kraji a Vysočině představovala míra pochybení v roce 2021 33 %, tedy u 893 kontrol z 2 702 bylo shledán nedostatek.

Podíl kontrol se zjištěným nedostatkem jednotlivých inspektorátů na celkovém počtu zjištěných nedostatků je zobrazen v grafu č. 1.

Graf 1 Přehled kontrol se zjištěním z hlediska inspektorátů ČOI v roce 2021



Zdroj: Výroční zpráva ČOI za rok 2021, vlastní zpracování

Z kritéria právní regulace porušení, resp. na základě jakého zákona došlo ke kontrole a následně bylo zjištěno porušení, lze pozorovat, že provedené kontroly a zjištěná porušení se v celkovém součtu liší od shora vymezených hodnot (18 295 kontrol celkem a 7 631 zjištěných porušení). Z tohoto hlediska bylo totiž celkově provedeno 41 775 kontrol, z nichž bylo zjištěno v 8 593 případech porušení. Rozdíl v těchto hodnotách lze vysvětlit tím, že jednotlivé kontroly a jejich výsledky se mohou projevit ve vícero kontrolních akcích.

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele představuje coby největší podíl na kontrolní činnosti ČOI v roce 2021. Jedná se do určité míry o stálý trend, který lze pozorovat např. od roku 2018. V roce 2021 bylo provedeno 16 876 kontrol na základě tohoto zákona, z nichž bylo 5 859 s pochybením, míra porušení tedy činila 34,5 %.

Na základě zmocnění zákona č. 477/2001 Sb., o obalech ČOI vykonala 5 732 kontrol, přičemž u 172 z nich bylo zjištěno pochybení, tedy v 3 % z celkového počtu kontrol podle tohoto zákona. Zákon č. 65/2017 Sb., o ochraně zdraví před škodlivými účinky návykových látek byl podkladem pro 4 848 kontrol, jejichž část tvořilo 258 kontrol se zjištěním, tedy

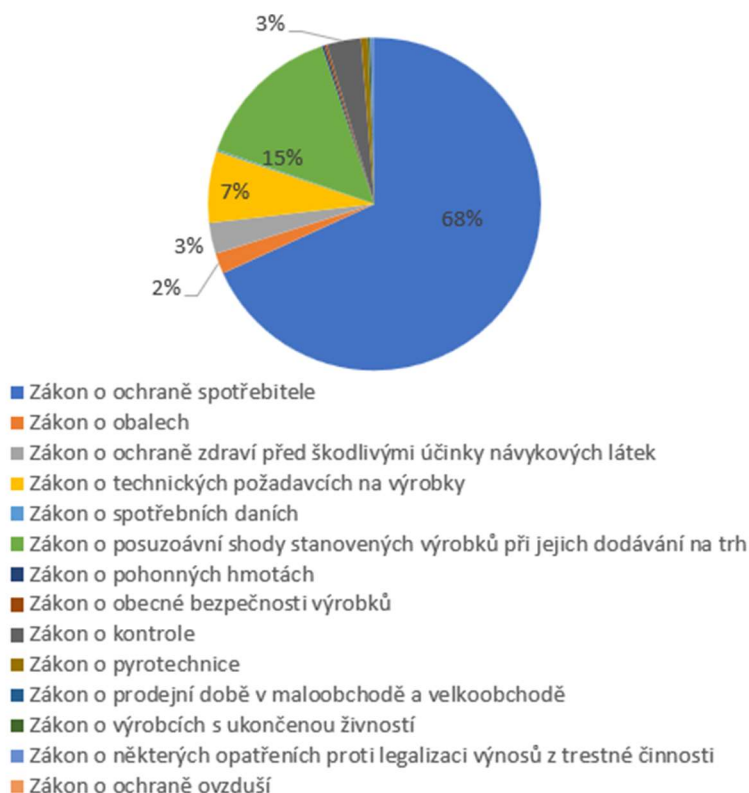
5,3 %. Ve spojitosti se zmocněním plynoucím ze zákona č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky ČOI provedla 3 456 kontrol, přičemž 17,3 % z nich (v absolutním vyjádření 597) bylo se zjištěným nedostatkem. Zákon č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních dal právní základ pro 3 146 kontrol, z nichž bylo pouze 13 (0,4 % z celkového počtu kontrol podle tohoto zákona) vyhodnoceno jako nevyhovující právním předpisům. Podle zákona č. 90/2016 Sb., o posuzování shody stanovených při jejich dodávání na trh bylo zaznamenáno celkem 2 460 kontrol, přičemž u 1 255 z nich, tedy v 51 %, byl zjištěn nedostatek. Na základě zákona č. 311/2006 Sb., o pohonných hmotách bylo vykonáno 1 473 kontrol, kdy míra pochybení představovala 1,4 %, v absolutním vyjádření se projevila v 20 případech. Se zmocněním plynoucím ze zákona č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků bylo spojeno 1 217 kontrol, z nichž bylo ve 21 případech (1,7 %) shledán nedostatek. Zákon č. 255/2012 Sb., o kontrole byl legislativním podkladem pro 944 kontrol a 287 zjištěných porušení, jejichž míra z celkového počtu kontrol podle tohoto zákona činila 30,4 %. Se zákonem č. 206/2015 Sb., o pyrotechnice se pojilo 206 kontrol, 54 z nich, tedy 26,2 %, představovala zjištění pochybení. Zákon č. 223/2016 Sb., o prodejní době v maloobchodě a velkoobchodě byl reflektován v 171 kontrolách, s nimiž bylo spojeny 3 kontroly se zjištěným nedostatkem, pochybení tak představovalo 1,8 %. Ohledně dodržování povinností vyplývajících ze zákona č. 542/2020 Sb., o výrobcích s ukončenou živností bylo provedeno 166 kontrol a následně bylo zjištěno v 21 z nich (tedy v 12,7 %) porušení předpisů. Ze zákona č. 253/2008 Sb., o některých opatřeních proti legalizaci výnosů z trestné činnosti bylo dovezeno 117 kontrol, ve 27,4 % (v absolutním vyjádření tedy ve 32 případech) bylo zjištěno pochybení. Při sledování dodržování zákona č. 201/2012 Sb., o ochraně ovzduší byl odhalen nedostatek pouze v 1 kontrole z provedených 70. V oblasti některých právních předpisů byly v roce 2021 provedeny kontroly, aniž by u nich bylo zjištěno porušení. Těmi zákony jsou zákon č. 247/2006 Sb., o omezení provozu zastávek a některých jiných provozoven v noční době, na jehož základě bylo provedeno 41 kontrol, zákon č. 259/2014 Sb., o prekurzorech výbušnin, který byl podkladem pro 18 kontrol a zákon č. 370/2017 Sb., o platebním styku, jehož dodržení se zkoumalo v 10 případech. Vyhledáním výrobků notifikovaných v Safety Gate se provedlo 824 kontrol, přičemž u žádné z nich nebylo zjištěno pochybení.

Níže zpracované grafické znázornění č. 2 ukazuje podíl zjištěných nedostatků v roce 2021 dle jednotlivých právních předpisů. V případě, že nejsou některé oblasti na grafu

výslovně zobrazeny, jejich podíl byl v porovnání s ostatními oblastmi zanedbatelný a systém jej zobrazoval v minimálních hodnotách blížících se nule. Tyto oblasti ovšem v celkovém stanovení podílů reflektovány jsou.

Graf 2 Přehled porušení dle zákonů (2021)

Přehled zjištěných porušení dle vybraných zákonů za rok 2021



Zdroj: Výroční zpráva ČOI za rok 2021, vlastní zpracování

Provedené kontroly a zjištěné nedostatky ČOI zkoumá i z pohledu **vybraných oblastí**, jejichž konzistentnější podobu (tedy takovou, jejíž složky ve větší míře odpovídají složkám vybraných oblastí v roce 2021) ČOI zohledňuje ve výročních zprávách už od roku 2018. V roce 2021 ČOI provedla ve vybraných oblastech celkem 26 592 kontrol, z nichž bylo v 10 180 případech zjištěno určité porušení. Z uvedených hodnot si lze povšimnout, že nekorespondují s výše vymezenými daty (18 295 kontrol celkem a 7 631 zjištěných porušení). Jako u předchozího kritéria lze rozdíl v těchto hodnotách vysvětlit tím, že jednotlivé kontroly a jejich výsledky se mohou projevit ve vícero kontrolních akcích.

Nejvíce kontrolovanou oblastí byla za rok 2021 oblast prodejních cen, ve které bylo provedeno celkově 9 425 kontrol, z nichž bylo v 3 780 případech zjištěn určitý nedostatek. Celková míra zjištění v této oblasti činila 40,1 %. Skutečnost, že oblast prodejních cen je z vybraných oblastí nejvíce kontrolovanou, platí i pro roky 2018, 2019, 2020. Byť v roce 2021 bylo v této oblasti provedeno více kontrol než v roce 2020, kdy jich bylo provedeno pouze 8 586 (vlivem epidemiologické situace nebyly všechny naplánované kontrolní akce zrealizovány), přesto celkové počty kontrol nedosahují hodnot z roku 2019, kdy ČOI provedla 12 711 kontrol a z roku 2018, kdy jich bylo celkově 12 235. Na celkový počet provedených kontrol reagovaly i kontroly s nahlášeným zjištěním. Zatímco v roce 2020 bylo shledáno pochybení u 3 446 kontrol a míra zjištěných porušení činila 40,1 % (stejná jako v roce 2021!), v roce 2019 byl nedostatek odhalen v 6 000 případech, relativně vyjádřeno v 47,2 % z celkových kontrol v této oblasti. Míra porušení byla v roce 2018 vyšší, a to 49,9 %, tedy 6 108 porušení.

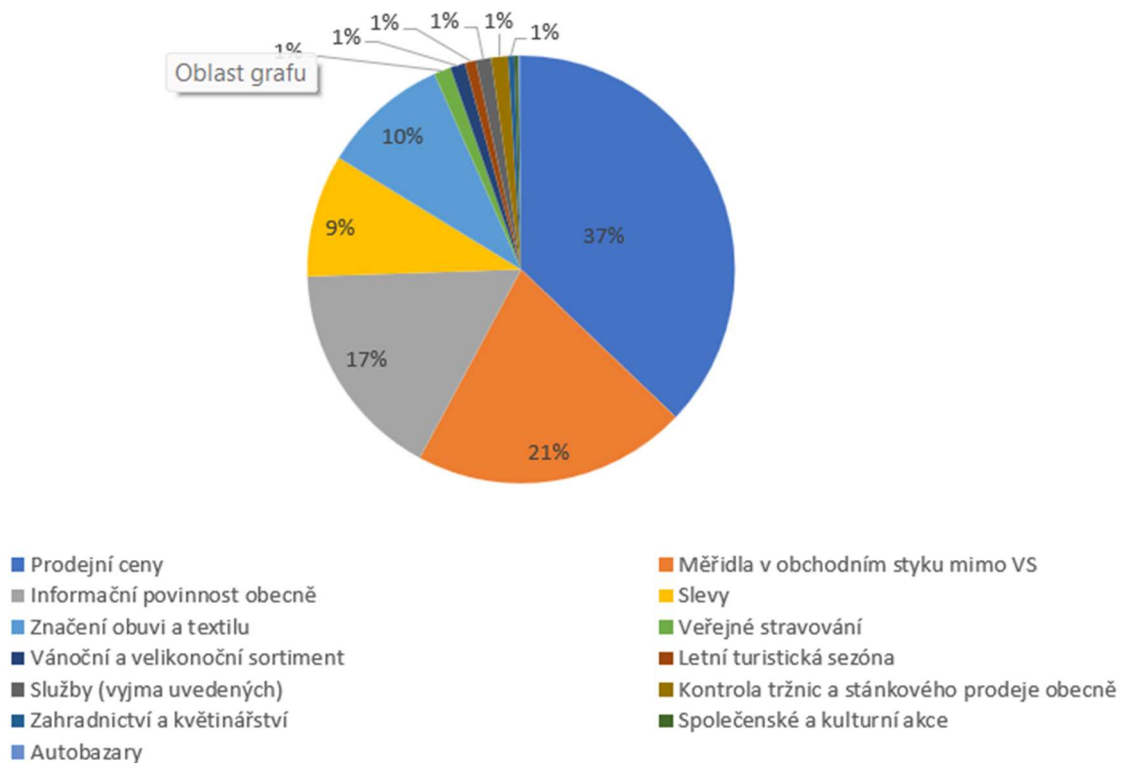
Oblastí, ve které sice nebylo v roce 2021 provedeno zdaleka tolik kontrol jako u jiných položek, ale z hlediska procentuálního vyjádření zjištěných porušení představovala nejvyšší podíl, byla kontrola tržnic a stánkového prodeje obecně. Z celkového počtu 198 kontrol bylo v roce 2021 130 kontrol se zjištěním, míra porušení tak dosahovala 65,7 %. Ke stejné situaci došlo i v roce 2020, kdy se procentuální vyjádření zjištěných porušení vyšplhalo na 71,5 %, v důsledku čehož byla oblast tržnic a stánkového prodeje obecně oblastí s největší četností odhalených nedostatků. To samé se ovšem nedá říct o rocích předcházejících, ve kterých, byť opět oblast kontrola tržnic a stánkového prodeje obecně představovala nemalou míru porušení (pro rok 2019 60,6 % a pro rok 2018 81,5 %), nahradily tuto oblast pohřební služby jako oblast, v níž dochází nejvíce k odhalení nedostatků (pro rok 2019 80 %, pro rok 2018 85,1 %). Oblast pohřebnictví ovšem ve vybraných oblastech pro roky 2020, 2021 výslovně zahrnuta nebyla, tudíž takové porovnání pro tyto roky nelze uskutečnit.

Další zkoumanou oblastí v roce 2021 byla oblast měřidel v obchodním styku mimo VS, v níž bylo provedeno celkem 6 173 kontrol, z nichž bylo 2 111 (34,2 %) vyhodnoceno jako s porušením. Dodržováním informační povinnosti obecně se zabývala ČOI v 4 473 případech, přičemž v 37,8 % z nich (1 691 v absolutním vyjádření) shledala určité nedostatky. Za účelem kontroly problematiky slev bylo dohromady realizováno 2 580

kontrol, přičemž u 944 z těchto kontrol (36,6 % v relativním vyjádření) se ukázalo pochybení. Oblast značení obuvi a textilu byla podrobena 2 164 kontrolám, načež určitá forma porušení byla shledána u 977 z nich, tedy v 45,1 %. Na oblast kontroly veřejného stravování se ČOI v roce 2021 se zaměřila v 432 v případech, přičemž v 130 z nich, tedy 30,1 %, bylo odhaleno porušení povinností kontrolovaných subjektů. Terčem kontroly dodržování povinností byl i vánoční a velikonoční sortiment, který v 116 případech z 404 (28,7 %) kontrolou úspěšně neprošel. V oblasti letní turistické sezóny byla zjištěna míra porušení 36,4 % (v absolutním vyjádření 84) z 231 celkově provedených kontrol. V přehledu celkových kontrol bylo u zahradnictví a květinářství vykázáno 138 kontrolních úkonů, z nichž bylo 48 (tedy 34,8 %) shledáno s porušením. Společenské a kulturní akce byly kontrolovány v 95 případech, u 30 z nich bylo přitom zjištěno porušení, tudíž procentuální vyjádření míry dosahuje v této oblasti 31,6 %. Činnost autobazarů byla v roce 2021 šetřena v 49 kontrolách, během nichž projevil nedostatek u 21 z nich, tedy v 42,9 %. Mimo služby již vymezené byly služby předmětem kontroly i v 230 případech, přičemž ve více než v polovině těchto případů ČOI odhalila určitou formu pochybení (v absolutním vyjádření ve 118 kontrolách, v relativním 51,3 %).

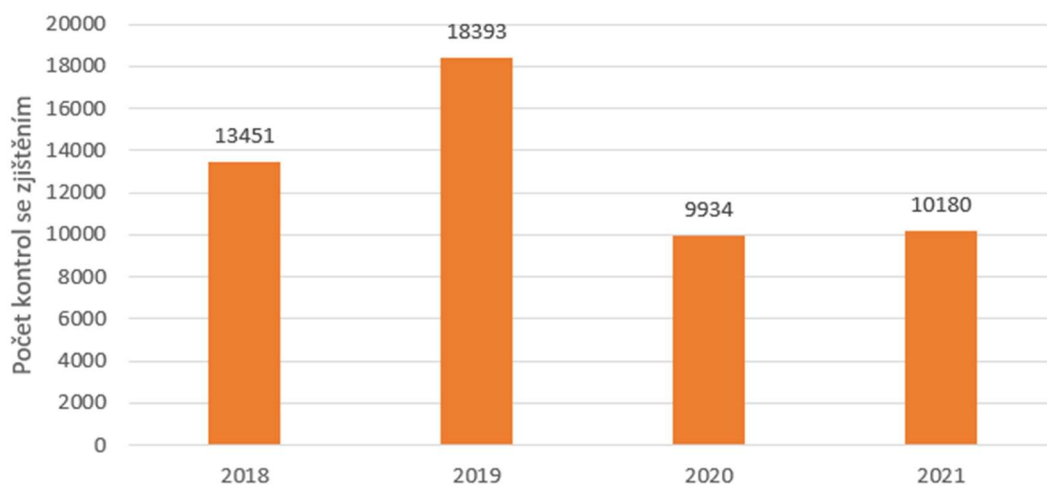
Níže zpracované grafy dále zkoumají kontroly se zjištěným porušením. Graf č. 3 zobrazuje podíl jednotlivých oblastí na celkovém součtu kontrol se zjištěním (hodnota takového součtu představuje dle tohoto kritéria 10 180 kontrol se zjištěním). V případě, že nejsou některé oblasti na grafu výslovně zobrazeny, jejich podíl byl v porovnání s ostatními oblastmi zanedbatelný a systém jej zobrazoval v minimálních hodnotách blížících se nule. Tyto oblasti ovšem v celkovém stanovení podílů reflektovány jsou. Graf č. 4 dále ilustruje celkové součty zjištění s porušením ve vybraných oblastech mezi roky 2021–2018.

Graf 3 Přehled kontrol ČOI se zjištěním ve vybraných oblastech za rok 2021



Zdroj: Výroční zpráva ČOI za rok 2021, vlastní zpracování

Graf 4 Přehled kontrol se zjištěním dle vybraných oblastí mezi roky 2018-2021



Zdroj: Výroční zpráva ČOI za rok 2018, 2019, 2020, 2021, vlastní zpracování

Jak již bylo shrnuto v teoretické části, ČOI provádí kontrolu z vlastní iniciativy nebo na doporučení jiného státního orgánu, nicméně její činnost mohou podnítit i samotní **spotřebitelé**. Za rok 2021 tak možnost využití takového práva vyústila v 10 252 podnětů ke kontrole, z nichž bylo 1 363 uznáno za oprávněné, či částečně oprávněné. V reakci na podněty spotřebitelů bylo následně realizováno 2 724 kontrol, což představuje z celkového počtu kontrol provedených za rok 2021 cca 14,9 %. Necelých 15 % ze všech kontrol za rok 2021 tak bylo na základě spotřebitelské iniciativy. ČOI shledala porušení při dodržování povinností plynoucích z právních předpisů v 1 755 případech z provedených 2 724 kontrol, míra zjištěných porušení tak činila 64,4 %.

Nejvyšší počet podnětů podaných spotřebiteli v roce 2021 se týkal činnosti internetových obchodů, přičemž v této oblasti bylo podnětů podáno celkem 4 082. Nejvíce stěžovanou oblastí byla činnost internetových obchodů i v rocích 2019 (počet podnětů 5 641), 2018 (počet podnětů 4 359), 2017 (počet podnětů 5 937). V roce 2020 (počet podnětů 1 076) zaznamenala tato oblast určitý pokles v počtu podání spotřebitelů, v důsledku čehož byla nejvíce nahlašovanou oblastí oblast nekalých obchodních, agresivních, podvodných praktik, která zaznamenala 1 695 podání. V roce 2021 vyústilo podezření spotřebitelů na nekalé obchodní praktiky, agresivní a podvodné praktiky v 1 631 podnětů, což je o 64 podnětů méně než v roce 2020. V předcházejících rocích byla ale četnost podnětů v této oblasti mnohem vyšší, např. v roce 2019 zaznamenala ČOI k prošetření nekalých obchodních, agresivních, podvodných až 2 772 podnětů, v roce 2018 zase 2 340, zatímco v roce 2017 byl počet podnětů vyšší, a to 3 113.

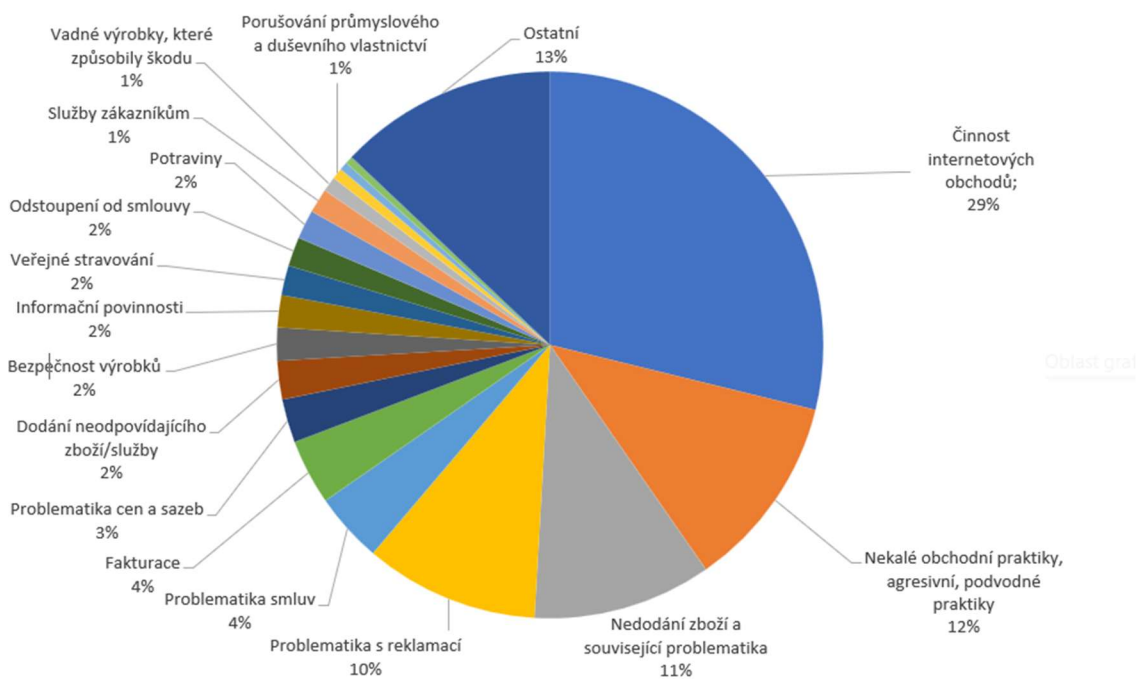
V případě nedodání zboží a související problematiky ČOI zaregistrovala v roce 2021 až 1 498 podání, přičemž v oblasti reklamací bylo podnětů podáno 1 461. Na problematiku smluv bylo spotřebiteli stěžováno v 585 případech, podobně i fakturace byla předmětem 548 podání. Ceny a sazby se staly důvodem pro 364 spotřebitelských podnětů, o něco méně (276) se týkalo bezpečnosti výrobků. Ke kontrole dodržování informační povinnosti spotřebitelé vybízeli v 270 návrzích, přičemž k dalšímu institutu ochrany spotřebitele, odstoupení od smlouvy, bylo návrhů zaznamenáno 244. Zatímco veřejné stravování bylo spotřebiteli navrhováno k prošetření v 249 případech, v oblasti potravin bylo zaznamenáno jen o 6 návrhů méně, tedy 243. Spotřebitelé navrhovali kontrolu služeb pro zákazníky v roce 2021 v 205 případech, vadné výrobky, které způsobily škodu, se staly předmětem 125 podnětů



k prošetření. Další specifické oblasti zaznamenaly podstatně menší počet spotřebitelských iniciativ ke kontrole, v oblasti porušování průmyslového a duševního vlastnictví jich bylo 93, v oblasti prodeje alkoholu a tabákových výrobků mladistvým o něco méně, a to 69 a na změny cen bylo stěžováno v 64 případech. Ostatní spotřebitelské návrhy k provedení kontroly, které neodpovídají výše vymezeným předmětům, dosahovaly celkových 1 834 podnětů.

Níže zpracovaný graf č. 5 ukazuje procentuální zastoupení shora popsaných oblastí, které byly předmětem podnětů ke kontrole v roce 2021. V případě, že nejsou některé oblasti na grafu výslovně zobrazeny, jejich podíl byl v porovnání s ostatními oblastmi zanedbatelný a systém jej zobrazoval v minimálních hodnotách blížících se nule. Tyto oblasti ovšem v celkovém stanovení podílů reflektovány jsou.

Graf 5 Podněty spotřebitelů podle nejvýznamnějšího předmětu v roce 2021



Zdroj: Výroční zpráva ČOI za rok 2021, vlastní zpracování

## 4.2 Dotazníkové šetření

Za účelem naplnění cíle bakalářské práce a zjištění informovanosti spotřebitelů o jejich postavení ve spotřebitelských vztazích a o právech z nich plynoucí bylo provedeno dotazníkové šetření s 109 respondenty. Toto dotazníkové šetření testovalo nejen povědomí

spotřebitelů o oblasti ochrany spotřebitele jako takové, kromě toho mířilo i na podnikatele, u nichž zjišťovalo názor a zkušenosti s touto problematikou. Respondenti jsou na základě uvedeného rozřazeny do dvou kategorií, a to spotřebitelé (68) a podnikatelé (41).

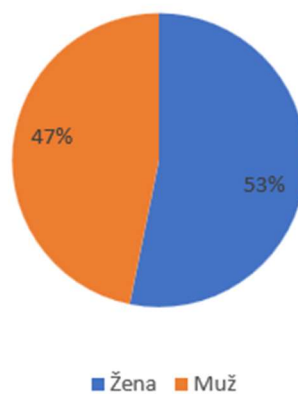
V úvodu dotazníkového šetření byly položeny otázky, které jsou společné oběma skupinám respondentů a cílí na zpřehlednění demografického rozložení spotřebitelů a podnikatelů. Na každou ze shora vymezených otázek byla možná pouze jedna odpověď. Byť se zdá, že souhrnně je poměr pohlaví téměř vyrovnaný (absolutně vyjádřeno 58 žen a 51 mužů), je zapotřebí zmínit, že v rámci spotřebitelů převažovaly znatelně ženy, kdy jich bylo 41 oproti 27 mužům. Naopak u podnikatelů byla situace obrácená a mužů bylo více (24) než žen (17).

Co se týká věkových kategorií respondentů, ve věkové kategorii 17 a mladší byla pouze jedna osoba, a to samé se týká kategorie 60 či starší. Největší zastoupení představovali respondenti ve věku 21–29, kterých bylo celkově 63. Druhý nejvyšší počet respondentů byl ve věku 30–39, kterých bylo dohromady 16. Těsně za nimi následovaly osoby mezi lety 40–49, jichž bylo nashromážděno 13. V kategorii 50–59 odpovídalo respondentů o něco méně, a to 6. Obecně by se tak dalo říct, že největší podíl respondentů je ve věku pod 50 lety. Je ovšem zajímavé poukázat na skutečnost, že zatímco u spotřebitelů znatelně převládalo věkové rozmezí 21–29 (54), u podnikatelů byl věkový průměr starší, a to 40–49 (13), který měl jen o jednoho respondenta více než měli respondenti ve věku 30–39.

V oblasti dosaženého vzdělání převládali respondenti se středním vzděláním s maturitou, kteří čítali dohromady 64 z celkového počtu. Vysokoškolsky vzdělaných spotřebitelů a podnikatelů bylo dohromady 30, přičemž ostatní úrovně vzdělání byly zastoupeny podstatně jméně. Osob, které se dotazníkového šetření a dosáhli středního vzdělání s výučním listem bylo 6. O jednu osobu méně bylo respondentů se vzděláním základním a nejméně bylo respondentů osob s vyšším odborným vzděláním, kterých bylo celkem 4. Byť u obou skupin respondentů, převládalo hlavně vzdělání ze střední školy zakončené maturitou, vysokoškolsky vzdělaných podnikatelů (16) bylo více než vysokoškolsky vzdělaných spotřebitelů (14).

Graf 6 Dotazník: Pohlaví

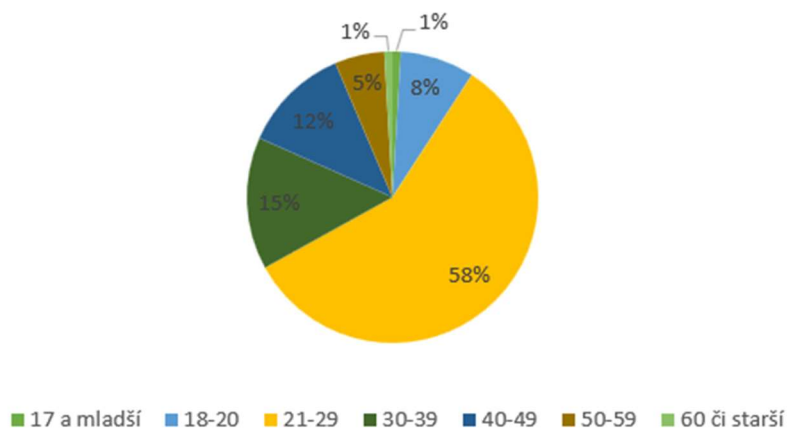
Jaké je Vaše pohlaví?



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 7 Dotazník: Věk

Která z níže uvedených kategorií zahrnuje Váš věk?



Zdroj: Vlastní zpracování



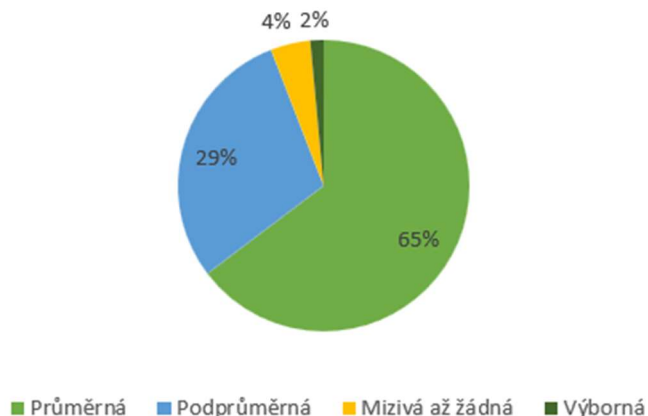
Zdroj: Vlastní zpracování

Subjektivní posouzení znalosti spotřebitelských práv byla jednou z krucióálních otázek dotazníkového šetření, a to protože tato informace sloužila jako určitý indikátor povědomí spotřebitelů o oblasti spotřebitelského práva jako takové – ostatně to je důvod, proč na takovou otázku byla možná pouze jedna odpověď. Graf č. 9 tuto skutečnost zobrazuje v rámci procentuálního vyjádření, přičemž co se týká vyjádření absolutního, jako průměrnou označilo svoji znalost spotřebitelských práv 44 z celkových 68 zúčastněných spotřebitelů. Jako podprůměrné zhodnotilo své povědomí o této oblasti 20 spotřebitelů a jako mizivé až žádné 3 spotřebitelé. Výbornou znalost svých práv měl dle svého úsudku jen 1 (!) spotřebitel.

Stejná otázka byla položena podnikatelům za účelem zjištění jejich míry informovanosti co do práv spotřebitelů, přičemž relativní a absolutní vyjádření je obsaženo v grafu č. 10. Jak podnikatelé, tak spotřebitelé většinou zhodnotili znalost spotřebitelských práv jako průměrnou. Je ovšem zajímavé poukázat, že více podnikatelů (ať už absolutně či relativně) popsal svoji znalost spotřebitelských práv jako výbornou.

Graf 9 Dotazník: Znalost práv (spotřebitel)

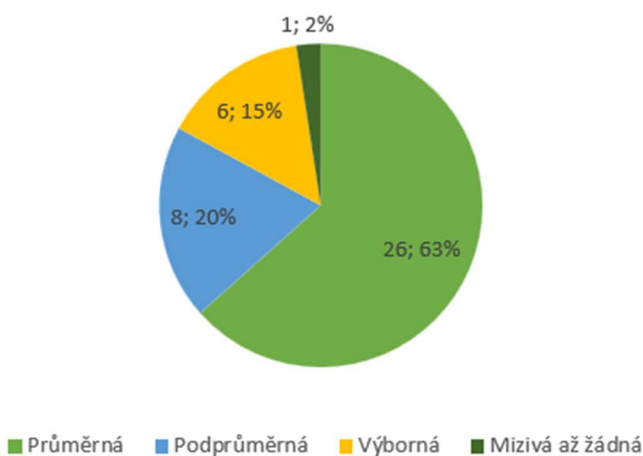
Jak byste popsal/a vlastní znalost svých spotřebitelských práv?



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 10 Dotazník: Znalost práv (podnikatel)

Jak byste popsal/a svoje ponětí o legislativních právech spotřebitele?



Zdroj: Vlastní zpracování

Další otázkou, která byla pro splnění dílčího cíle této práce důležitá byla otázka mířená na testování znalosti konkrétních institutů ochrany spotřebitele. V tomto případě bylo naopak možné zahrnout více odpovědí, neboť bylo žádoucí zjistit, zda respondent zná více než jeden nástroj ochrany spotřebitele. I tato otázka byla položena oběma skupinám

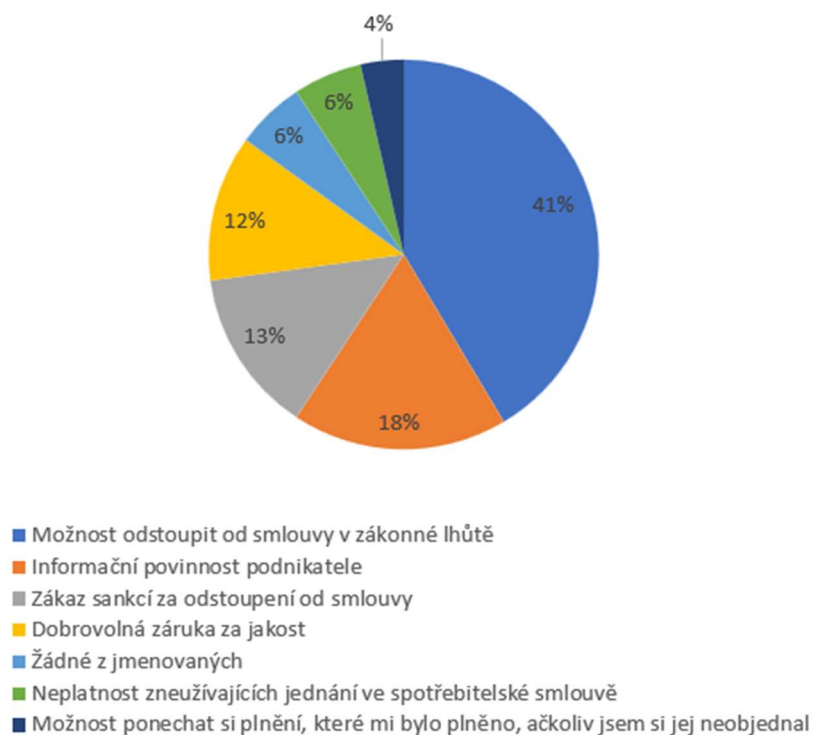
respondentů, aby byla vyhodnocena znalost spotřebitelů v kontrastu znalosti podnikatelů. Z grafu č. 10 je zřejmé, že mezi oslovenými spotřebiteli je nejvíce rozšířena možnost odstoupit od smlouvy v zákonné lhůtě (lhůta nebyla specifikována, neboť se u jednotlivých typů smluv liší), o jejíž existenci vědělo dohromady 58 z 68 spotřebitelů. Oslovené skupině spotřebitelů byl tento nástroj znám z 85,3 %.

O povinnosti podnikatele informovat spotřebitele o zákonem vymezených skutečnostech vědělo 25 spotřebitelů, což vzhledem k jejich celkovému počtu představuje 36,76 %. Skutečnost, že podnikatel nesmí uložit sankci spotřebiteli za to, že odstoupí od smlouvy v zákonné lhůtě, v dotazníkovém šetření reflektovalo 19 spotřebitelů a o funkci dobrovolné záruky za jakost jich vědělo 17. Absenci právních účinků zneužívajících jednání ve spotřebitelské smlouvě (v možnosti bylo použito „neplatnost“ pro účely laické veřejnosti) znalo 8 spotřebitelů, zato úpravu neobjednaného plnění 5. Z celkového počtu spotřebitelů nevědělo 8 z nich ani o jednom z těchto nástrojů. 11,76 % dotázaných spotřebitelů tak nemá o těchto základních institutech ochrany spotřebitele přehled.

Graf č. 11 zobrazuje procentuální vyjádření odpovědí spotřebitelů, zatímco graf č. 12 zachycuje odpovědi podnikatelů v relativním i absolutním vyjádření. Byť možnost odstoupení od smlouvy v zákonné lhůtě je mezi podnikateli také nejrozšířenější, podnikatelé o své povinnosti informovat spotřebitele ví procentuálně i absolutně více než spotřebitelé vědí o svém právu být podnikateli informováni. Stejně zajímavé je poukázat i na to, že ani jeden z podnikatelů nezodpověděl, že nezná žádný z jmenovaných institutů ochrany spotřebitele.

Graf 11 Nástroje ochrany (spotřebitel)

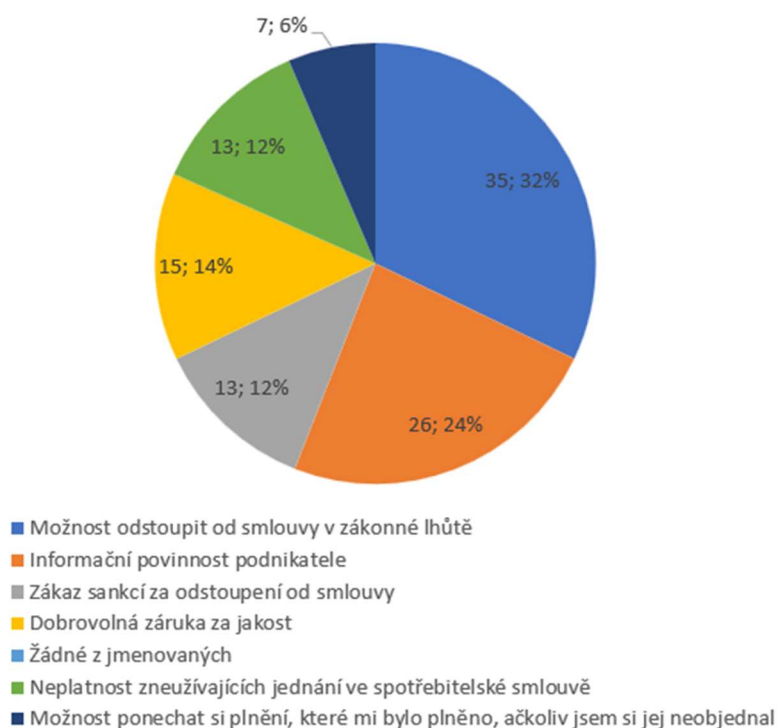
Které nástroje ochrany spotřebitele znáte?



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 12 Dotazník: Nástroje ochrany (podnikatel)

Které nástroje ochrany spotřebitele znáte?

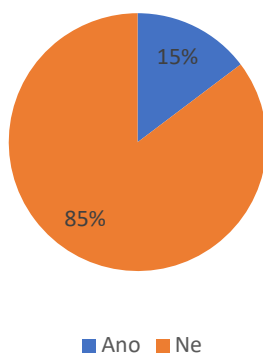


Zdroj: Vlastní zpracování

Reakce na legislativní změny testuje další otázka, která je v případě kladné odpovědi následována otázkou doplňující, jejímž účelem je zjistit z jakých zdrojů respondenti čerpají v případě změn ve spotřebitelské oblasti. Zatímco převážný počet spotřebitelů (58) změnu v úpravě ochrany spotřebitele nepostřehlo (pouze 10 uvedlo, že změnu zaznamenalo), poměr podnikatelů, kteří změnu zaznamenali (24) je vyšší než těch podnikatelů, kteří ne (17). V případě kladné odpovědi jsou pak v grafu č. 15 zobrazeny možné platformy, ze kterých se spotřebitel o změně dozvěděl, s absolutním a relativním vyjádřením. To samé platí i pro podnikatele ve grafu č. 16 s výjimkou jedné odlišné možnosti, u níž by z povahy problematiky nedávalo smysl, kdyby byla pro spotřebitele i podnikatele stejná.

*Graf 13 Dotazník: Změna (spotřebitel)*

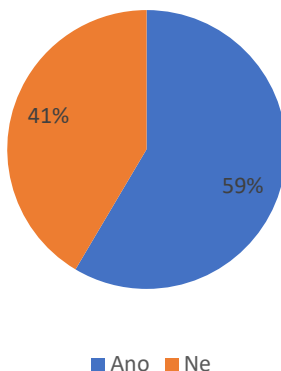
Zaznamenal/a jste nedávnou změnu v úpravě ochrany spotřebitele?



Zdroj: Vlastní zpracování

*Graf 14 Dotazník: Změna (podnikatel)*

Zaznamenal/a jste nedávnou změnu v úpravě ochrany spotřebitele?

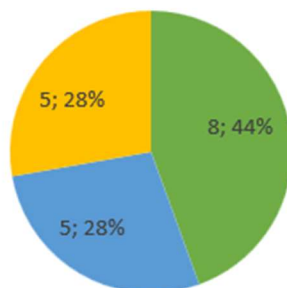


Zdroj: Vlastní zpracování



Graf 15 Dotazník: Zdroj změny (spotřebitel)

Pokud ano, odkud?

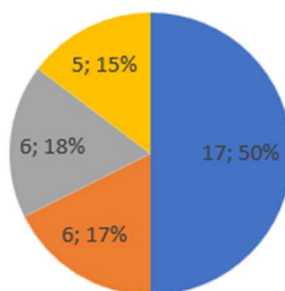


- Byl/a jsem o takové změně informován médii (internet, televize, sociální sítě atd.)
- Informaci jsem získal/a vlastním průzkumem
- Byl/a jsem o takové změně informován rodiči/přáteli/ve škole
- Byl/a jsem o takové změně informován protistranou

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 16 Dotazník: Zdroj změny (podnikatel)

Pokud ano, odkud?



- Byl/a jsem o takové změně informován médii (internet, televize, sociální sítě atd.)
- Informaci jsem získal/a vlastním průzkumem
- Byl/a jsem o takové změně informován rodiči/přáteli/ve škole
- Jiné

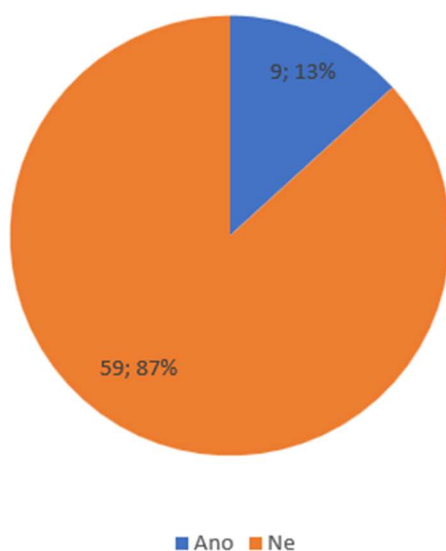
Zdroj: Vlastní zpracování

Ze shora vymezených grafů lze pozorovat, že v případě, kdy respondenti změnu v oblasti ochrany spotřebitele zaznamenali, nejčastější platformou, díky níž tak učinili, byly média, ať už internet, televize či sociální sítě atd. Nezanedbatelnou roli hrál i vlastní průzkum a upozornění na tuto skutečnost od rodičů, přátel, či ve škole, které byly ve stejném poměru jak v oblasti spotřebitelů, tak podnikatelů. 15 % podnikatelů, kteří změnu zaznamenali, se o ní dozvěděli z jiných neuvedených zdrojů.

Další a poslední otázka, která je pro oba typy respondentů stejná, je otázka zkoumající povědomí spotřebitelů a podnikatelů o roli EU na vnitrostátní úpravě ochrany spotřebitele. Z níže uvedených hodnot vyjádřených absolutně i relativně, lze pozorovat, že jak spotřebitelé (graf č. 17), tak podnikatelé (graf č. 18) převážně neví, jakou roli zastupuje EU v ochraně spotřebitele. Je ovšem zajímavé upozornit, že počet respondentů (a to v absolutním i relativním vyjádření), kteří tuto informaci ví, je vyšší u podnikatelů než u spotřebitelů.

Graf 17 Dotazník: Vliv EU (spotřebitel)

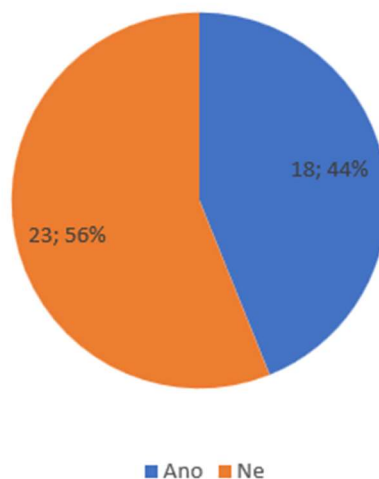
Víte, jakým způsobem se EU podílí na ochraně spotřebitele?



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 18 Dotazník: Vliv EU (podnikatel)

Víte, jakým způsobem se EU podílí na ochraně spotřebitele?



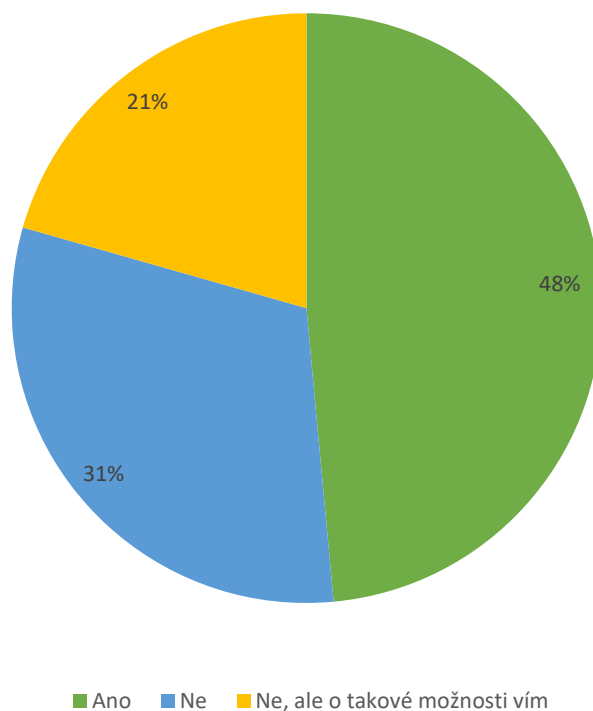
Zdroj: Vlastní zpracování

Další otázky se soustřeďovaly výlučně na osobu spotřebitele.

Spotřebitelovu znalost zákonných nástrojů jeho ochrany dále ilustrují otázky týkající se odstoupení od spotřebitelské smlouvy v zákonné lhůtě, coby nejrozšířenějšího institutu ochrany spotřebitele mezi dotazovanými respondenty. 33 (relativně vyjádřeno 48 % z celkového počtu spotřebitelů) z oslovených spotřebitelů od uzavřené spotřebitelské smlouvy odstoupilo v zákonné lhůtě. Necelých 50 % tedy nejen, že o tomto institutu vědělo, také jej aktivně využilo. Dalších 14 spotřebitelů tento institut sice v praxi neaplikovalo, byť jeho znalost má a 21 oslovených spotřebitelů od smlouvy doposud neodstoupili. Relativní vyjádření těchto informací je obsaženo v grafu č. 19.

Graf 19 Dotazník: Odstoupení od smlouvy

Odstoupil/a jste někdy od uzavřené spotřebitelské smlouvy v zákonné lhůtě?

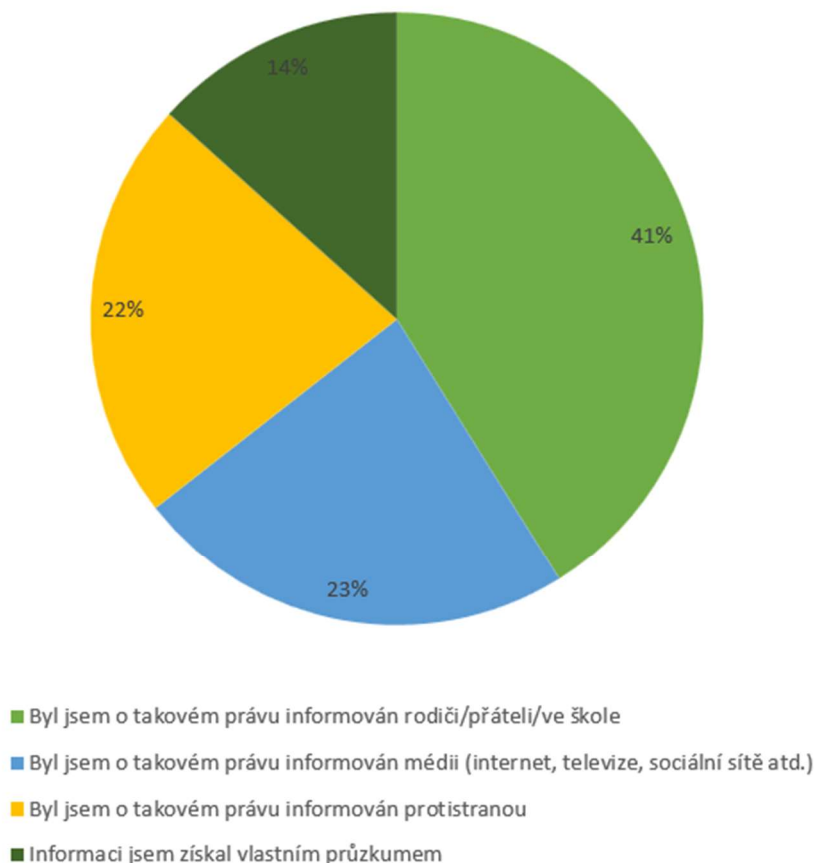


Zdroje: Vlastní zpracování

Pro dosažení dílčího cíle této práce byla vysoce relevantní otázka, v níž spotřebitelé zodpovídali, jak se o právu na odstoupení od smlouvy v zákonné lhůtě dozvěděli, jejíž . 37, tedy 41 % z nich, informaci o tomto institutu zjistili prostřednictvím rodičů, přátel či ve škole, přičemž se jedná o nejvíce zastoupený způsob získání informace o tomto právu. Byť takových hodnot ostatní způsoby nedosahovaly, obdobně zastoupené byly různé formy médií (21 v absolutním vyjádření a 23 % v relativním) a získání informace o tomto právu od protistrany (20 v absolutním vyjádření a 22 % v relativním). Pouze 12 spotřebitelů (14 %) se dozvěděli o právu na odstoupení od spotřebitelské smlouvy v zákonné lhůtě na základě vlastního průzkumu. Relativní znázornění této otázky lze pro přehlednost nalézt v grafu č. 20.

Graf 20 Dotazník: Odstoupení od smlouvy (zdroj)

### Odkud jste se o právu na odstoupení od smlouvy v zákonné lhůtě dozvěděl/a?

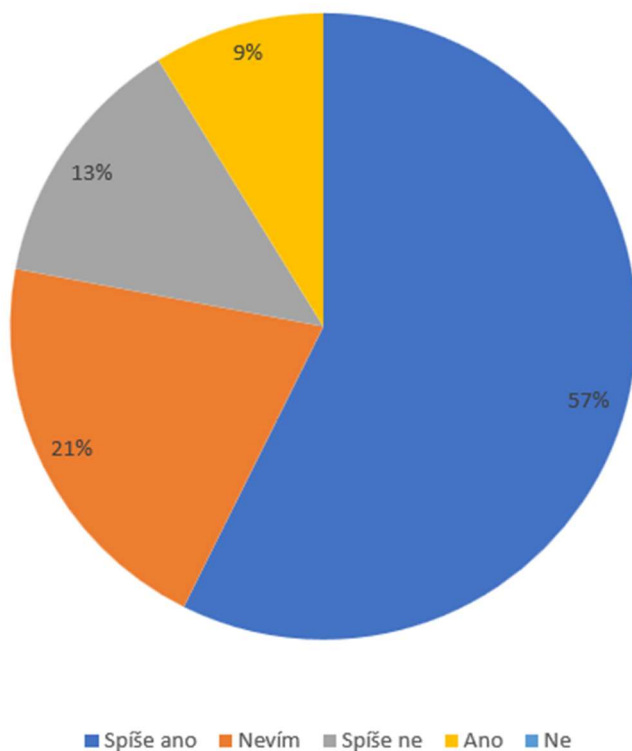


Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka, která byla pro naplnění dílčího cíle stejně důležitá jako otázky předchozí, byla otázka, v níž spotřebitelé subjektivně hodnotili, do jaké míry se cítí být při uzavírání spotřebitelských smluv chráněni. Absolutně chráněni se při uzavírání spotřebitelských smluv cítí 6 z spotřebitelů, což z celkového počtu představuje 9 %. Spíše chráněna se však cítí valná většina odpovídajících spotřebitelů, tedy 39 z celkových 68, což představuje 57 %. 21% (absolutně vyjádřeno 14) respondentů si úroveň své ochrany není jista. Naproti tomu 9 spotřebitelů (13 %) se spíše cítí nechráněna. Absolutně nechráněn se však necítí nikdo z oslovených. Tyto skutečnosti jsou zachyceny v grafu č. 21.

Graf 21 Zhodnocení úrovně ochrany spotřebitele

Cítíte se chráněn/a právní úpravou ochrany spotřebitele při uzavírání spotřebitelských smluv?

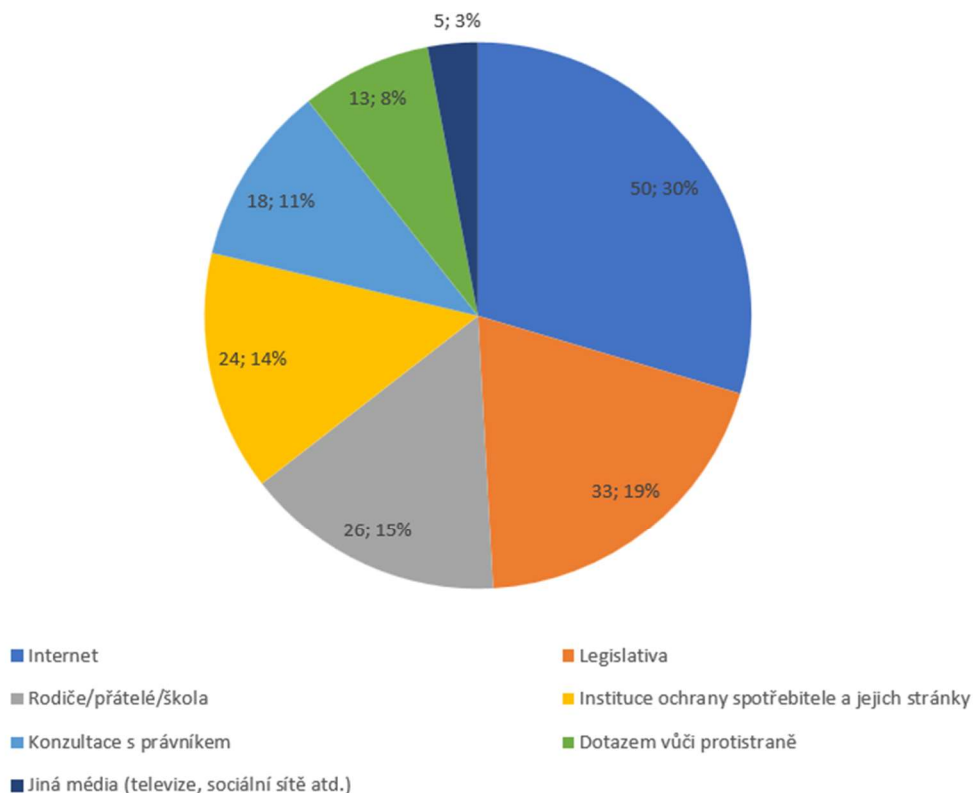


Zdroj: Vlastní zpracování

Na předchozí otázku do určité míry navazuje otázka týkající se informačních zdrojů v případě neznalosti spotřebitelských práv, resp. z jakých zdrojů by spotřebitelé čerpali v případě, že by o svých právech pochybovali. Níže vymezený graf č. 22 zohledňuje absolutní i relativní vyjádření volených možností. Vzhledem ke skutečnosti, že bylo žádoucí, aby spotřebitel uvedl co možná největší počet zdrojů, ve kterých by v nesnázi hledal řešení, na otázku šlo odpovědět i více odpověďmi. Pozoruhodné je poměrně vysoké zastoupení internetu jako informačního zdroje, který je ze všech možností coby nejpopulárnější. Stejně zajímavé je poukázat i na skutečnost, že legislativa tvořila 19 % z potenciálních informačních zdrojů, zatímco zdroje, které spotřebitelé uváděli jako stěžejní při zjištění o právu na odstoupení od smlouvy v zákonné lhůtě, tvoří pouze 15 %.

Graf 22 Dotazník: Zdroj při pochybnostech

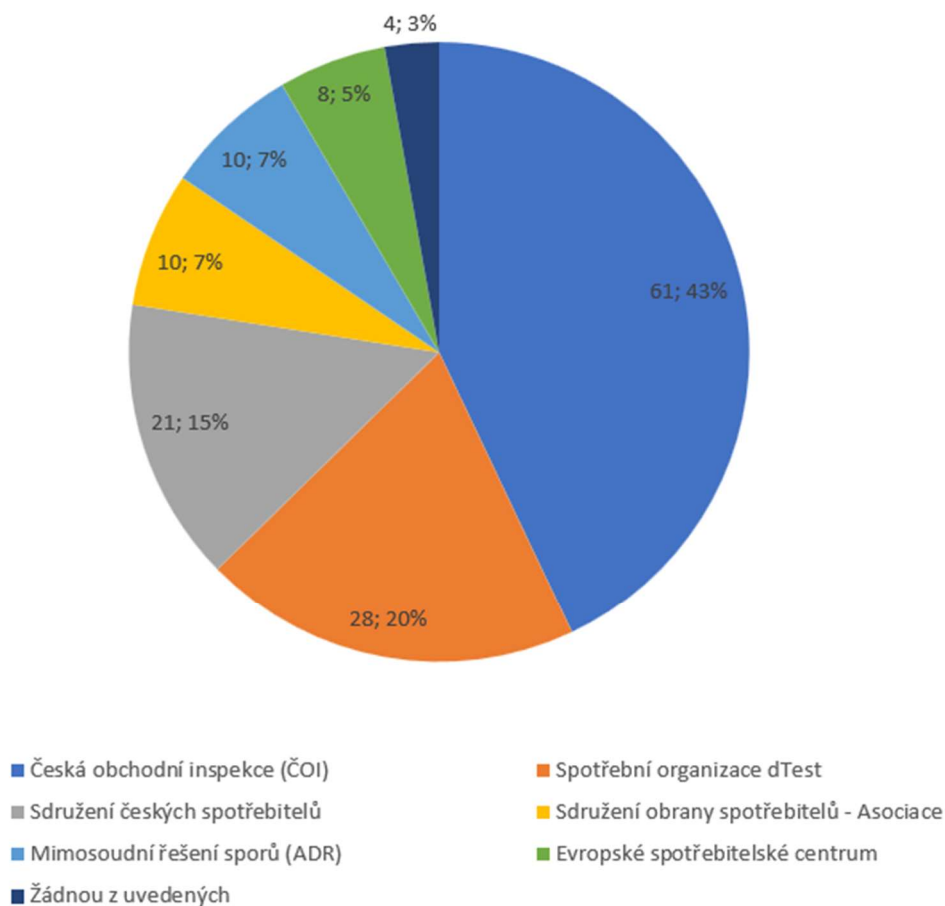
V případě pochybností o svých spotřebitelských právech, z jakých informačních zdrojů byste čerpal/a?



Zdroj: Vlastní zpracování

Následující a zároveň poslední otázka týkající se výlučně zúčastněných spotřebitelů, je otázka zkoušející jejich znalost veřejnoprávních institucí a organizací činných v oblasti ochrany spotřebitele. Z níže uvedeného grafu č. 23 (které obsahuje jak absolutní, tak relativní hodnoty) je pozorovatelné, že mezi dotazovanými spotřebiteli je nejvíce známa Česká obchodní inspekce (ČOI). Ta je mezi spotřebiteli tak rozšířena, že o její existenci vědělo 61 z celkových 68 spotřebitelů, což představuje 89,7 % ze všech spotřebitelů. ČOI je následována spotřebitelskou organizací dTest, o níž vědělo 41,17 % z celkového počtu spotřebitelů. Upozornit je nutné i na zdatelně menší povědomí o Evropském spotřebitelském centru a mimosoudním řešení sporů (ADR).

### Jaké instituce ochrany spotřebitele znáte?



Zdroj: Vlastní zpracování

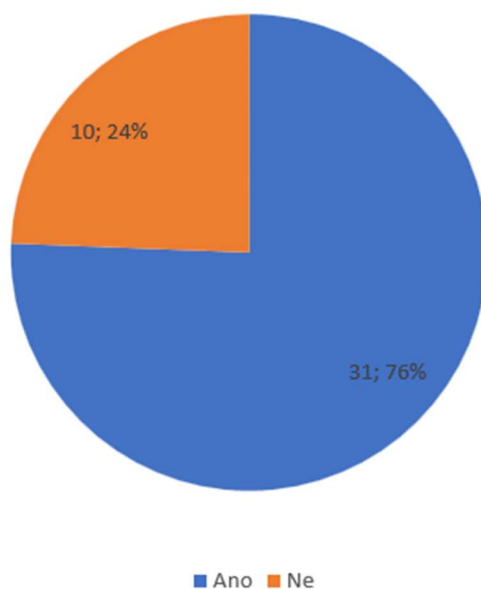
Následující otázky se soustřeďovaly výlučně na osobu podnikatele, přičemž jejich účelem bylo zjistit reálné dodržování zákonných povinností a jejich uplatnění, jakož i shrnout názor podnikatelů na oblast ochrany spotřebitele.

Co do řízení se zákonnými povinnostmi byla položena otázka, která mířila na dodržování povinnosti informovat spotřebitele o náležitých skutečnostech v rámci společného jednání. Podle níže uvedeného grafu č. 24 dodržuje většina (absolutně 31 z celkových 41 podnikatelů, 76 % vyjádřeno relativně) zákonem ukládanou povinnost informovat spotřebitele. Co se týká práv spotřebitelů a jejich uplatňování, graf č. 25 ukazuje, že podíl podnikatelů, u nichž se spotřebitelé nedožadovali svých práv, je jen o jednu osobu podnikatele menší než počet podnikatelů, u nichž se spotřebitelé svých práv domáhali.



Graf 24 Dotazník: Dodržování informační povinnosti

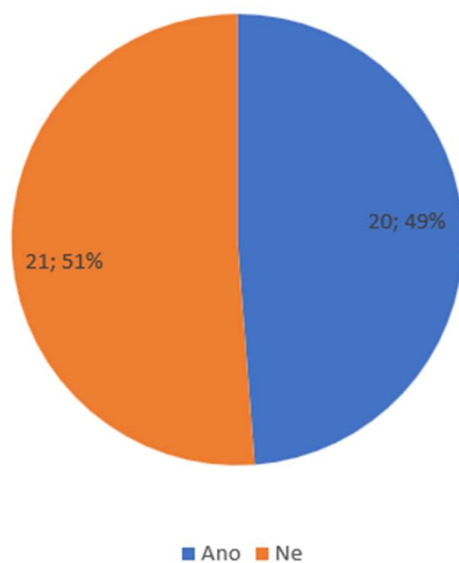
Informujete spotřebitele v jednání s  
Vámi o jejich právech?



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 25 Dotazník: Uplatnění práv spotřebitele

Dožadoval se ve styku s Vámi někdy  
spotřebitel svých práv?

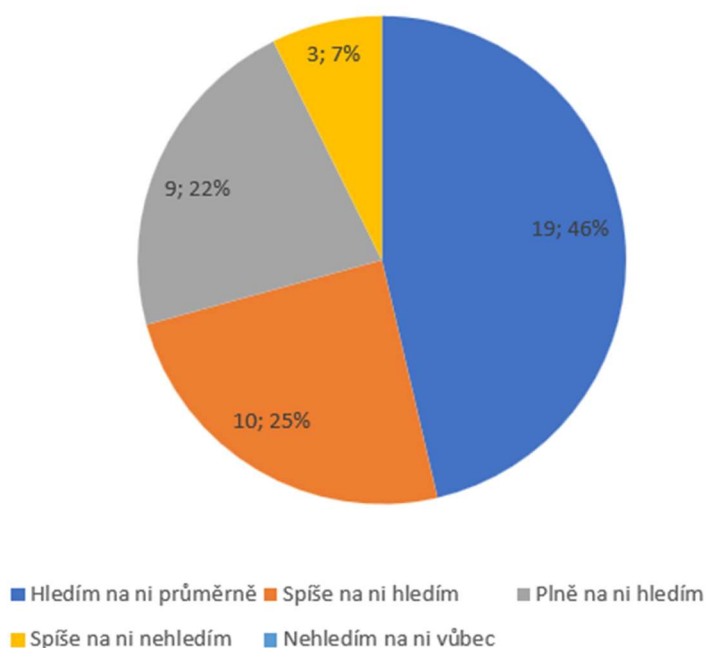


Zdroj: Vlastní zpracování

Další otázka sleduje způsob, jakým podnikatelé zohledňují práva spotřebitelů při své podnikatelské činnosti, přičemž graf č. 26 zachycuje tuto skutečnost jak v absolutním, tak v relativním vyjádření. Z níže uvedeného lze pozorovat, že podnikatelé při podnikání zohledňují úpravu spotřebitelů spíše průměrně (19 v absolutním vyjádření, 46 % v relativním), zatímco podnikatelů, kteří ji zohledňují v o něco větší míře, je méně (10 v absolutním vyjádření, 25 %). Pouze 3 podnikatelé, což z celkového počtu oslovených představuje 7 %, uvedlo, že na ni spíše nehledí. Žádný (!) z podnikatelů neuvedl, že na ochranu spotřebitele při své činnosti nehledí vůbec.

Graf 26 Dotazník: Zohlednění ochrany

Do jaké míry při své podnikatelské činnosti zohledňujete ochranu spotřebitele?



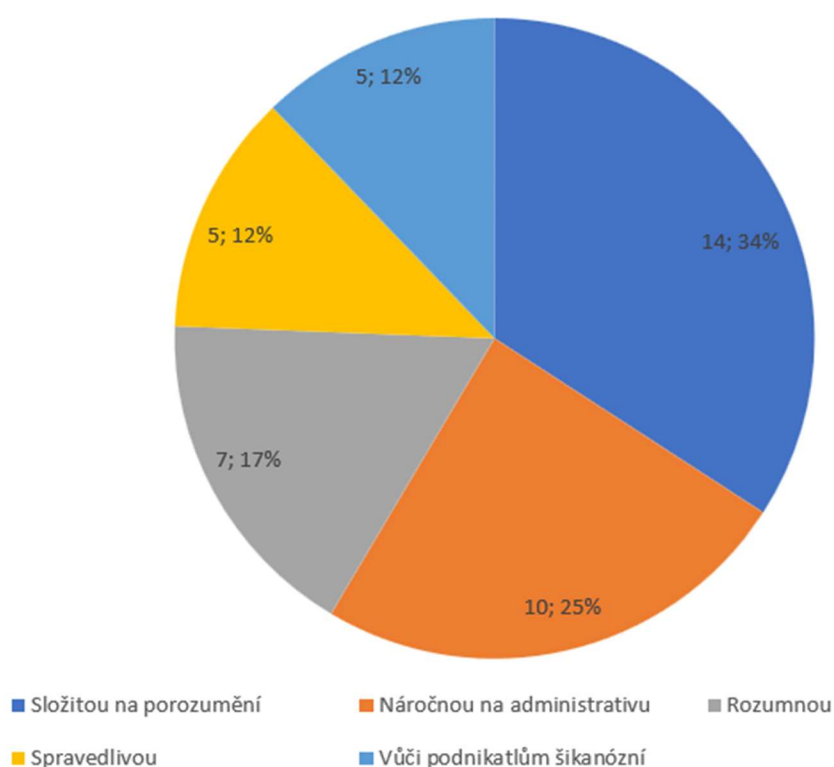
Zdroje: Vlastní zpracování

Jako poslední byl testován názor podnikatelů na oblast ochrany spotřebitele jako takovou. Účelem bylo zjistit, jak je poměrně benevolentní a rychle se měnící ochrana spotřebitele vnímána z pohledu osob, které se ocitají na její druhé straně. Na otázku byla možná pouze jedna odpověď, protože bylo nutné zjistit vyhrazený názor. Nejvíce podnikatelů považovalo úpravu ochrany spotřebitele (14 absolutně, 34 % v relativním

vyjádření) za složitou na porozumění a druhý nejvyšší počet podnikatelů ji označil za náročnou na administrativu (10 v absolutním vyjádření, 25 % v relativním). Je ovšem zajímavé poukázat, že stejný počet podnikatelů, co považuje úpravu ochrany spotřebitele za spravedlivou, považuje úpravu ochrany spotřebitele za šikanózní. Zbytek tvoří podnikatelé, kterým přijde úprava rozumná. Tyto hodnoty jsou dále zohledněny v grafu č. 27.

*Graf 27 Názor podnikatelů na ochranu spotřebitele*

Jak byste z Vašeho pohledu zhodnotil/a ochranu spotřebitele?



Zdroj: Vlastní zpracování

### 4.3 Rozhovor s odborníkem

Za účelem prohloubení znalosti problematiky ochrany spotřebitele a zpřesnění dosavadních poznatků z praktické i teoretické části byl proveden strukturovaný rozhovor s **Ing. Mgr. Jiřím Fröhlich, tiskovým mluvčím ČOI**. Rozhovoru předcházela telefonická domluva, v níž Ing. Mgr. Jiří Fröhlich vyjádřil s rozhovorem souhlas. Rozhovor byl

proveden z důvodu časové vytíženosti telefonicky dne 6. 2. 2023 a trval 30 min. 28 s., přičemž jeho obsah byl se souhlasem Ing. Mgr. Jiřího Fröhliche nahráván a do této práce přepsán.

Pokládané otázky mířily především k doplnění poznatků kontrolní činnosti České obchodní inspekci, přičemž v závěru byly diskutovány nedostatky zjištěné z dotazníkového šetření a jejich eventuální řešení. Průběh rozhovoru byl strukturován na základě položených otázek, a to:

**V úvodu výroční zprávy ČOI pro rok 2021 je řečeno, že v roce 2021 bylo provedeno 18 295 kontrol. Když jsou ale kontroly zkoumány z jednotlivých hledisek (např. na základě jakého zákona došlo k porušení, z pohledu vybraných oblastí), jejich počet je vyšší. Lze to vysvětlit tím, že jednotlivé kontroly a jejich výsledky se mohou projevit ve vícero kontrolních akcích?**

Přesně tak, uvedu příklad. V okamžiku, kdy kontrolujeme třeba prodej alkoholu mladistvým a zároveň je ten alkohol ve slevě, tak se to projeví v kontrolách za slevy a zároveň se to znova projeví v kontrolách alkoholu. Takže nemůžete sčítat celkovou sumu kontrol ve výroční zprávě a pak jednotlivé kontroly e-shopů, protože tam máte kontroly e-shopů a kontroly e-shopů, co prodávají alkohol, pak to zároveň může být kontrola na slevy a zároveň to může i kontrola na diskriminaci, takže ten celkový součet kontrol je věc jedna a v rámci té kontroly, ta kontrola se může projevit jak v diskriminaci, tak ve slevě, tak v alkoholu. Ta jedna samá kontrola jo? Takže když to vezmete jako nějakou množinu, tak v rámci té množiny máte studenty 1.A a studenty 1.A, kteří studují zároveň volitelnou matematiku, takže furt je to 1.A s určitým počtem studentů, ale zároveň dva z nich studují rozšířenou matematiku jako volitelný předmět atd. Takže 1.A má pořád 25 studentů a třeba 15 má rozšířenou matematiku, 15 má kreslení a další 20 má němčinu, ale furt 1.A má 25 lidí. **Předpokládám, že to samé se týká podnětu spotřebitelů. Úplně přesně tak.**

**Jak klasicky probíhá kontrola prováděna ČOI? Jakých nástrojů využívá? Je například časté, aby inspektoři využívali falešné identity?**

Tak nejprve, kontrola ČOI funguje úplně stejně, jako když si půjdete zakoupit zboží ve slevě, necháme tedy ten obchod se slevou, typicky Pennymarket nebo Kaufland, cokoliv takového. Řekněme si, že jdete nakupovat podle slevového letáku, půjdete a dáte do košíku zboží ve slevě, někteří inspektoři už teďka při té kontrole vkládání do košíku jsou schopni si nenápadně, aby nebyli prozrazeni, fotit cenovku, někteří až poté, co se přiznají, ale to řeknu později, prostě dají zboží do košíku, někteří zároveň nafotí cenovku, někteří ne, to je celkem jedno. Dají zboží do košíku, co chtějí. Jako běžný nákupčí stojí ve frontě, nechají si doklad o koupi, tzn. tu účtenku a spotřebitel by už odešel. Ale v ten okamžik se ten inspektor prokáže průkazkou inspektora a té pokladní řekne, že právě prováděla ČOI nákup a žádá vedoucí provozovny. Takže ta prodejna neví po celou dobu nebo by neměla vědět, že se jedná o kontrolu ČOI, až teprve kdybyste vy odcházeli se zaplacenou útratou a účtenkou v ruce, tak oni neodejdou od té pokladny, s tím nákupem tam zůstanou. Pokud si kontrola fotky cenovek neudělala, tak většinou ten jeden zůstává u té pokladny a druhý projde s tou účtenkou znova ty regály v okamžik, ještě než přijde vedoucí a podívá se, zda to sedí, ta cenovka ve slevě, a tam kde ne, tam si to vyfotí, pokud tedy ty fotky nedělají již v průběhu, aby měli fotodokumentaci. No a pak zjistí případné nesrovnalosti, tzn. zboží ve slevě, tady na pokladně nebyla sleva zaúčtovaná, a když zjistí pochybení, tak při nějakých drobnostech, teď dám jednoduchý příklad, že např. upadne cenovka u jednoho výrobku, což je, dá se říci drobnost, ale jinak všechno sedí, tak může inspektor v nějakých jednotlivých drobnostech uložit sankci příkazem na místě. V případě, že s tím ten dotyčný vedoucí provozovny souhlasí, podepíše a na místě se uloží sankce do 10.000 Kč jenom za tyto problémy se slevami, což by mohla být teoreticky nekalá obchodní praktika a teoreticky až pokuta do výše 5 mil. Kč s tím, že v těch řetězcích, jak jsem se tak díval, se pokuty pohybují, pokud je to opakovaně a v několika řetězcích téhož prodávajícího, tak se pohybují v řádek stovek tisíc, tak to už inspektor nemůže, ten má limit 10.000 Kč. A když zjistí více porušení, někde mají pravidlo, že je více než jedno porušení, tak už to musí do správního řízení, kde to posuzují právníci, rozhodují o pokutě. Takže inspektor všechno na místě zaeviduje, nafotí si ty cenovky, především rozdíly, nechá podepsat provozního, že tam byla kontrola. Vezme se protokol, předá se na právní oddělení a řeší se to potom, až se dojde k té finální pokutě. **A používají se např. falešné identity?** Falešné identity, tzn. jiný doklad totožnosti, vezmeme si např. občanský průkaz, to vydává krajské ředitelství Policie. Ti mají stejný systém i pro své policisty, kteří jsou v terénu, takže naproti dokladu totožnosti, tzn. když ten inspektor jde ten den na kontrolu, tak ví, že tento půlrok používá tuto identitu a toto jméno, tak oproti

svému dokladu totožnosti, nikdy nemá dva doklady totožnosti, dva občanské průkazy třeba, tak na krajském ředitelství si vyzvedne doklad totožnosti, a s tím může ten den působit, a to se provádí např. v kontrolách autobazarů. Protože v okamžiku, kdy zkontrolujete, dejme tomu AutoESA, „Áčka“, kupujete si auto, tak oni po vás budou chtít vždy doklad totožnosti. Ten si zaevidují do systému a vy se pokusíte prostě koupit nějaké auto. A když prokazujeme potom tomu autobazaru podruhé, potřetí a počtvrté a oni si mohou v té databázi udělat poznámku „Pozor inspektor ČOI“, tak samozřejmě je pro nás důležité, aby to nevěděli, tak proto mají tyto krycí doklady. Pokud teoreticky, ale to už předjímám, ten inspektor zneužil ten doklad k nějakému protiprávnímu jednání třeba půjčce, tak policie vždycky ví, kdo za tím dokladem je. Když zastaví dopravní hlídka inspektora i autem, kdyby jel na tu kontrolu, tak i dopravní hlídka zná skutečné jméno a ví, že se jedná o člověka, který používá jiný doklad totožnosti, Policie to má spárováno. Takže k tomu dokladu, který máme od roku 2018, krycímu dokladu, ještě se nestalo, že by něco takového zažila ČOI, ale má to svá pravidla, takže i ti inspektoři vědí, že jsou policií snadno dohledatelní. Takže používají tyto doklady tam, kde to nejde jinak, a to je třeba právě kontrola autobazarů nebo když zkontrolujete tak velký e-shop, a tak často, jak může být třeba Alza, tak tam taky pořád posíláte na stejnou adresu a stejné jméno, tak když máte krycí doklad, tak použijete jiné jméno a necháte si to poslat třeba na nějakou poštu a vyzvednete si to s jiným dokladem na jiné jméno. Takže ani aby ten prodávající typu Alzy, která má poměrně časté stížnosti spotřebitelů, a tedy časté kontroly, si nemohli vyhmátnout a zadat do databáze, že tohle je kontrola ČOI, tak používáme i měnič IP adres při objednávce přes e-shop, ale zároveň měníme jména inspektorů a může se při nákupech u těchto velkých online řetězců jako je Alza, Mall, CZCZ, tam kde se kontroly provádí často, tak se může použít i to jiné jméno a jenom vlastně při případném vyzvednutí na poště, kde dáváte to svoje jméno, tak se použije ten krycí doklad, ale ne vždycky je to nezbytné. Úplně zásadní příklad jsou tedy autobazary a pak druhý jsou sklady sběrných surovin, kde je zákonná povinnost při výkupu ve sběrných surovin, to je z důvodu krádeží poklopů kanálů atd., tak se dalo do zákona, že v případě sběrných surovin mají za povinnost evidovat všechny, co do sběrných surovin nesou nějaký materiál, to je z důvodu, že se v minulosti kradlo trakční vedení atd., tak když zkontrolujete sběrnou surovin, tak i ta si může jednoduše udělat databázi inspektorů, kdy zkontrolujeme, jestli vyplatí správně tomu člověku za ten hliník, za to olovo atd. Takže tam taky vždycky dáváte doklad totožnosti, tak i proto se používají krycí doklady, takže inspektor potom

nechodí na svůj vlastní doklad totožnosti, ale na tyto doklady, ale Police ví, takže neví jenom ten prodejce ve sběrně surovin nebo v autobazaru.

**Ve výroční zprávě pro rok 2021 je řečeno, že pandemie COVID-19 ovlivnila standardní proces inspekci a část z nich byla prováděna modifikovaným způsobem. Jak takový modifikovaný způsob pod vlivem epidemiologické situací vypadal?**

Tak především byly zakázány některé typy prodejen, jak víte třeba restaurace atd. byly zavřeny, ale stejně byly zakázány prodejce třeba na tržnicích, i adventních trhů se to týkalo, třeba pyrotechnika se nenakupovala ve stáncích, jako se běžně dělá, ale objednávala se přes internet, a když se podíváte potom jenom za ten konkrétní rok, ze kterého čerpáte výroční zprávu, tak najdete i tiskovou zprávu za e-shopy. Když dáte „Pro média“, „Tiskové zprávy“, tak tam jsou e-shopy vyčleněny jako speciální kategorie a vidíte e-shopy 2021, 2020, 2019, 2018, tak se můžete podívat, že dramaticky narostl počet kontrol přes internet. Stejně tak určitě dramaticky narostl i obrat internetových prodejců a lidé více kupovali přes internet, takže ČOI změnila svoje kontroly a kontrolovala více přes internet a samozřejmě minimálně u těch kamenných provozoven, protože na většinu z nich dopadal ten zákaz prodeje.

**Jaké problémy podle Vás mohou vyvstat ze změny zákonné úpravy ochrany spotřebitele?**

Kterou myslíte? Tu, co začala být účinná od 6. ledna? **Ano, tu, co začala být účinná od**

**6. ledna 2023 v tom veřejném sektoru na základě ZOS, jestli vůbec nějaké?** Tady se např. změna stala u reklamací, kdy při nevyřízení reklamace do 30 dnů, a teď nemluví o tom, co se píše v médiích, ještě to možná vezmu oklikou. V médiích se píše, že končí zákonná záruka, já to ale rozšířím. Zákonná záruka nebyla ani ve staré právní úpravě, ani my jsme to takhle nevykládali, my jsme to vykládali a na stránkách ČOI je to stále k dohledání – coi.cz/Průvodce, když si kliknete na „Reklamace“, tak se jedná o uplatnění práv z vadného plnění. To znamená, že ten výrobek, který byl zakoupen a objeví se vada, tak tu vadu vytknete a tomu prodejci říkáte, že ten výrobek má vadu a je potřeba jej opravit, uvést do bezvadného stavu nebo vrátit peníze. To je reklamace. Takže, kdo si to vykládal jako zákonnou záruku, protože nedostanete záruční list, jak to bylo v devadesátých letech,

ale nebyla to podle nás zákonná záruka, ale uplatnění práv z vadného plnění, ostatně to je přesný citát toho, co stálo v zákoně. Tak to se změnilo a v tom zákoně došlo tedy k úpravě, já to řeknu přesně, abych Vás nemystifikoval, tak. Teď tedy pokračujeme dál, tedy tak zákonná záruka, která podle některých byla, končí. Tak my jsme tvrdili, že to je uplatnění práv z vadného plnění. Nicméně, teď dochází k tomu, že v zákoně se to lehce změnilo a jedno slovo vyvolalo takové docela silné emoce, kde se uvádí, že vada, která se projeví ve lhůtě dvou let, nově „se projevívá“ a v původní verze bylo „vyskytne“. To celé způsobilo vlastně ten humbuk. Doteď vlastně bylo „vada, která se vyskytne“ a v ten okamžik, oni vykládají, že ta vada tam musela být v okamžiku převzetí toho zboží, jenže zároveň vadou je nově navíc i to, což se v tom zákoně píše dál, vadou je nově i to, že zboží nemá dostatečnou životnost. **A teďka mluvíte o OZ?** Ano, teď mluvíme o občanském zákoníku, přesně tak. Takže souhlasíme tedy s tím, že všem musí být nyní jasné, že odpovědnost se tedy vztahuje na vady přítomné již při převzetí zboží, které se případně projeví později. Otázka tedy je, jak byla vykládána předchozí úprava, tam byl vlastně ten spor. Náš výklad, který převážil, tak ten byl o tom, že mají uplatnit práva z vadného plnění. To, že tam ta vada má být při převzetí výrobku, nahrazuje další rozšíření, že prodávající odpovídá za skutečnost, že se některá vada projevila až po převzetí, tzn. tím, že vadou je navíc nově i to, že zboží nemá dostatečnou životnost, která je obvyklá, a kterou lze rozumně očekávat. Takže, převezmete si televizor a je tam vada, není tam vada. Hotovo, není tam vada. Ale pak ten televizor začne házet divný obraz nebo tam hází vlnky, a to už je ta živnost, a to ten zákon řeší. Takže my stále tvrdíme „Máte dva roky na to, aby ten výrobek byl bezvadný.“ Tak tam došlo ke slovíčkaření a bohužel mediálnímu humbuku, ale říkáme spotřebitelům „O nic nepřicházíte, naopak“. Takže šest měsíců byla lhůta a máme to teďka v tom spotřebiteli postaru, že je 6 měsíců lhůta, kdy naše mimosoudní řešení spotřebitelských sporů říkalo, že do 6 měsíců, že když jste si koupil televizor, boty, tak do 6 měsíců jste neprokazoval, že tam ta vada byla, ale naopak prodejce Vám měl prokázat, že jste si tu vadu způsobil, pak jste naopak vy prokazoval, že ta vada byla, což se prodloužilo na 12 měsíců, na dvojnásobek. První rok se má za to, že prodejce Vám má prokázat, že Vy jste tu vadu způsobil a druhý rok teprve Vy prokazujete, že jste ji nezpůsobil, zjednodušeně. Takže my to bereme jako posílení práv spotřebitele, ale pravda, kdo to doteď vykládal, že tam byla zákonná záruka, tak pro něj to definitivně končí, ale my jsme to tak nevykládali. My jsme to vykládali jako uplatnění práv z vadného plnění, bereme to jako posílení práv spotřebitele, i když v médiích se píše ledacos, pro spotřebitele to nejjednodušší vysvětlení je, že 24 měsíců by ten výrobek měl mít



dostatečnou životnost, tím naprosto přejdeme všem spekulacím a při převzetí tam nesmí být vada. Bohužel ty mystifikace jsou všelijaké a různé, ale je to jednoduché. Spotřebitel o nic nepřichází.

### **Jaký je počet lidí, kteří se zabývají smírným řešením spotřebitelských sporů?**

To oddělení, které se tomu věnuje, které zároveň má ještě jednu agendu navíc, tzn. poradenskou a informační službu, čítá 18 lidí. **Takže kolik tak případů připadá na jednoho zaměstnance?** To lze vypočítat z výroční zprávy, minule to bylo asi tak 3 000 sporů. Z jaké výroční zprávy jste čerpal? **Z 2021.** Tak já se podívám, tam je to ADR mimosoudní řešení sporů, to dává tu informaci do tabulky a z toho to vypočítáte. Takže když máte 18 lidí, vypočítáte, kolik vyjde na jednoho, já to teď v hlavě nenosím. Ale není to směrodatné, je to jenom čistá statistka, někdo dělá naplno jenom poradensko-informační službu, někdo dělá prostě naplno Alzu, někdo cestovky, někdo vodné a stočné. Není to teda úplně propočitatelné, to číslo je nějaký aritmetický průměrem na počet zaměstnanců, ale rozhodně Vám nedá obraz o tom, kdo je jak vytížený. Něco trvá déle, něco méně. Teď na to koukám, celkem 3 796 návrhů nám přišlo na mimosoudní řešení spotřebitelských sporů, 465 je zpětvzetí, odmítnuto 1 076. Z těch nejčastějších odmítnutí je, když koupíte např. mobil na IČO, že nejste spotřebitel. Protože podmínkou je, že jste spotřebitel. Uvedením IČO přestáváte být spotřebitelem. Ale i to se musí zpracovat, musíte z toho vymazat to odmítnuté, takže to máme 3 796 návrhů, odmítneme 1 076, tak už jste na nějakých 2 700, hrubě to počítám. A teďka to vydělíte počtem zaměstnanců a máte průměr, ale pořád to není vypovídající, jak říkám. Někdo to frká, protože máte pořád stížnosti na jednoho a ve stejné věci, takže to máte skoro jako přes kopírák a někdo se tím musí probírat, takže to číslo je průměr, ale není relevantní pro odhad, jak je jednotlivý člověk vytížen.

### **Jak spolupracuje ČOI s orgány Evropské unie?**

Máme tzv. systém CPC. Což je mezinárodní spolupráce, kde my za a) spolupracujeme ve smyslu kontrolní činnosti, že vypisují kontrolní akce, např. v roce 2021, jste říkal, byly nějaké, které mohu teďka dohledat, kontrolní akce, tuším, na hračky. Zároveň jezdíme na společně školení, teďka v letošním roce to má být školení na uvádění či neuvádění podstatných informací u elektronických prodejců, jako je tomu teďka nově

telefon a e-mail, jako povinnost u e-shopů uvést souvislosti s novelou, což platí ve všech zemích Evropské unie. O tom, jak lépe kontrolovat e-shopy, jak měnit IP adresu, jak zálohovat, co je podstatné atd., tak o tom taky bude školení. Takže jedna věc je školení v rámci mezinárodní spolupráci s orgány dozoru v rámci Evropské unie a druhá věc je kontrolní činnost, která je často společná a v roce 2021, dohledám, hračky pro děti do tří let ze třetích zemí je kontrolní činnost mezinárodní, kde jsme byli ve spolupráci s Evropou a jsou z toho i nějaké výsledky, koukám. Takže jedno je společné kontroly, které vypíšeme na základě spolupráce s Evropskou unií, takže tady proběhla kontrola na hračky pro děti do 3 let ze třetích zemí, opěrná lehátka a dětské houpačky. To vidím jako společnou kontrolní akci s Evropou.

### **Jak byste obecně zhodnotil povědomí spotřebitelů o jejich právech v rámci ochrany spotřebitelů?**

No to je hodně těžká otázka, jak kdo. Já si myslím, že člověk, co to neřešil nebo se tomu moc nevěnoval, může být zmatený hlavně z těch článků, které poslední dobou byly na internetu, tedy že zákonná záruka končí místo toho, aby vysvětlili, že o nic nepřicházíte a máte tu garantovanou životnost 24 měsíců a nebojte se jít reklamovat to zboží, protože novináři rádi straší s dobrými titulky. Ke mně se to také doneslo, včetně podmětu spotřebitele, který nám napsal spoustu sprostých slov na naši adresu, co jsme si to udělali, že jsme nechránili spotřebitele reklamací a zrušili jsme zákonnou záruku, takže si myslím, že spotřebitele si přečtou titulky v novinách. Ale zase jsou tu spotřebitelé, kteří v minulosti reklamaci řešili a jsou znalí svých práv a vědí, že mají trvat na tom, že prodejce vystaví reklamační protokol a vyřeší se to do 30 dnů, takže ono to je hodně rozdílné a myslím si, že hodně záleží individuálně na tom, kdo se s něčím takovým setkal.

**Ten důvod, proč se ptám, je protože v rámci bakalářské práce jsem dělal i dotazníkové šetření, z něhož v podstatě vyplynulo, že spotřebitelé se obecně cítí chráněni, když uzavírají spotřebitelské smlouvy, nicméně, co se týká znalosti jejich práv, mají spíš ne menší znalost, např. znají právo odstoupení od smlouvy. Zamýšlela ČOI nějakou informační kampaň o právech spotřebitelů, ať už veřejnoprávních nebo soukromoprávních, a to buď na sociálních sítích, v televizi nebo v rámci občanské výuky na základních a středních školách? Z dotazníkového šetření totiž vyšlo, že**

**spotřebitelé institut odstoupení od smlouvy znají nejvíce ze školy, od přátel, rodiny. Myslíte si, že by taková informační kampaň mohla být užitečná?**

Zaprvé, když dáte do Googlu „ČOI střední školy“, tak dojdete na úspěšný projekt MPO a ČOI na stránkách ČOI, tak najdete zprávu z 6. 12. 2018, kde my jsme takovou akci dělali. Je to spotřebitelské vzdělávání studentů středních škol, což byl společný projekt s Ministerstvem průmyslu. Existují videa, která jsou stále k dohledání, jsem zjistil, na internetu, kde si můžete podívat, že jedno téma bylo „Nakupování přes internet“, druhé „Padělky“, to si jen tak z hlavy vybavuji. A to bylo jak formou YouTube kanálu, tak tehdy přes ministerstvo sociálními sítěmi. Následně to tehdy bylo na středních školách, které o to měly zájem. To proběhlo shodou okolností v roce 2018, 2017, COVID to trochu přerušil. Je pravda, že jak říkáte Vy, že spotřebitelé nejčastěji znají právo na odstoupení do 14 dnů bez udání důvodů, ale bohužel se to zároveň střetlo s nejčastějším mýtem, že všechno jde vrátit do 14 dnů bez udání důvodu. Takže oni jdou do kamenné prodejny koupit třeba naběračku, zjistí, že ji nepotřebují a za hodinu jsou zpátky, že chtějí vrátit peníze, že si to rozmyslel do 14 dnů, takže když si to koupíte v kamenné provozovně, tak ten nárok tam samozřejmě není. Když si koupíte, nevím, předplatné časopisu, OZ obecně cituje výjimky nebo si necháte na míru upravit skříň, něco na míru ušít, tak to nelze vrátit. Elektronický software nelze vrátit, cédéčka, obecně antivirus, dovolenou, zážitek. Takže lidé samozřejmě vědí o tom, že existuje nějaké vrácení do 14 dnů a už to paušalizují, že všechno lze vrátit do 14 dnů, což je ta chyba. **Plánuje ČOI v této kampani, ať už na středních nebo základních školách, pokračovat?** V těch regionech, kde se na nás obrátili i zástupci obcí, tuším že Olomouc je v tom velmi aktivní, tak tam ti inspektoři sami pomáhají a chodí buď do jednotlivých městských úřadů v nějaké určité úřední hodiny, tak chodí pro spotřebitele v rámci interní poradenské činnosti v tom daném kraji radit spotřebitelům. Vím, že někde chodí i na školy, záleží opravdu na zájmu konkrétní školy. A když na mě se obrátily konkrétní školy, zrovna myslím, že v prosinci nebo v listopadu jsem byl v Jihlavě, takže když se na mě obrátí konkrétní škola, to byla střední škola ve formě obchodní akademie v Jihlavě, tak když se na mě obrátí škola, jsem ochotný přijít a říct něco studentům, ale jde hodně o to, jestli jde o zájem těch škol. Pokud se na ČOI obrátí škola, většinou ČOI vyhoví, nevím moc o případech, že by nevyhověla. **Myslíte si, že by taková informační kampaň mohla být užitečná?** Studenti to většinou berou jako odpočinkovou hodinu, takže si myslím, že může být užitečné právě to, že nás inspektorát v Olomouci vyráží do regionů, kdy má v určitých dnech otevřeno

a je tam inspektor, který radí lidem v případě jejich vlastních problémů. Samozřejmě, je to zdarma. Takže to si myslím, že může být užitečnější, když už ten člověk vlastně nějaký problém řeší, že ví, že se má někam obrátit. Když si teď dám jen stránky olomouckého a moravskoslezského inspektorátu, tak vidím, že jsou v Karviné, Krnově, Prostějově, Přerově, Šumperku a samozřejmě přímo v Olomouci. Konkrétně Magistrát města Karviná každý druhý čtvrtek v měsíci od 8.00 do 14.00. Městský úřad Krnov každé první úterý v měsíci od 9.00 do 13.00. Pak je tam Prostějov, Přerov, Šumperk, takže je zájem a pak jsou regiony, kdy ten zájem není. Když je zájem jednotlivých měst a obcí, tak si myslím, že ten inspektor, když má na tom okresním městě nějaké hodiny, kdy je k dispozici pro podobné spotřebitelské poradenství na místě zdarma, tak si myslím, že to může být dokonce užitečnější než jezdit do škol, a když ti studenti neřeší reklamace, tak je to pro ně v ten okamžik většinou nezáživné, takže mám pocit, že tohle udělá víc v efektu.

## 5 Výsledky a diskuse

Z informací získaných v praktické části této práce bylo zjištěno, že se spotřebitelé při uzavírání spotřebitelských smluv cítí právní úpravou ochrany spotřebitele chráněni, kdy 9% z oslovených spotřebitelů se cítí absolutně chráněno a 57 % se cítí spíše chráněno. Zároveň byla zjištěna poněkud limitovaná znalost spotřebitelů s ohledem na konkrétní instituty ochrany spotřebitele (menší zastoupení znalosti informační povinnosti podnikatele – 18 %, zákazu sankcí za odstoupení od smlouvy – 13 %, dobrovolné záruky za jakost – 12 %, úpravy neobjednaného plnění – 6 %). Ve smyslu uvedeného tak dochází ke kurióznímu zjištění, podle něhož se spotřebitelé cítí při uzavírání spotřebitelských smluv s podnikatelem zákonem chráněni, přestože specifické nástroje této ochrany jsou jim spíše neznámy.

Pro nalezení řešení této situace je tak nutné sledovat zdroj toho institutu, který je spotřebitelům nejvíce známý, tedy možnost odstoupit od smlouvy v zákonné lhůtě. O možnosti odstoupit od smlouvy v zákonné lhůtě se oslovení respondenti dozvěděli nejvíce od rodičů, přátel či ve škole (41 % odpovědí spotřebitelů). Dá se tedy logicky předpokládat, že ty stejné informační zdroje mohou být účinné i při šíření povědomí o ostatních nástrojích ochrany spotřebitele. V rámci dotazníkového šetření byla navíc zjištěna spíš horší reakce na zákonné změny v oblasti ochrany spotřebitele, v důsledku čehož odpověděla většina spotřebitelů (87 % oslovených spotřebitelů), že poněkud nedávnou, byť rozsáhlou, změnu nezaznamenali. Ti, kteří ji ovšem zaznamenali, tak udělali nejčastěji na základě vlivu různých typů médií, jako např. internet, televize, sociální média (44 % odpovědí spotřebitelů). To, společně se skutečností, že v případě pochybností o svých právech by nejvíce spotřebitelů využívalo internetu k tomu (30 % odpovědí spotřebitelů), aby se o svých právech dozvědělo více, přisuzuje roli internetu v ochraně spotřebitele nemalou roli.

Na základě uvedených skutečností je tedy navrhováno využití služeb ČOI ke vzdělávání budoucích spotřebitelů v rámci občanské výuky nebo výuky práva na středních školách, doplněné o vzdělávací kampaně vedené ČOI, které se nebudou limitovat pouze na jejich webové stránky, ale budou mířit i na širší spektrum médií.

## 5.1 Vzdělávací kampaň ČOI na středních školách

Důležitá role školství je neopominutelná i v tak specifické oblasti, jako je oblast ochrany spotřebitele, a to jednoduše kvůli praktickému využití znalostí, které by mohly z takového propojení plynout. Zamýšlené řešení této práce spočívalo ve specializovaných hodinách občanské výuky a práva na středních školách, v níž by externí zástupci ČOI předávali to nejdůležitější a nejzajímavější z oblasti ochrany spotřebitele se zaměřením na méně známá spotřebitelská práva. Vzhledem k určité náročnosti tohoto tématu nebyl tento program nakonec vyhodnocen jako vhodný pro základní školy. V rámci rozhovoru s odborníkem bylo toto řešení navrženo tiskovému mluvčímu ČOI, Ing. Mgr. Jiřímu Fröhlichovi, který upozornil na skutečnost, že taková kampaň již prováděna byla (což ovšem svědčí o tom, že prací navrhované řešení bylo více než legitimní a v reálu proveditelné), např. v roce 2018. Spolu s tím však Ing. Mgr. Fröhlich seznal, že navzdory faktu, že ČOI je k vyhovění jednotlivých žádostí škol o tyto externí hodiny většinou vždy nakloněná, v reálu jsou takové hodiny studenty vnímány spíše jako odpočinkové a s ohledem na to příliš užítku nepřinesou. Ing. Mgr. Fröhlich viděl spíše větší užitek v poradní činnosti inspektorů ČOI působících v jednotlivých regionech, a to protože spotřebitelé při řešení konkrétního problému ví, na koho se obrátit.

Jako jakýsi korektiv pro menší efektivnost informační kampaně na středních školách by mohla působit povinná examinační studentů, kteří se přednášky zúčastnili. V případě, že by jim byla tato skutečnost sdělena dopředu, mohlo by to vést ke zvýšené pozornosti, v důsledku čehož by studenti nemuseli vybrané hodiny vnímat jako ryze odpočinkové. Tato examinační by však byla z čistě praktických důvodů vedena vyučujícím daného předmětu na dané škole a role ČOI by ukončením přednášky skončila. S úspěchem této kampaně souvisí samozřejmě i samotná aktivita škol, kterou může ČOI vyprovokovat např. elektronickou komunikací, v níž vysvětlí, že takové služby školám nabízí.

## 5.2 Vzdělávací kampaň ČOI v médiích

Byť vzdělávací kampaně umístěvané v médiích mohou být teoreticky vedeny jakýmkoliv z veřejnoprávních orgánů nebo spotřebitelských organizací, z dotazníkového šetření vyšlo, že je to právě Česká obchodní inspekce, kterou spotřebitelé znají nejvíce (89 %

z oslovených spotřebitelů). Z toho se dá dovozovat, že spotřebitelé budou pravděpodobněji více věřit tomu, co již znají z předchozích zkušeností či vlastního života. Požadavek, aby to byla právě ČOI, která bude vést tyto kampaně, vychází i z její odbornosti – ostatně i Ing. Mgr. Fröhlich seznal, že v souvislosti s novelizací ochrany spotřebitele byly vydány určité články, které povahu této změny zbytečně zveličovaly a dramatizovaly.

Vzdělávací kampaň ČOI by tak měla sloužit jako rozumný nástroj, který bude ochranu spotřebitele šířit mezi širší veřejnost za pomoci jí blízkých platforem. Kampaň může mít podobu krátkých televizních spotů, které budou např. upozorňovat na časté mýlky v oblasti spotřebitele nebo budou informovat o ne příliš známých právech spotřebitelů. Účelem samozřejmě nebude poskytnout kompletní výklad o zmiňovaných tématech, ale shrnout to nejdůležitější v rámci stravitelného množství času. Proto může být v samotném spotu odkazováno na webové stránky ČOI, na nichž se spotřebitel dozví více v případě, že se bude o danou problematiku zajímat. Ty samé spoty pak mohou být umístěny i na sociální síť jako Facebook, YouTube, Instagram či TikTok. Krátké nahrávky mohou být také přehrávány v rádiích v ranních hodinách, kdy dospělí spotřebitelé odjíždějí do práce nebo vezou jejich děti do školy. Za účelem předcházení různým fabulacím ze strany redaktorů zpravodajských serverů, může ČOI projevit svou aktivitu i tím, že bude před publikací dané články kontrolovat, resp. bude kontrolovat jejich právní správnost. To samozřejmě vyžaduje větší spolupráci ČOI a zpravodajských serverů, která nemusí být stranami vyloženě ceněna, nicméně vzhledem ke skutečnosti, že cílem takových článků je oslovit veřejnost, je zároveň v zájmu zúčastněných, aby bylo takové oslovení právně správné.

V rámci dotazníkové šetření také byla zjištěna neznalost spotřebitelů ohledně role EU na vnitrostátní úrovni. Vzhledem k tomu, že se nejedná o neznalost, která by byla závažná do takové míry, že by nějak ovlivňovala rozhodování spotřebitelů o uplatnění jejich práv, dá se tento nedostatek pochopit. Co by nicméně mohlo takové jednání ovlivnit, je neznalost ADR a Evropského spotřebitelského centra, o jehož činnosti by shora uvedené nástroje informovaly taktéž.

## 6 Závěr

Bakalářská práce se zabývala tématem ochrany spotřebitele z pohledu základních zdrojů této oblasti, a to z hlediska soukromého a veřejného práva České republiky a sekundárního práva Evropské unie.

Cílem bakalářské práce bylo na základě rozboru účinné právní úpravy provést vyhodnocení problematiky ochrany spotřebitele z pohledu vnitrostátních právních předpisů, aplikace evropského sekundárního práva a z pohledu orgánů v ochraně činných a následně navrhnout opatření k odstranění zjištěných nedostatků. K splnění toho byly vytyčeny další tři dílčí cíle, které mířily na posouzení kontrolní činnosti ČOI v roce 2021, zjištění informovanosti spotřebitelů o jejich postavení ve spotřebitelských vztazích a práv z nich plynoucí a doplnění této informace o názor podnikatelů na tuto problematiku. Třetím dílčím cílem bylo provedení rozhovoru s odborníkem z ČOI, jehož účelem bylo získat praktičtější představu o činnosti ČOI a navrhnout řešení, které by nedostatky zjištěné v této práci řešilo.

Během práce byla zjištěna spotřebitelova neznalost konkrétních spotřebitelských práv, přestože se při uzavírání smluv s podnikatelem cítí právní úpravou vcelku chráněn. Pro tuto situaci byla prací prezentována dvě řešení, a to vzdělávací kampaň ČOI vedená na specifických formách médií a vzdělávací kampaň ČOI na středních školách, přičemž toto opatření bylo s Ing. Jiřím Fröhlichem, tiskovým mluvčím ČOI, diskutováno a s ohledem na jeho připomínky modifikováno, aby diskutovaným nedostatkům předcházelo.

Vzdělávací kampaň ČOI na středních školách by tak informovala o méně známých právech spotřebitele a byla by prováděna ve vymezeném úseku výuky práva či občanské výuky, načež by byla zakončena examínací vedenou vyučujícím daného předmětu, čímž by se zabránilo, aby dané hodiny byly studenty považovány za ryze odpočinkové.

Co se týká vzdělávací kampaně ČOI v médiích, ta by měla podobu krátkých spotů, které by spotřebitele informovaly o méně známých spotřebitelských právech či častých mýlkách v oblasti ochrany spotřebitele. Tyto spoty by pak byly umístovány na sociální sítě jako Facebook, YouTube, Instagram či TikTok s odkazem na webové stránky ČOI nebo by byly přehrávány v televizi či v rádiu. Navrhnutá byla i spolupráce ČOI se zpravodajskými servery



za účelem omezení fabulací a dezinformací v případě článků týkajících se ochrany spotřebitele.

Práce obecně shrnuje nejzásadnější instituty ochrany spotřebitele a jakou roli v jeho ochraně hrají, a to včetně zapracování spotřebitelské novely, která nabyla účinnosti 6. 1. 2023. Mimoto byla vysvětlena i role Evropské unie na podobu vnitrostátní úpravy spotřebitelského práva. Až na výjimky se téměř ve všech případech právní úpravy spotřebitelských smluv jedná o kogentní ustanovení, což se projevuje tím, že si smluvní strany nemohou sjednat vzájemnou úpravu práv a povinností odchylně od zákona, ledaže by byla taková úprava příznivější vůči spotřebiteli. Právě z důvodu nerovnosti v postaveních smluvních stran, kdy podnikatel je stranou silnější a spotřebitel fakticky stranou slabší, poskytuje zákon slabší straně, spotřebiteli, větší ochranu, a to např. tím, že spotřebitel musí být před uzavřením smlouvy řádně informován o určitých skutečnostech týkajících se podnikatele, nabízeného zboží, výrobku či služby, jakož i tím, že jsou značně posílena spotřebitelova práva na odstoupení od smlouvy. I přes faktická zjištění plynoucí z výzkumu je ovšem každý spotřebitel zodpovědný za své jednání a případné řešení sporů plynoucí z nedodržení či porušení spotřebitelských smluv v konečné fázi může jít k tíži spotřebitelů, u nichž se projeví neznalost právní úpravy či možností včasné obrany. Jde zde o kombinaci využití institutů soukromého a veřejného práva, zejména v oblasti stanovení povinnosti podnikatelům a zvýšené kontroly jejich dodržování.

## 7 Seznam použitých zdrojů

### 7.1 Literární zdroje

ČERNÁ, S., ŠTENGLOVÁ, I., PELIKÁNOVÁ, I., DĚDIČ, J. a kol. 2016. *Obchodní právo – podnikatel, podnikání, závazky s účastí podnikatele*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR. 736 s. ISBN 978-80-7552-333-4.

DVOŘÁK, J., ŠVESTKA, J., ZUKLÍNOVÁ, M. a kol. 2016. *Občanské právo hmotné I – Díl první: obecná část*. 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR. 436 s. ISBN 978-80-7552-187-3.

GERLOCH, A. 2017. *Teorie práva*. 7. vyd. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk. 335 s. ISBN 978-80-7380-652-1.

ONDŘEJ, J. a kol. 2013. *Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele Ekonomické, právní a sociální aspekty*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck. 381 s. ISBN 978-80-7400-446-9.

POKORNÁ, J., VEČERKOVÁ, E., LEVICKÁ, T., DUDOVÁ, J. 2017. *Ochrana spotřebitele proti nekalým obchodním praktikám podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR. 320 s. ISBN 978-80-7552-625-0.

TOMÁŠEK, M., TÝČ, V., PETRLÍK, D., a kol. 2021. *Právo Evropské unie*. 3. vyd. Praha: Leges. 512 s. ISBN 978-80-7502-491-6.

VEČEŘA, J. 2013. *Ochrana spotřebitele v České republice a Evropské unii*. 1. vyd. Praha: Leges. 364 s. ISBN 978-80-87576-34-2.

VÍTOVÁ, B. 2016. *Zákon o ochraně spotřebitele. Komentář*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR. 364 s. ISBN 978-80-7478-984-7.

VÍTOVÁ, B., ETLÍKOVÁ, M. 2017. *Nekalé obchodní praktiky*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 120 s. ISBN 978-80-7552-867-4.

VLACHOVÁ, B. 2021. *Rozhodování správních orgánů ve spotřebitelských sporech*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck. 136 s. ISBN 978-80-7400-811-5.

### 7.2 Právní předpisy

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele v platném znění [online]. Publikované ve Sbírce zákonů v částce 130, č. 634. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2653>.

Zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci v platném znění [online]. Publikované ve Sbírce zákonů v částce 22, č. 64. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2189>.

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění [online]. Publikované ve Sbírce zákonů v částce 33, č. 89. Dostupné z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6144>.

### 7.3 Internetové zdroje

Česká obchodní inspekce. *Informace o mimosoudním řešení spotřebitelských sporů (ADR)* [online]. [cit. 2023-03-08]. Dostupné z: <https://www.coi.cz/informace-o-adr/>.

Česká obchodní inspekce. *Novela zákona o ochraně spotřebitele v platném znění* [online]. [cit. 2023-03-07]. Dostupné z: <https://www.coi.cz/novela-zakona-o-ochrane-spotrebitele/>.

Česká obchodní inspekce. *Ohlášené nebezpečné výrobky* [online]. [cit. 2022-06-20]. Dostupné z: <https://www.coi.cz/pro-spotrebitele/spotrebitelcky-pruvodce/ohlasene-nebezpecne-vyrobky/>.

Česká obchodní inspekce. *Organizační struktura* [online]. [cit. 2023-03-12]. Dostupné z: <https://www.coi.cz/o-coi/organizacni-struktura/>.

Česká obchodní inspekce. *Působnost úřadu* [online]. [cit. 2022-06-20]. Dostupné z: <https://www.coi.cz/o-coi/pusobnost-uradu/>.

Česká obchodní inspekce. *Rizikové e-shopy* [online]. [cit. 2022-06-20]. Dostupné z: <https://www.coi.cz/pro-spotrebitele/rizikove-e-shopy/>.

Česká obchodní inspekce. *Výroční zpráva za rok 2017* [online]. 2018, (PDF) [cit. 2023-02,01]. Dostupné z: [https://www.coi.cz/wp-content/uploads/2018/03/COI\\_zprava2018.pdf](https://www.coi.cz/wp-content/uploads/2018/03/COI_zprava2018.pdf).

Česká obchodní inspekce. *Výroční zpráva za rok 2018* [online]. 2019, (PDF) [cit. 2023-02,01]. Dostupné z: [https://www.coi.cz/wp-content/uploads/2019/04/web\\_COI\\_vyrocní\\_zprava\\_2018-2.pdf](https://www.coi.cz/wp-content/uploads/2019/04/web_COI_vyrocní_zprava_2018-2.pdf).

Česká obchodní inspekce. *Výroční zpráva za rok 2019* [online]. 2020, (PDF) [cit. 2023-02,01]. Dostupné z: [https://www.coi.cz/wp-content/uploads/2020/03/COI\\_2020\\_WEB.pdf](https://www.coi.cz/wp-content/uploads/2020/03/COI_2020_WEB.pdf).

Česká obchodní inspekce. *Výroční zpráva za rok 2020* [online]. 2021, (PDF) [cit. 2023-02,01]. Dostupné z [https://www.coi.cz/wp-content/uploads/2021/04/COI\\_V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD\\_zpr%C3%A1va\\_2020\\_web.pdf](https://www.coi.cz/wp-content/uploads/2021/04/COI_V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD_zpr%C3%A1va_2020_web.pdf).

Česká obchodní inspekce. *Výroční zpráva za rok 2021* [online]. 2022, (PDF) [cit. 2023-02,01]. Dostupné z: [https://www.coi.cz/wp-content/uploads/2022/03/COI\\_Vyrocní\\_zprava\\_2021.pdf](https://www.coi.cz/wp-content/uploads/2022/03/COI_Vyrocní_zprava_2021.pdf).

dTest. *Spotřebitelská práva (a povinnosti) pro rok 2023* [online]. [cit. 2023-03-01]. Dostupné z <https://www.dtest.cz/clanek-9937/spotrebitelcka-prava-a-povinnosti-pro-rok-2023>.

Důvodová zpráva k zákonu č. 89/2012 Sb., občanskému zákoníku [online]. 2012, (PDF) [cit. 2022-05-15]. Dostupná z: <http://obcanskyzakonik.justice.cz/images/pdf/Duvodova-zprava-NOZ-konsolidovana-verze.pdf>. s. 107-108.

Důvodová zpráva k zákonu č. 89/2012 Sb., občanskému zákoníku [online]. 2012, (PDF) [cit. 2022-08-03]. Dostupná z: <http://obcanskyzakonik.justice.cz/images/pdf/Duvodova-zprava-NOZ-konsolidovana-verze.pdf>. s. 449.

Důvodová zpráva k zákonu č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů [online]. 2022, (PDF) [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=208480>. s. 114–116.

Důvodová zpráva k zákonu č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů [online]. 2022, (PDF) [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=208480>. s. 116.

Důvodová zpráva k zákonu č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů [online]. 2022, (PDF) [cit. 2023-02-08]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=208480>. s. 118–119.

Důvodová zpráva k zákonu č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů [online]. 2022, (PDF) [cit. 2023-02-18]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=208480>. s. 124.

Důvodová zpráva k zákonu č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů [online]. 2022, (PDF) [cit. 2023-02-18]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=208480>. s. 122-123.

Důvodová zpráva k zákonu č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů [online]. 2022, (PDF) [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=208480>. s. 126.

Důvodová zpráva k zákonu č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů [online]. 2022, (PDF) [cit. 2023-02-25]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=208480>. s. 50, 129-130.

Důvodová zpráva k zákonu č. 374/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů [online]. 2022, (PDF) [cit. 2023-03-01]. Dostupné z: <https://www.psp.cz/sqw/text/orig2.sqw?idd=208480>. s. 138–141.

Evropské spotřebitelské centrum. *Evropské spotřebitelské centrum – bližší informace* [online]. (PDF) [cit. 2023-02-05]. Dostupné z: <https://evropskyspotrebitel.cz/wp-content/uploads/2017/07/evropske-spotrebitelske-centrum-blizsi-informace.pdf>.

Evropské spotřebitelské centrum. *O nás* [online]. [cit. 2023-02-05]. Dostupné z: <https://evropskyspotrebitel.cz/o-nas/>.

Evropské spotřebitelské centrum. *O nás* [online]. [cit. 2023-03-07]. Dostupné z: <https://evropskyspotrebitel.cz/o-nas/>.

HENDRYCH, D. a kol. *Právníký slovník* [online]. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2009 [cit. 2022-12-01]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/document-view.seam?documentId=nnptembqhfwp64zrguxhmzlsmvvg433qojqxm3tjl5xwg2dsmfxgcx3tobxxi4tfmjuxizlmmu>. ISBN 978-80-7400-059-1.

HENDRYCH, D. a kol. *Právníký slovník* [online]. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2009 [cit. 2022-05-03]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/document-view.seam?documentId=nnptembqhfwp64zrguxhmzlsmvvg433qojqxm3tjl5xwg2dsmfxgcx3tobxxi4tfmjuxizlmmu>. ISBN 978-80-7400-059-1.

Ministerstvo průmyslu a obchodu. *Spotřebitelské organizace* [online]. [cit. 2023-02-05]. Dostupné z <https://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/pruvodce-pro-spotrebitele/spotrebitelske-organizace--251663/>.

PETROV, J., VÝTISK, M., BERAN, V. a kol. *Občanský zákoník. Komentář 2. vydání (1. aktualizace)* [online]. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2022 [cit. 2022-05-20]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/document-view.seam?documentId=nnptembsgipw2nrql4ys443cl4zdamjls144dsx3qmyytqmjr>. K § 1811.

PETROV, J., VÝTISK, M., BERAN, V. a kol. *Občanský zákoník. Komentář 2. vydání (1. aktualizace)* [online]. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2022 [cit. 2023-02-01]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/document-view.seam?documentId=nnptembsgipw2nrql4ys443cl4zdamjls144dsx3qmyytqmjv>. K § 1815.

PETROV, J., VÝTISK, M., BERAN, V. a kol. *Občanský zákoník. Komentář 2. vydání (1. aktualizace)* [online]. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2022 [cit. 2022-05-15]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/document-view.seam?documentId=nnptembsgipw2nrql4ys443cl4zdamjls144dsx3qmy2dema>. K § 420.

PETROV, J., VÝTISK, M., BERAN, V. a kol. *Občanský zákoník. Komentář 2. vydání (1. aktualizace)* [online]. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2022 [cit. 2022-05-20]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/document-view.seam?documentId=nnptembsgipw2nrql4ys443cl4zdamjls144dsx3qmyytqmjq>. K § 1810.

PETROV, J., VÝTISK, M., BERAN, V. a kol. *Občanský zákoník. Komentář 2. vydání (1. aktualizace)* [online]. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2022 [cit. 2022-05-23]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/document-view.seam?documentId=nnptembsgipw2nrql4ys443cl4zdamjls144dsx3qmyytqmjs>. K § 1812.

PETROV, J., VÝTISK, M., BERAN, V. a kol. *Občanský zákoník. Komentář 2. vydání (1. aktualizace)* [online]. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2022 [cit. 2023-02-18]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/document-view.seam?documentId=nnptembsgipw2nrql4ys443cl4zdamjls144dsx3qmyytqmry>. K § 1828.

PETROV, J., VÝTISK, M., BERAN, V. a kol. *Občanský zákoník. Komentář 2. vydání (1. aktualizace)* [online]. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2022 [cit. 2023-02-21]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/document-view.seam?documentId=nnptembsgipw2nrql4ys443cl4zdamjls144dsx3qmyytqnjs>. K § 1852.

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES [online]. 2005, (PDF) [cit. 2022-05-15]. Dostupná z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32005L0029&from=CS>. s 4.

Závěrečná zpráva z hodnocení dopadů regulace: Věcný záměr zákona o ochraně spotřebitele (spotřebitelský kodex). [online]. 2016, (PDF) [cit. 2022-05-20]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/media2/file/1804/File23336.pdf?attachment-filename=6120632-2017-10-18-zprava-ria-6220944.pdf>. s. 6-7.

## 8 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk

### 8.1 Seznam obrázků

Obrázek 1 Organizační struktura ČOI .....	42
---	----

### 8.2 Seznam grafů

Graf 1 Přehled kontrol se zjištěním z hlediska inspektorátů ČOI v roce 2021 .....	48
Graf 2 Přehled porušení dle zákonů (2021) .....	50
Graf 3 Přehled kontrol ČOI se zjištěním ve vybraných oblastech za rok 2021 .....	53
Graf 4 Přehled kontrol se zjištěním dle vybraných oblastí mezi roky 2018-2021 .....	53
Graf 5 Podněty spotřebitelů podle nejvýznamnějšího předmětu v roce 2021 .....	55
Graf 6 Dotazník: Pohlaví .....	57
Graf 7 Dotazník: Věk .....	57
Graf 8 Dotazník: Vzdělání .....	58
Graf 9 Dotazník: Znalost práv (spotřebitel) .....	59
Graf 10 Dotazník: Znalost práv (podnikatel) .....	59
Graf 11 Nástroje ochrany (spotřebitel) .....	61
Graf 12 Dotazník: Nástroje ochrany (podnikatel) .....	61
Graf 13 Dotazník: Změna (spotřebitel) .....	62
Graf 14 Dotazník: Změna (podnikatel) .....	62
Graf 15 Dotazník: Zdroj změny (spotřebitel) .....	63
Graf 16 Dotazník: Zdroj změny (podnikatel) .....	63
Graf 17 Dotazník: Vliv EU (spotřebitel) .....	64
Graf 18 Dotazník: Vliv EU (podnikatel) .....	65
Graf 19 Dotazník: Odstoupení od smlouvy .....	66
Graf 20 Dotazník: Odstoupení od smlouvy (zdroj) .....	67
Graf 21 Zhodnocení úrovně ochrany spotřebitele .....	68
Graf 22 Dotazník: Zdroj při pochybnostech .....	69
Graf 23 Dotazník: Instituce .....	70
Graf 24 Dotazník: Dodržování informační povinnosti .....	71
Graf 25 Dotazník: Uplatnění práv spotřebitele .....	71
Graf 26 Dotazník: Zohlednění ochrany .....	72
Graf 27 Názor podnikatelů na ochranu spotřebitele .....	73

### 8.3 Seznam použitých zkratk

OZ – občanský zákoník ve smyslu zákona č. 89/2012 Sb., který nabyl účinnosti 1. 1. 2014

ZOS – zákon o ochraně spotřebitele ve smyslu zákona č. 634/1992 Sb., který nabyl účinnosti 31. 12. 1992

ČOI – Česká obchodní inspekce

EU – Evropská unie

ADR – alternative dispute resolution (mimosoudní řešení sporů)

# Přílohy

## Příloha č. 1 – Dotazníkové šetření zasílané spotřebitelům

### Úprava ochrany spotřebitele – spotřebitelé

Dobrý den, věnujte prosím několik minut svého času vyplnění následujícího dotazníku.

#### 1. Jaké je Vaše pohlaví?

Vyberte jednu odpověď

- Žena
- Muž

#### 2. Která z níže uvedených věkových kategorií zahrnuje Váš věk?

Vyberte jednu odpověď

- 17 či mladší
- 18-20
- 21-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60 či starší

#### 3. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Vyberte jednu odpověď

- Základní
- Střední s výučním listem
- Střední s maturitou
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské

#### 4. Jak byste popsal/a vlastní znalost spotřebitelských práv?

Vyberte jednu odpověď

- Výborná
- Průměrná



- Podprůměrná
- Mizivá až žádná

**5. Které nástroje ochrany spotřebitele znáte?**

Vyberte jednu nebo více odpovědí?

- Informační povinnost podnikatele
- Neplatnost zneužívajících jednání ve spotřebitelské smlouvě
- Možnost ponechat si plnění, které mi bylo plněno, ačkoliv jsem si je neobjednal
- Zákaz sankcí za odstoupení od smlouvy
- Možnost odstoupit od smlouvy v zákonné lhůtě
- Dobrovolná záruka za jakost
- Žádné z jmenovaných

**6. Odstoupil/a jste někdy od uzavřené spotřebitelské smlouvy v zákonné lhůtě?**

Vyberte jednu odpověď

- Ano
- Ne
- Ne, ale o takové možnosti vím

**7. Odkud jste se o právu na odstoupení od smlouvy v zákonné lhůtě dozvěděl/a?**

Vyberte jednu nebo více odpovědí. Pokud jste u předchozí otázky odpověděli „Ne“, tuto otázku přeskočte.

- Byl jsem o takovém právu informován protistranou
- Byl jsem o takovém právu informován rodiči/přáteli/ve škole
- Byl jsem o takovém právu informován médií (internet, televize, sociální sítě atd.)
- Informaci jsem získal vlastním průzkumem

**8. Zaznamenal/a jste nedávnou změnu v úpravě ochrany spotřebitele?**

Vyberte jednu odpověď

- Ano
- Ne

### 9. Pokud ano, odkud?

Vyberte jednu nebo více odpovědí. Pokud jste u předchozí otázky odpověděl/a „Ne“, tuto otázku přeskočte

- Byl jsem o takové změně informován protistranou
- Byl jsem o takové změně informován rodiči/přáteli/ve škole
- Byl jsem o takové změně informován médií (internet, televize, sociální sítě atd.)
- Informaci jsem získal vlastním průzkumem

### 10. Cítíte se chráněn právní úpravou ochrany spotřebitele při uzavírání spotřebitelských smluv?

Vyberte jednu odpověď

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne
- Nevím

### 11. Jaké instituce ochrany spotřebitele znáte?

Vyberte jednu nebo více odpovědí

- Česká obchodní inspekce (ČOI)
- Evropské spotřebitelské centrum
- Mimosoudní řešení sporů (ADR)
- Spotřební organizace dTest
- Sdružení českých spotřebitelů
- Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace
- Žádnou z uvedených

### 12. Víte, jakým způsobem se EU podílí na ochraně spotřebitele?

Vyberte jednu odpověď

- Ano
- Ne

**13. V případě pochybností o svých spotřebitelských právech, z jakých informačních zdrojů byste čerpal/a?**

Vyber jednu nebo více odpovědí

- Internet
- Jiná média (televize, sociální sítě atd.)
- Legislativa
- Rodiče/přátelé/škola
- Dotazem vůči protistraně
- Instituce ochrany spotřebitele a jejich stránky
- Konzultace s právníkem

**Příloha č. 2 – Dotazníkové šetření zasílané podnikatelům**

**Úprava ochrany spotřebitele – podnikatelé**

Dobrý den,

Jsem studentem Provozně ekonomické fakulty na ČZU v Praze a pod vedením JUDr. Borské, Ph.D. píšu bakalářskou práci na téma ochrany spotřebitele, které bych chtěl prozkoumat i z pohledu podnikatelů. Věnujte prosím několik minut svého času vyplnění následujícího dotazníku.

**1. Jaké je Vaše pohlaví?**

Vyberte jednu odpověď

- Žena
- Muž

**2. Která z níže uvedených věkových kategorií zahrnuje Váš věk?**

Vyberte jednu odpověď

- 17 či mladší
- 18-20
- 21-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60 či starší

### 3. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Vyberte jednu odpověď

- Základní
- Střední s výučním listem
- Střední s maturitou
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské

### 4. Jak byste popsal/a svoje ponětí o legislativních právech spotřebitele?

Vyberte jednu odpověď

- Výborná
- Průměrná
- Podprůměrná
- Mizivá až žádná

### 5. Které nástroje ochrany spotřebitele znáte?

Vyberte jednu nebo více odpovědí?

- Informační povinnost podnikatele
- Neplatnost zneužívajících jednání ve spotřebitelské smlouvě
- Možnost ponechat si plnění, které mi bylo plněno, ačkoliv jsem si je neobjednal
- Zákaz sankcí za odstoupení od smlouvy
- Možnost odstoupit od smlouvy v zákonné lhůtě
- Dobrovolná záruka za jakost
- Žádné z jmenovaných

### 6. Zaznamenal/a jste nedávnou změnu v úpravě ochrany spotřebitele?

Vyberte jednu odpověď

- Ano
- Ne

**7. Pokud ano, odkud?**

Vyberte jednu nebo více odpovědí. Pokud jste u předchozí otázky odpověděl/a „Ne“, tuto otázku přeskočte

- Byl jsem o takové změně informován rodiči/přáteli/ve škole
- Byl jsem o takové změně informován médií (internet, televize, sociální sítě atd.)
- Informaci jsem získal vlastním průzkumem
- Jiné

**8. Víte, jakým způsobem se EU podílí na ochraně spotřebitele?**

Vyberte jednu odpověď

- Ano
- Ne

**9. Informujete spotřebitele v jednání s Vámi o jejich právech?**

Vyberte jednu odpověď

- Ano
- Ne

**10. Jak byste z Vašeho pohledu zhodnotil/a ochranu spotřebitele?**

Vyberte jednu odpověď

- Rozumnou
- Složitou na porozumění
- Vůči podnikatelům šikanózní
- Náročnou na administrativu
- Spravedlivou

**11. Dožadoval se ve styku s Vámi někdy spotřebitel svých práv?**

Vyberte jednu odpověď

- Ano
- Ne

**12. Do jaké míry při své podnikatelské činnosti zohledňujete ochranu spotřebitele?**

Vyberte jednu odpověď

- Nehledím na ni vůbec
- Spíše na ni nehledím
- Hledím na ni průměrně
- Spíše na ni hledím
- Plně na ni hledím