Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra práva

Diplomová práce

Práva a povinnosti spotřebitele v právní úpravě a praxi ČR

Bc. Robert Pagan

© 2017 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Robert Pagan

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

Práva a povinnosti spotřebitele v právní úpravě praxi ČR

Název anglicky

The rights and obligations of consumers in legislation and practice in the Czech Republic

---

Cíle práce

Cílem práce je komplexní zpracování problematiky postavení spotřebitele v platné právní úpravě se zaměřením na práva a povinnosti spotřebitele, další aspekty spotřebitelsko právních vztahů, a to s důrazem na postavení spotřebitele a možnosti jeho ochrany před nekalým jednáním obchodníka či povinnosti obchodníka vůči spotřebiteli. Dílčím cílem je zmapovat reálné povědomí spotřebitelů o jejich právech a povinnostech, a to v marketingového průzkumu za pomoci dotazníkového šetření, které by mělo také přinést informace o praktických zkušenostech spotřebitelů s konkrétními subjekty na trhu. Součástí práce bude také vyhodnocení výsledků šetření.

Metodika

Teoretická část

- studium a interpretace literatury, právních norem a předpisů s využitím metody analýzy právních textů, jejich vyhodnocení a roztřídění dle předem stanovených kritérií

- Praktická část – sběr dat

- marketingový průzkum za pomoci dotazníkového šetření

- vyhodnocení výsledků šetření

- návrh možných opatření s využitím metody komparace a syntézy zjištěných poznatků z teoretické a praktické části práce

- diskuze, závěr

Doporučený rozsah práce

60-80

Klíčová slova

práva spotřebitele, povinnosti spotřebitele, občanský zákoník, reklamace, kupní smlouva, záruka

---

Doporučené zdroje informací

BĚLOHLÁVEK, A J. – ČESKO. OBČANSKÝ ZÁKONÍK (2012). *Nový občanský zákoník : srovnání dosavadní a nové občanskoprávní úpravy včetně předpisů souvisejících.* Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2012. ISBN 978-80-7380-413-8.

BĚLOHLÁVEK Alexandr J. Ochrana spotřebitelů v rozhodčím řízení. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2012. 632 s. ISBN 978-80-7179-297-0.

ONDŘEJ Jan a kol. Spotřebitelské smlouvy a ochrana spotřebitele: Ekonomické, právní a sociální aspekty. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2013. 366 s. ISBN 978-80-7400-446-9.

PIECHOWICZOVÁ, L. – BEZOUŠKA, P. *Nový občanský zákoník : nejdůležitější změny.* Olomouc: ANAG, 2013. ISBN 978-80-7263-819-2.

SELUCKÁ Markéta. Ochrana spotřebitele v soukromém právu. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2009. 134 s. ISBN 978-80-7400-037-9.

ŠÁLKOVÁ, D. – ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE. PROVOZNĚ EKONOMICKÁ FAKULTA. KATEDRA OBCHODU A FINANCÍ O, – HES, A. *Chování spotřebitele a možnosti jeho ochrany v oblasti elektronického obchodu v podmínkách ČR jako člena EU.* Disertační práce. Praha: 2009.

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

VYSEKALOVÁ, J. *Chování zákazníka : jak odkrýt tajemství "černé skříňky".* Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3528-3.

VYSEKALOVÁ, J. *Psychologie spotřebitele : jak zákazníci nakupují.* Praha: Grada, 2004. ISBN 80-247-0393-9.

Předběžný termín obhajoby

2017/18 ZS – PEF (únor 2018)

Vedoucí práce

Mgr. Ivana Hájková

Garantující pracoviště

Katedra práva

Elektronicky schváleno dne 14. 11. 2016

JUDr. Jana Borská, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 14. 11. 2016

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 26. 11. 2017

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Práva a povinnosti spotřebitele v právní úpravě praxi ČR" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího diplomové 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(ka) uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 29. 11. 2017 _____

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval Mgr. Ivaně Hájkové za odborné vedení při zpracování diplomové práce.

Práva a povinnosti spotřebitele v právní úpravě a praxi ČR

Abstrakt

Tato diplomová práce se zabývá legislativou upravující práva a povinnosti spotřebitele. Současně se tato práce zaobírá také praktickými zkušenostmi spotřebitelů s konkrétními internetovými obchody a jejich povědomím v rámci této problematiky.

První část práce je teoretická. V této části jsou rozepsány základní pojmy, legislativní prameny práv a povinností spotřebitelů, ale také obchodníků. V této části je popsáno také několik organizací, které se zabývají ochranou spotřebitelů či dohledem nad činností obchodníků.

Druhá část této diplomové práce je částí analytickou, ve které bylo provedeno v souvislosti s tématem dotazníkové šetření. Výsledky šetření jsou hodnoceny pomocí komentářů a celkového zhodnocení. V několika případech jsou pro přehlednost využity procentuální grafy.

Klíčová slova: práva spotřebitele, povinnosti spotřebitele, občanský zákoník, reklamace, kupní smlouva, záruka, odstoupení od smlouvy

The rights and obligations of consumers in legislation and practice in the Czech Republic

Abstract

This thesis deals with the laws governing the rights and obligations of consumers. At the same time, this work also deals with the practical experience of consumers with specific internet shops and their awareness of this issue.

The first part of the thesis is theoretical. In this part, the basic concepts, legislative sources of rights and obligations of consumers, as well as traders are described. This section also describes several organizations that deal with consumer protection or oversight of merchants' activities.

The second part of this diploma thesis is an analytical part, which was carried out in connection with the topic of the questionnaire survey. The survey results are evaluated using comments and overall evaluation. In some cases, percentage graphs are used for clarity.

Keywords: consumer rights, consumer obligations, the Civil Code, claims, purchase contract, warranty, withdrawal

Obsah

1 Úvod 11

2 Cíl práce a metodika 13

2.1 Cíl práce 13

2.2 Metodika 13

3 Teoretická východiska 14

3.1 Spotřebitel 14

3.1.1 Pojem spotřebitel 14

3.1.2 Spotřebitel a jeho jednání 14

3.1.3 Práva spotřebitele 15

3.1.4 Povinnosti spotřebitele 16

3.2 Podnikatel 16

3.2.1 Pojem podnikatel 16

3.2.2 Obchodní firma 17

3.3 Výrobek 17

3.4 Služba 18

3.5 Spotřebitelské smlouvy 18

3.5.1 Odstoupení od spotřebitelské smlouvy 22

3.6 Zákony (právní předpisy) upravující práva a povinnosti spotřebitele 22

3.6.1 Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník 22

3.6.2 Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele 23

3.6.3 Zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky 24

3.6.4 Zákon č. 91/2016 Sb., kterým se mění zákon č. 22/1997 Sb. 26

3.6.5 Zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků 27

3.6.6 Zákon č. 180/2016 Sb., kterým se mění zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích 28

3.6.7 Zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník 29

3.7 Instituce, které se zabývají ochranou spotřebitele 29

3.7.1 Základní instituce státní 30

3.7.1.1 Parlament České republiky 30

3.7.1.2 Ministerstvo průmyslu a obchodu 30

3.7.1.3 Veřejný ochránce práv - Ombudsman 30

3.7.2 Státní dozorové organizace 31

3.7.2.1 Česká obchodní inspekce (ČOI) 31

3.7.2.2 Česká národní banka (ČNB) 33

3.7.2.3 Český telekomunikační úřad 34

3.7.2.4 Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) ... 36
3.7.2.5 Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS) ... 37
3.7.3 Občanské organizace ... 38
3.7.3.1 Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace, z.s. (SOS – Asociace) ... 38
3.7.3.2 Sdružení českých spotřebitelů (SČS) ... 39
3.7.3.3 dTest, o.p.s. ... 39
3.7.4 Základní instituce a organizace v rámci Evropské unie ... 40

4 Vlastní práce ... 41
4.1 Dotazníkové šetření - popis ... 41
4.1.1 Alza.cz, a.s. ... 42
4.1.2 Internet Mall, a.s. ... 42
4.1.3 CZC.cz, s.r.o. ... 43
4.2 Dotazníkové šetření – otázky ... 43

5 Výsledky a diskuse ... 52
5.1 Výsledky dotazníkového šetření – blok 1 ... 53
5.1.1 Otázka 2) ... 53
5.1.2 Otázka 3a), 3b), 3c) ... 54
5.1.3 Otázka 4) ... 55
5.1.4 Otázka 5a), 5b), 5c) ... 55
5.1.5 Otázka 6a), 6b), 6c) ... 56
5.1.6 Otázka 7a), 7b), 7c) ... 57
5.1.7 Otázka 8) ... 58
5.1.8 Otázka 9) ... 59
5.1.9 Otázka 10) ... 59
5.2 Výsledky dotazníkového šetření – blok 2 ... 60
5.2.1 Otázka 11) ... 61
5.2.2 Otázka 12) ... 61
5.2.3 Otázka 13) ... 62
5.2.4 Otázka 14) ... 63
5.2.5 Otázka 15) ... 64

6 Závěr ... 65

7 Seznam použitých zdrojů ... 67

Seznam grafů

Graf 1 – věkové skupiny 52
Graf 2 – podíl zkušeností s nákupem 53

Seznam použitých zkratek

ČNB	Česká národní banka
ČOI	Česká obchodní inspekce
ČR	Česká republika
ČTÚ	Český telekomunikační úřad
ES	Evropské společenství
EU	Evropská unie
SČS	Sdružení českých spotřebitelů
SOS – Asociace	Sdružení na ochranu spotřebitelů – Asociace
SZPI	Státní zemědělská a potravinářská inspekce
ÚOHS	Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

1 Úvod

Spotřebitelé jsou velmi významnou součástí každé rozvinuté či rozvíjející se ekonomiky. Patří ke stejně důležitému segmentu trhu jako prodejci či poskytovatelé služeb, kteří jsou obvyklým protipólem spotřebitelů. Tento vztah je však možno chápat v několika rovinách. Ve velké míře se přitom jedná z pohledu národního nebo mezinárodního obchodu o ekonomicky méně významné operace jednotlivců, neboť spotřebitelé mají omezené finanční prostředky a zejména rozdílné potřeby.

Tato práce se věnuje především rovině právní úpravy tohoto vztahu. V rámci České republiky je spotřebitelské právo jedním z odvětví práva občanského. Nový občanský zákoník vstoupil v ČR v účinnost datem 1. ledna 2014. V rámci této nové legislativní normy došlo k několika změnám či upřesněním ve vztahu k spotřebitelskému právu. V České republice upravuje a reguluje vyjma občanského zákoníku spotřebitelské právo také zákon o ochraně spotřebitele.

V rámci soukromého práva platí obecně na území České republiky ochrana slabší strany. Na tento fakt lze však nahlížet dvěma pohledy. Liberální přístup je jednou z možností nahlížení na tuto problematiku. Tento přístup velmi rázně vystupuje proti nerovnosti subjektů v právní regulaci. Druhým takovým přístupem je přístup sociálně-determinovaný. Cílem tohoto přístupu je naopak prosazovat ochranu slabší strany. Tyto dva myšlenkové směry jsou na první pohled v rozporu, na obou z nich je však soukromé právo založeno.[1]

Spotřebitelé jsou v České republice velmi často pasivní, pokud jde o domáhání se práv na ochranu spotřebitele. Jedním z nejzásadnějších důvodů je fakt, že proces ochrany spotřebitele je ve složitějších případech velmi zdlouhavý, drahý a nepružný. Reklamace ze strany spotřebitelů nebo odstoupení od smlouvy jsou však stále aktuálními tématy naší společnosti. Velmi významným tématem je možnost odstoupení od smlouvy v zákonné lhůtě 14 dnů, která se vztahuje na zboží zakoupení na dálku. Mezi práva spotřebitelů patří dále právo na informovanost o výrobcích, právo na přístup k základním výrobkům, právo na ochranu před zdraví ohrožujícími výrobky či právo na výběr zboží. Důležitým faktem

[1] SELUCKÁ, Markéta. *Ochrana spotřebitele v soukromém právu*. s. 9-12

také je, že spotřebitel by měl při uplatňování svých práv také dbát na dodržování jemu náležících povinností, které by rozhodně neměl opomíjet.[2]

[2] VEČERKOVÁ, Hana. Spotřebitelé mají nejen práva, ale i povinnosti. *In: IDnes.cz* [online]. 2000 [cit. 2017-10-01]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/spotrebitele-maji-nejen-prava-ale-i-povinnosti-flz-/test.aspx?c=2000M063T01A

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem této práce je komplexně zpracovat problematiku postavení spotřebitele v souvislosti s platnou právní úpravou. Práce se zaměřuje na práva a povinnosti spotřebitele a další aspekty v rámci spotřebitelsko-právní vztahů. Důraz je kladen na postavení spotřebitele a možnosti jeho ochrany před nekalým jednáním obchodníka či povinnosti obchodníka vůči spotřebiteli. Dílčím cílem je poté zmapování reálného povědomí spotřebitelů o jejich právech a povinnostech. Tento cíl je naplněn za pomoci průzkumu prostřednictvím dotazníkového šetření, které by mělo také přinést informace o praktických zkušenostech spotřebitelů s konkrétními subjekty na trhu. Součástí práce bude také vyhodnocení výsledků šetření.

2.2 Metodika

Teoretická část je zpracována pomocí studia a interpretace literatury, právních norem a předpisů s využitím metody analýzy právních textů, jejich vyhodnocení a roztřídění dle předem stanovených kritérií.

Praktická část této práce je tvořena za pomoci sběru dat, který probíhal na základě průzkum za pomoci dotazníkového šetření. Obsahuje také zhodnocení výsledků šetření včetně návrhu možných opatření s využitím metody komparace a syntézy zjištěných poznatků z teoretické a praktické části práce.

3 Teoretická východiska

3.1 Spotřebitel

3.1.1 Pojem spotřebitel

Spotřebitel je jedním z účastníků trhu a subjektem, který na trhu působí. Spotřebitel je osobou, která pro svou vlastní potřebu užívá služby a výrobky. Nevyužívá těchto výrobků a služeb pro účel podnikání.

V právní úpravě v České republice je možné nalézt spotřebitelské právo a definici pojmu spotřebitel na více místech. Základní a hlavní definice pojmu spotřebitel je součástí zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „občanský zákoník“). Na základě § 419 je za spotřebitele považován každý člověk, který mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná.[3] [4]

Další definici pojmu spotřebitel je možné nalézt v zákoně č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů (dále „zákon o ochraně spotřebitele“). Zde je v § 2 uvedeno, že spotřebitelem je fyzická osoba, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání.[5] Tento zákon využívá tedy negativní vymezení pojmu spotřebitel. Naopak občanský zákoník využívá vymezení pozitivní. Obojí pojetí pojmu spotřebitel však v konečném důsledku vyjadřují totéž.

3.1.2 Spotřebitel a jeho jednání

Na jednání spotřebitele působí v současném světě spousta různých faktorů, jedná se o faktory vnější a vnitřní. Tyto faktory působí nejen na jednání spotřebitele, ale také působí na jeho rozhodování. Mezi vnitřní faktory, které ovlivňují jednání spotřebitele, patří například ekonomické prostředí, vlivy společnosti, na daném území platné právní předpisy a v neposlední řadě samotný výrobek či služba. Mezi významné vnitřní faktory můžeme poté zařadit osobnost člověka, jeho názory, postoje, znalosti, motivační strukturu či sociální role. Dalším velmi významným vnitřním faktorem je motivace. Tyto faktory mají

[3] § 419 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
[4] DŮVODOVÁ ZPRÁVA k zákonu č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. In: 2012.
[5] § 2 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších zákonů

vliv na rozhodování spotřebitele. Důkazem je fakt, že i při stejné nabídce na stejné počty reagují spotřebitelé odlišně.[6]

Jednání spotřebitele je také vždy ovlivněno konkrétními trendy, které v dané době působí na společnost. V současnosti jde zejména o trend konzumní společnosti a konzumního způsobu života. Reklama v současnosti působí na spotřebitele téměř na každém místě, a proto je spotřebitel neustále nabádán k okamžité spotřebě.

3.1.3 Práva spotřebitele

První čtyři spotřebitelská práva byla v historii vyhlášena Johnem Fitzgeraldem Kennedym. Mezi tyto práva patřila - právo na bezpečnost, právo na informace, právo na výběr a právo být vyslyšen.[7] [8]

Spotřebitelským hnutím byla tato čtyři práva rozšířena na současných osm práv spotřebitelů.[9]

Těchto osm práv tvoří základní kameny organizace Mezinárodní organizace spotřebitelů Consumers International[10]:

- právo na uspokojení základních potřeb – spotřebitel má právo na přístup k základním druhům zboží a služeb,
- právo na bezpečnost – spotřebitel má právo na ochranu před výrobky či službami ohrožujícími zdraví nebo život,
- právo na informace – spotřebitel má právo na přístup k odpovídajícím údajům a ochranu proti klamavé reklamě,
- právo na výběr – spotřebitel má právo na výběr ze široké nabídky zboží či služeb uspokojivé kvality za přijatelné ceny,
- právo být vyslyšen – spotřebitel má právo na prosazování spotřebitelských zájmů,
- právo na odškodnění – spotřebitel má právo na náhradu za vadné výrobky a škody

[6] VYSEKALOVÁ, J. *Psychologie spotřebitele: jak zákazníci nakupují*. Praha: Grada, 2004. ISBN 80-247-0393-9., s. 35 - 48
[7] HOROVÁ, O., *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*, Praha: Oeconomica, 2006, ISBN 80-245-1106-1., s. 12
[8] HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. Vyd. 2. Praha: Oeconomica, 2004, ISBN 80-245-0690-4., s. 10
[9] Consumers International. Consumers rights. *Consumers International* [online]. 2014. [cit. 2017-04-12]. Dostupné z: http://www.consumersinternational.org/who-we-are/consumer-rights/
[10] Consumers International, založená v roce 1960, je nezávislá nezisková organizace. Jejím členem je 240 spotřebitelských skupin ze 120 zemí světa. Cílem organizace je posílit a chránit postavení spotřebitelů po celém světě. Zdroj: Consumers International. About us. *Consumers International* [online]. 2014. [cit. 2014-04-12]. Dostupné z: http://www.consumersinternational.org/who-we-are/about-us/

- způsobené užíváním zboží nebo služeb,
- právo na vzdělání – jedná se o právo spotřebitele na získání znalostí a schopností

3.1.4 Povinnosti spotřebitele

Prezident Consumers International Anwar Fazal stanovil ve 20. století také základní povinnosti spotřebitele. Tyto povinnosti jsou do současnosti využívány jako klíčové principy pro mnohé organizace zabývající se ochranou spotřebitelských práv[11]:

- kritické vědomí – ostražitost spotřebitele v otázkách ceny a kvality zboží a služeb,
- jednání – aktivní přístup spotřebitele v prosazování svých práv,
- společenská odpovědnost – Spotřebitelé by si měli být vědomi dopadu své nadměrné spotřeby na ostatní, a to zejména na sociálně znevýhodněné jedince (např. plýtvání potravin),
- povědomí o životním prostředí – spotřebitel by měl chápat dopady spotřeby na životní prostředí, uznat povinnost zachovat a chránit přírodní zdroje i pro budoucí generace,
- solidarita – spotřebitel by měl posilovat svůj vliv vytvářením spotřebitelských skupin.

3.2 Podnikatel

3.2.1 Pojem podnikatel

Ve starém občanském zákoníku byl uveden ještě užší pojem dodavatel. Kde byl dle § 52 zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník (dále jen „starý občanský zákoník“) dodavatel vymezen jako osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy jedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti.[12] Definice dodavatele je v současné době obsažena například v zákoně o ochraně spotřebitele. Dle § 2 je dodavatelem každý další podnikatel, který přímo nebo prostřednictvím jiných podnikatelů dodal prodávajícímu výrobky. Definice pojmu podnikatel je v tomto zákoně obsažena také. Dle § 2 je podnikatel (prodávající) ten, který spotřebiteli prodává výrobky nebo poskytuje služby. Podnikatel (výrobce) je ten, který

[11] Consumers International. Consumers rights. *Consumers International* [online]. 2014. [cit. 2017-04-12]. Dostupné z: http://www.consumersinternational.org/who-we-are/consumer-rights/
[12] § 52 zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník

zhotovil výrobek anebo jeho součást, vytěžil prvotní surovinu nebo ji dále zpracoval, anebo který se za výrobce označil.[13]

Pojem podnikatel však nyní v občanském zákoníku vytěsnil pojem dodavatel. Dle § 420 občanského zákoníku je podnikatelem ten, kdo 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. Pro účely ochrany spotřebitele se za podnikatele považuje také každá osoba, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností či při samostatném výkonu svého povolání, popřípadě osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele.[14] Na základě § 421 občanského zákoníků se za podnikatele také považuje osoba zapsaná v obchodním rejstříku. Za jakých podmínek se osoby zapisují do obchodního rejstříku, stanoví jiný zákon. Má se za to, že podnikatelem je osoba, která má k podnikání živnostenské nebo jiné oprávnění podle jiného zákona.[15][16]

Občanský zákoník tedy staví do pozice párových pojmů právě pojem podnikatel a spotřebitel.

3.2.2 Obchodní firma

Na základě občanského zákoníku je pod pojmem obchodní firma skryta další z definicí pojmu podnikatel. Dle § 423 občanského zákoníku je obchodní firma jméno, pod kterým je podnikatel zapsán do obchodního rejstříku. Podnikatel nesmí mít víc obchodních firem. Ochrana práv k obchodní firmě náleží tomu, kdo ji po právu použil poprvé. Kdo byl dotčen ve svém právu k obchodní firmě, má stejná práva jako při ochraně před nekalou soutěží.[17]

3.3 Výrobek

Pojem výrobek je definován dle § 2 jako věc, která je určena k nabídce spotřebiteli, včetně práv a závazků s touto věcí souvisejících.[18]

---

[13] § 2 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších zákonů
[14] § 420 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
[15] § 421 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
[16] Jak Nový občanský zákoník definuje podnikání. *IPodnikatel.cz* [online]. 2014 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z http://www.ipodnikatel.cz/Zahajeni-podnikani/jak-novy-obcansky-zakonik-definuje-podnikani.html
[17] § 423 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
[18] § 2 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších zákonů

Výrobek je dále definován zákonem č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků. Zde je dle § 2 výrobek definován jako jakákoliv movitá věc, která byla vyrobena, vytěžena nebo jinak získána bez ohledu na stupeň jejího zpracování a je určena k nabídce spotřebiteli nebo lze rozumně předvídat, že bude užívána spotřebiteli, včetně věci poskytnuté v rámci služby, a to i v případě, že nebyla určena k nabídce spotřebiteli, pokud je tato věc dodávána v rámci podnikatelské činnosti úplatně nebo bezúplatně, a to jako věc nová nebo použitá či upravená.[19]

Dále lze pojem výrobek definovat v oblasti obchodu a marketingu. Zde je za výrobek považováno něco, co lze nabídnout na trhu a uspokojuje poptávku. Výrobek má pro spotřebitele užitnou hodnotu. To znamená, že výrobek chtějí nebo ho potřebují.

3.4 Služba

Dle zákona o ochraně spotřebitele je za službu dle § 2 považována jakákoliv podnikatelská činnost, která je určena k nabídce spotřebiteli, včetně práv a závazků s touto činností souvisejících.[20]

V evropském právu jsou služby definovány ve smlouvě o ES. Definovány jsou konkrétně v kapitole 3, článku 49 až 55. Za službu jsou dle toho článku považovány výkony poskytované zpravidla za úplatu, pokud nejsou upraveny ustanoveními o volném pohybu zboží, kapitálu a osob.[21]

Služby zahrnují zejména:

a) činnosti průmyslové povahy;
b) činnosti obchodní povahy;
c) řemeslné činnosti;
d) činnosti v oblasti svobodných povolání.

3.5 Spotřebitelské smlouvy

Pojem spotřebitelské smlouvy zahrnuje veškeré smlouvy, kde jednu smluvní stranu tvoří spotřebitel a druhou stranu poté podnikatel. Spotřebitelské smlouvy však nejsou brány jako specifický typ smlouvy. Mezi specifické typy patří například smlouva kupní,

[19] § 2 zákona č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků
[20] § 2 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších zákonů
[21] Zakládající smlouvy. *Euroskop.cz* [online]. [cit. 2017-04-14]. Dostupné z https://www.euroskop.cz/8917/sekce/zakladajici-smlouvy/

darovací či smlouva o dílo. Neboli kupní smlouva může být uzavřena buď výlučně mezi spotřebiteli, nebo výlučně mezi podnikateli. Až za předpokladu, že kontraktanty jsou spotřebitel a podnikatel, můžeme kupní smlouvu považovat za spotřebitelskou kupní smlouvu.[22] [23]

Čtvrtý díl občanského zákoníku s názvem „Ustanovení o závazcích ze smluv uzavíraných se spotřebitelem“ upravuje právě spotřebitelské smlouvy. Dle § 1810 se ustanovení toho dílu používají na smlouvy, které se spotřebitelem uzavírá podnikatel (dále jen „spotřebitelské smlouvy“) a na závazky z nich vzniklé. Jednotlivé náležitosti a základní ustanovení poté vykládá § 1811, jehož znění je citované níže.[24]

§ 1811 zákona č. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník[25]

(1) Veškerá sdělení vůči spotřebiteli musí podnikatel učinit jasně a srozumitelně v jazyce, ve kterém se uzavírá smlouva.

(2) Směřuje-li jednání stran k uzavření smlouvy a tyto skutečnosti nejsou zřejmé ze souvislostí, sdělí podnikatel spotřebiteli v dostatečném předstihu před uzavřením smlouvy nebo před tím, než spotřebitel učiní závaznou nabídku

a) svoji totožnost, popřípadě telefonní číslo nebo adresu pro doručování elektronické pošty nebo jiný kontaktní údaj,

b) označení zboží nebo služby a popis jejich hlavních vlastností,

c) cenu zboží nebo služby, případně způsob jejího výpočtu včetně všech daní a poplatků,

d) způsob platby a způsob dodání nebo plnění,

e) náklady na dodání, a pokud tyto náklady nelze stanovit předem, údaj, že mohou být dodatečně účtovány,

f) údaje o právech vznikajících z vadného plnění, jakož i o právech ze záruky a další podmínky pro uplatňování těchto práv,

g) údaj o době trvání závazku a podmínky ukončení závazku, má-li být smlouva uzavřena na dobu neurčitou,

h) údaje o funkčnosti digitálního obsahu, včetně technických ochranných opatření, a

[22] TOMANČÁKOVÁ, Blanka. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*, s. 68
[23] SELUCKÁ, Markéta. *Ochrana spotřebitele v soukromém právu*., s. 29
[24] § 1810 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
[25] § 1811 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

i) údaje o součinnosti digitálního obsahu s hardwarem a softwarem, které jsou podnikateli známy nebo u nichž lze rozumně očekávat, že by mu mohly být známy.

(3) Ustanovení odstavce 2 se nepoužije na smlouvu

a) uzavíranou za účelem vyřizování záležitostí každodenního života, pokud má dojít k vzájemnému plnění bezprostředně po jejím uzavření, a

b) o dodání digitálního obsahu, pokud byl dodán na hmotném nosiči.

Spotřebitel je v případě spotřebitelské smlouvy chráněn již ze samotné podstaty. Důkazem toho tvrzení jsou § 1812, § 1813, § 1814, § 1815 a § 1818 (obsah jednotlivých paragrafů níže).

§ 1812 zákona č. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník[26]

(1) Lze-li obsah smlouvy vyložit různým způsobem, použije se výklad pro spotřebitele nejpříznivější.

(2) K ujednáním odchylujícím se od ustanovení zákona stanovených k ochraně spotřebitele se nepřihlíží. To platí i v případě, že se spotřebitel vzdá zvláštního práva, které mu zákon poskytuje.

§ 1813 zákona č. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník[27]

Má se za to, že zakázaná jsou ujednání, která zakládají v rozporu s požadavkem přiměřenosti významnou nerovnováhu práv nebo povinností stran v neprospěch spotřebitele. To neplatí pro ujednání o předmětu plnění nebo ceně, pokud jsou spotřebiteli poskytnuty jasným a srozumitelným způsobem.

§ 1814 zákona č. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník[28]

Zvláště se zakazují ujednání, která..

a) vylučují nebo omezují spotřebitelova práva z vadného plnění nebo na náhradu újmy,

b) spotřebitele zavazují plnit, zatímco podnikateli vznikne povinnost plnit splněním podmínky závislé na jeho vůli,

[26] § 1812 zákona č. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
[27] § 1813 zákona č. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
[28] § 1814 zákona č. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

c) umožňují, aby podnikatel nevydal spotřebiteli, co mu spotřebitel vydal, i v případě, že spotřebitel smlouvu neuzavře či od ní odstoupí,

d) zakládají podnikateli právo odstoupit od smlouvy bez důvodu, zatímco spotřebiteli nikoli,

e) zakládají podnikateli právo vypovědět závazek bez důvodu hodného zvláštního zřetele bez přiměřené výpovědní doby,

f) zavazují spotřebitele neodvolatelně k plnění za podmínek, s nimiž neměl možnost seznámit se před uzavřením smlouvy,

g) dovolují podnikateli, aby ze své vůle změnil práva či povinnosti stran,

h) odkládají určení ceny až na dobu plnění,

i) umožňují podnikateli cenu zvýšit, aniž bude mít spotřebitel při podstatném zvýšení ceny právo od smlouvy odstoupit,

j) zbavují spotřebitele práva podat žalobu nebo použít jiný procesní prostředek či mu v uplatnění takového práva brání, nebo ukládají spotřebiteli povinnost uplatnit právo výlučně u rozhodčího soudu nebo rozhodce, který není vázán právními předpisy stanovenými na ochranu spotřebitele,

k) přenášejí na spotřebitele povinnost prokázat splnění povinnosti podnikatele, kterou mu ukládají ustanovení o smlouvě o finanční službě, nebo

l) zbavují spotřebitele jeho práva určit, který závazek má být poskytnutým plněním přednostně uhrazen.

§ 1815 zákona č. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník[29]

K nepřiměřenému ujednání se nepřihlíží, ledaže se jej spotřebitel dovolá.

§ 1818 zákona č. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník[30]

Má-li spotřebitel právo odstoupit od smlouvy podle ustanovení tohoto dílu, nevyžaduje se, aby uvedl důvod, a s právem odstoupit od smlouvy nelze spojit postih. Využije-li spotřebitel právo odstoupit od smlouvy podle ustanovení tohoto dílu, považuje se lhůta pro odstoupení za zachovanou, pokud spotřebitel v jejím průběhu odešle podnikateli oznámení, že od smlouvy odstupuje.

[29] § 1815 zákona č. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
[30] § 1818 zákona č. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

3.5.1 Odstoupení od spotřebitelské smlouvy

Právě poslední zmíněné právo na odstoupení od smlouvy je velmi důležitým ustanovením, které najdeme v občanském zákoníku také v díle 4, a to přesně v § 1829. Podle tohoto paragrafu má spotřebitel právo odstoupit od smlouvy ve lhůtě čtrnácti dnů. Lhůta podle věty první běží ode dne uzavření smlouvy.[31] Jde-li o kupní smlouvu, počítá se ode dne převzetí zboží. Pokud se jedná o smlouvu, jejímž předmětem je několik druhů zboží nebo dodání několika částí, počítá se lhůta ode dne převzetí poslední dodávky zboží. Pokud se však jedná o smlouvu, jejímž předmětem je pravidelná opakovaná dodávka zboží, počítá se lhůta ode dne převzetí první dodávky zboží.[32]

3.6 Zákony (právní předpisy) upravující práva a povinnosti spotřebitele

Práva a povinnosti spotřebitelů jsou zakotveny v právních předpisech (zákonech). Toto předpisy jsou regulovány na jedné straně právem soukromým a na straně druhé právem veřejným. Cíle lez však pro obě strany vymezit společné. Především se zákonodárci snaží posílit právo slabší strany, za tu je na spotřebitelském trhu brán spotřebitel. Zákony mají také další dílčí účel, za ten je možno považovat například snahu o dobrou informovanost spotřebitele ze strany podnikatele či ochranu spotřebitele před nekalými obchodními praktikami. Soubor zákonů by tak měl spotřebiteli umožnit se svobodně a informovaně rozhodovat (jednat) v rámci trhu a vztahu s podnikateli. Dostává se mu tím také možnosti bránit se v případě, že podnikatel neplní své zákonné povinnosti ve vztahu ke spotřebiteli. Zákony na ochranu spotřebitele také určují, jakým způsobem může spotřebitel vymáhat svá práva. V této části práce jsou níže uvedeny úpravy právních předpisů, a to obecné soukromoprávní úpravy i dílčí úpravy jednotlivých oblastí, se kterými se spotřebitel může setkávat.

3.6.1 Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

Tento obecný předpis je často nazýván jako „nový občanský zákoník“ či zkratkou NOZ. Jedná se o základní a obecný předpis pro ochranu spotřebitele v oblasti

[31] SELUCKÁ, Markéta. *Ochrana spotřebitele v soukromém právu*., s. 87
[32] § 1829 zákona č. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

soukromoprávní. Tento zákon se samozřejmě nezabývá pouze ochranou spotřebitele, ale řeší i další občansko-právní vztahy. Jde vlastně o právní kodex každodenní života občana. Při aplikaci zákonů obsahujících fragmenty ochrany spotřebitele je za prvé třeba vyřešit vzájemný vztah předpisů. Takový dílčí zákon bude zpravidla ve vztahu speciality k občanskému zákoníku.[33]

V občanském zákoníku zahrnuje ochrana spotřebitele obecné úpravy, ale věnuje se také problematice, která se týká smluv uzavíraných se spotřebitelem. Jedná se například o takzvané spotřebitelské smlouvy, kde na jedné straně stojí spotřebitel a na straně druhé stojí podnikatel. Můžeme mezi ně počítat za prvé klasické kupní smlouvy spotřebitelské uzavírané na prodejnách. Za druhé lze mezi ně počítat také specifické typy smluv. Jde v tomto případě převážně o distančně uzavírané smlouvy. To jsou například smlouvy uzavírané prostřednictvím internetu, telefonu nebo smlouvy, které jsou uzavřeny mimo obchodní prostory. To se vztahuje například na prodejní promo akce (zájezdy).

V občanském zákoníku nalezneme také ustanovení, které se týkají informační povinnosti. Tato povinnost se pro obchodníky velice zpřísnila v roce 2015. Najít zde můžeme také požadavky na jakost, množství, míru či hmotnost. V občanském zákoníku nalezneme také oddíl, který se věnuje odpovědnosti za vady či úpravu záruky. Do tohoto zákona se totiž z velké části přesunula úprava obchodního zákoníku. Součástí občanského zákoníku je totiž nově například i úprava o ochraně před nekalou soutěží. Tím se rozumí například ochrana před klamavou reklamou, klamným označení zboží a služeb, podplácením, zlehčováním, srovnávací reklamou a dalšími podobnými praktikami. Právě ustanovené tykající se srovnávací reklamy prošla drobnou změnou. Nyní totiž vychází především ze směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 2006/114/ES o klamavé a srovnávací reklamě.[34] [35]

3.6.2 Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele

Podle § 1 upravuje zákon o ochraně spotřebitele některé podmínky podnikání, které mají význam v rámci ochrany spotřebitel, úkoly veřejné správy v oblasti ochrany

[33] Pár poznámek k ochraně spotřebitele v rámci NOZ. *Epravo.cz* [online]. 2013 [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: https://www.epravo.cz/top/clanky/par-poznamek-k-ochrane-spotrebitele-v-ramci-noz-91639.html
[34] Srovnávací reklama dle Nového občanského zákoníku – Nihil novum?. *Epravo.cz* [online]. 2013 [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: https://www.epravo.cz/top/clanky/srovnavaci-reklama-dle-noveho-obcanskeho-zakoniku-nihil-novum-92893.html
[35] VEČEŘA, J., *Ochrana spotřebitele v České republice a Evropské unii,* s. 35

spotřebitele. Upravuje také oprávnění spotřebitelů, sdružení spotřebitelů nebo jiných právnických osob založených k ochraně spotřebitele, jakož i mimosoudní řešení spotřebitelských sporů. Tento předpis vychází a zpracovává také příslušné předpisy Evropské unie.[36]

Je zde celkem široce vymezen soubor povinností podnikatele, které odpovídají právům spotřebitele. V případě porušení těchto zákonem daných povinností vymezuje tento předpis také správní delikty, za které nese podnikatel odpovědnost.[37]

Tento zákon se také zabývá i procesem uvedení výrobků na trh, prodejem výrobků či nabídkou a poskytováním služeb, které jsou vykonávány na území České republiky. Pro aplikaci toho předpisu však naprosto postačí i prostá souvislost s podnikatelskou činností, která je vykonávána na území České republiky.

Část zákona se dotýká také poskytování informací, které souvisí s prodejem výrobků a služeb. Tato část je provázaná s poctivostí prodejců, vymezení nekalých obchodních praktik, otázkou klamání spotřebitele či agresivními obchodními praktikami.

3.6.3 Zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky

Tento zákon upravuje proces a náležitosti uvedení výrobku na trh, ten totiž musí splňovat platné technické předpisy České republiky. Nalezneme zde vymezení případů, kdy budete potřebovat prohlášení o shodě, které je spojené s označením CE. Dále případy, kdy je potřeba, aby měl výrobek atest nebo certifikaci.

Tento zákon je preventivně zaměřen a určuje skupiny výrobků, které podléhají kontrole před uvedením na trh. Velký důraz je v tomto předpise kladen na bezpečnost jednotlivých výrobků. Stanovuje tak povinnost, že výrobce či distributor musí na trh uvádět výrobky bezpečné, u kterých je minimalizováno riziko s ohledem na ochranu oprávněného zájmu.

V tomto zákoně se týká plnění povinností výrobců a distributorů. Jedná se tedy o subjekty, které uvádí výrobky na trh. Pro přiblížení této zákonné úpravy slouží krátký popis mechanismu zajištění bezpečnosti výrobků. Zákon se tedy týká samého počátku

[36] § 1 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele
[37] PRÁVNÍ PŘEDPISY. *Česká obchodní inspekce* [online]. [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: http://www.coi.cz/cz/o-coi/legislativa/pravni-predpisy/

procesu prodeje výrobků, naopak zákon o ochraně spotřebitele se zabýval především jednáním prodejců, tedy až samotným fyzickým prodejem zákazníkovi.

Prohlášení o shodě je spojené s označením CE a je obvykle prvním krokem, kterému výrobek při uvádění na trh podléhá. Jedná se o písemný dokument výrobce či dodavatele, který slouží jako potvrzení, že daný výrobek je v souladu s technickými požadavky, které jsou určeny legislativou České republiky a smí být uveden na trh. Dokument se také zavazuje k dodržení postupu při naplnění shody.[38]

Před uvedením výrobku na trh je nutné zařadit výrobek do správné kategorie – kategorizovat ho. Výrobek může podléhat kategorii regulované či neregulované sféry. Neregulovanou sféru poté tvoří výrobky, které nepředstavují žádné ohrožení pro oprávněný zájem. Uvedení těchto komodit na trh je jednodušší, platí zde pouze obecné požadavky bezpečnosti a nemusí se u nich posuzovat shoda. Jinak tomu je u regulovaných výrobků. Do této skupiny spadají například elektrická nízkonapěťová zařízení, stoje, osobní ochranné pomůcky, tlakové lahve (nádoby), zařízení vystavená nebezpečí výbuchu, spotřebiče pracující s plynnými palivy a další výrobky, které spadají pod požadavek na prohlášení o shodě. Prohlášení se musí vydávat také na repasované a použité výrobky.[39]

Dalším stupněm je zařazení výrobku do harmonizované či neharmonizované sféry. Toto rozdělení vzniklo na základě vstupu České republiky do Evropské unie. Pokud se jedná o výrobky ve sféře harmonizované, ty spadají pod předpisy, jejichž naplnění je nutností pro vstup výrobku na trh a platí ve všech státech Evropské unie. Potvrzení o splnění jednotlivých požadavků se v tomto případě nazývá ES prohlášení o shodě. Po vydání tohoto dokumentu může produkt plynule kolovat po celém území EU, není už poté nutno dalších posouzení. V neharmonizované sféře je uplatnitelný tzv. institut vzájemného uznávání. Toto v praxi znamená, že pokud by se vaše podnikání zaměřilo na obchod se zbožím z jiného členského státu a chcete ho exportovat do České republiky, stačí jen vydání vzájemného uznání. Takový produkt už musí ze své podstaty splňovat normy výroby platné v celé Evropské unii.[40]

[38] Technické požadavky na výrobky – prohlášení o shodě, CE, atesty a certifikace. *IPodnikatel.cz* [online]. 2011 [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: http://www.ipodnikatel.cz/Ochrana-spotrebitele/technicke-pozadavky-na-vyrobky-prohlaseni-o-shode-ce-atesty-a-certifikace.html

[39] Kategorizace výrobku. *Uvádění výrobků na trh* [online]. [cit. 2015-04-16]. Dostupné z: http://uvadeni-vyrobku-na-trh.conversio.cz/uzitecne-informace/kategorizace-vyrobku

[40] Tentýž zdroj jako č. 35

U výrobků se můžeme také velmi často shledat s označením CE. Toto označení je zkratkou slov Conformité Européenne a označuje výrobek, který je ve shodě s normami Evropské unie a je tedy bezpečný a šetrný k životnímu prostředí. Označení CE je výrobku uděleno pouze za předpokladu posouzení shody, které musí provést výrobce tohoto zboží, pokud jej chce uvést na trh v rámci Evropské unie. Existuje také česká značka shody, ta se označuje zkratkou CCZ. Zkratka CCZ má možnost použití pouze na výrobky, na které se nevztahují směrnice EU. I zde však existuje nutnost, že výrobek musí splňovat technické požadavky, které jsou stanoveny ve všech nařízeních vlády. Při posouzení shody musí být také dodržen stanovený postup.[41]

3.6.4 Zákon č. 91/2016 Sb., kterým se mění zákon č. 22/1997 Sb.

Zákonem č. 91/2016 Sb. se mění zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky a o změně a doplnění některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony. Tento zákon (novela zákona) byl vypracován v návaznosti na zákon o posuzování shody stanovených výrobků při jejich uvádění na trh. Vzhledem k odlišnostem zásad Nového legislativního rámce od dřívější koncepce narušily předchozí novely do značné míry systematiku zákona č. 22/1997 Sb. Se zavedením samostatného právního rámce pro implementaci legislativy Evropské unie v oblasti technických požadavků na výrobky, vytvářené podle zásad Nového legislativního rámce (NLF — New legislative framework), bylo třeba odpovídající ustanovení vyjmout ze zákona č. 22/1997 Sb., aby nedocházelo k jejich duplikaci. Novelou zákona č. 22/1997 Sb. dále došlo ke zpřesnění některých ustanovení.[42]

Tento zákon je rozdělen na pět částí. Pro tuto práci je důležitá především část první.[43]

- ČÁST PRVNÍ - Změna zákona o technických požadavcích na výrobky
- ČÁST DRUHÁ - Změna živnostenského zákona
- ČÁST TŘETÍ - Změna zákona o hornické činnosti, výbušninách a o státní báňské správě

[41] §§ 11 - 13 zákona č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky
[42] Novela zákona č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2016 [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: https://www.mpo.cz/cz/podnikani/standardizace/novinky/novela-zakona-c--22-1997-sb---o-technickych-pozadavcich-na-vyrobky--171727/
[43] Zákon č. 91/2016 Sb., kterým se mění zákon č. 22/1997 Sb.

- ČÁST ČTVRTÁ - Změna stavebního zákona
- ČÁST PÁTÁ - Účinnost

3.6.5 Zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků

Tento zákon upravuje obecnou bezpečnost výrobků. Dle komentáře ministerstva průmyslu a ochodu jde o zákon, jehož účelem je v souladu s právem Evropských společenství zajistit, aby na trh či do oběhu uváděné výrobky byly z hlediska bezpečnosti a ochrany zdraví pro spotřebitele bezpečné. Tento zákon stanovuje povinnosti výrobcům, dovozcům a distributorům, a to ve vztahu k bezpečnosti výrobků. Vymezuje také orgány, které vykonávají dozor a kontrolu nad dodržováním zákona. Stanoví také postup při kontrole bezpečnosti výrobků na hranicích a vymezuje základní právní rámec pro fungování evropského informačního systému RAPEX, který se týká informací o výskytu nebezpečných nepotravinářských výrobků.[44]

Pro přehled je níže vypsán soubor paragrafů, které tvoří tento zákon. Dle něj můžeme vypozorovat minimálně hrubý rámec záběru zákona.[45]

- Předmět úpravy — § 1
- Výrobek — § 2
- Obecné požadavky na bezpečnost výrobku — § 3
- Průvodní dokumentace a označování výrobků — § 4
- Povinnosti osob při zajišťování bezpečnosti výrobku uváděného na trh a do oběhu — § 5
- Opatření orgánů veřejné správy — § 6
- Dozor — § 7
- Pokuty — § 8
- Oznamovací povinnost — § 9
- Ochrana trhu před nebezpečnými nebo nedostatečně označenými výrobky dováženými ze zemí, které nejsou členy Evropských společenství — zvláštní

[44] Zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2013 [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: https://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/pravni-predpisy-pro-ochranu-spotrebitele/zakon-c--102-2001-sb---o-obecne-bezpecnosti-vyrobku-a-o-zmene-nekterych-zakonu--ve-zneni-pozdejsich-predpisu--6802/

[45] Zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků

požadavky na bezpečnost dovážených výrobků, úkoly a oprávnění celních orgánů a orgánů dozoru, informační povinnosti — §§ 11 — 12

- Zmocnění k vydání prováděcích nařízení ke stanovení podrobností týkajících se bezpečnosti výrobků nebo činností s jejich bezpečností souvisejících — § 12a

3.6.6 Zákon č. 180/2016 Sb., kterým se mění zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích

Tato novela zákona mění některé ustanovení původního zákona o potravinách a tabákových výrobcích. Prostřednictvím této novely je dosaženo zvýšení ochrany spotřebitele a jeho informovanosti jak v oblasti tabákových výrobků a výrobků souvisejících s tabákovými výrobky, tak v oblasti potravin.

Co se týče tabákových a dalších souvisejících výrobků, novela je z velké části projevem transpozice evropské směrnice 2014/40/EU. Ta má, kromě odstranění rozdílných požadavků v právních předpisech členských států pokud jde o uvádění na trh tabákových a souvisejících výrobků, především zajistit co možná nejvyšší úroveň ochrany veřejného zdraví a omezit rozšiřování kuřáctví mezi mladými lidmi.[46]

V oblasti potravin přináší novela úpravy týkající se upřesnění povinností provozovatelů potravinářských podniků. Přináší také upřesnění kompetencí mezi dozorovými orgány při výkonu dozoru nad dodržováním požadavků potravinového práva v potravinovém řetězci.[47]

Obsah této novely zákona je uveden níže, důležité jsou především články jedna a dvě.[48]

- Čl. I Zákon č. 110/1997 Sb.
- Čl. II Přechodná ustanovení
- Čl. III Zákon č. 146/2002 Sb.
- Čl. IV Zákon č. 40/1995 Sb.
- Čl. V Zákon č. 231/2001 Sb.

[46] Novela zákona o potravinách a tabákových výrobcích. *Právní prostor* [online]. 2016 [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: http://www.pravniprostor.cz/zmeny-v-legislative/vyslo-ve-sbirce-zakonu/novela-zakona-o-potravinach-a-tabakovych-vyrobcich
[47] Tamtéž (zdroj výše)
[48] Zákon č. 180/2016 Sb., kterým se mění zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích

- Čl. VI Zákon č. 132/2010 Sb.
- Čl. VII (1) Tento zákon nabývá účinnosti 90. dnem následujícím po dni jeho vyhlášení, s výjimkou ustanovení

3.6.7 Zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník

Trestní zákoník tvoří základní předpis trestního práva hmotného. Předpis také stanovuje, jaké chování je považování za trestné, či jak bude za toto chování pachatel potrestán. Trestní řád poté upravuje postup soudu či dalších orgánů, které jsou činné v trestním řízení (policie či státní zastupitelství).

Trestní zákoník se také věnuje z části nezákonnému jednání, které může vést k poškození spotřebitele. Důležitým faktorem je však obecné postavení a účel trestního zákoníku, ten penalizuje totiž pouze taková jednání, která dosahují určitého stupně závažnosti. Jde tedy o takové případy, ve kterých nedostačuje potrestání soukromoprávním, popř. správním deliktem. Jako příklady můžeme uvést šizení na jakosti, množství nebo hmotnosti zboží či zatajení podstatných vad na zboží. Pokud budeme brát pojem ochrana spotřebitele v širším pojetí, můžeme zahrnout do toho tématu také trestné činy v oblasti ochrany hospodářské soutěže, hlavní deliktem je zde porušení pravidel hospodářské soutěže.[49]

3.7 Instituce, které se zabývají ochranou spotřebitele

Zákonodárce v právních předpisech zavádí k zajištění ochrany spotřebitele kromě právních norem, které stanovují práva či povinnosti, také sankce a v neposlední řadě instituce. Tyto instituce by měly především bdít na dodržování nastavených právních norem, ale také mohou řídit a organizovat správu vybrané oblasti. Tyto instituce tak přestavují v tomto systému nástroj kontrolní, ale mohou představovat také pomyslnou pomocnou ruku spotřebitele, která může pomoci v realizaci legislativy. [50]

Instituce jsou v globálním pohledu na problematiku spotřebitelských práv velmi důležitou součástí, předurčují totiž chování celého systému ochrany spotřebitele.

[49] Zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník
[50] MATUSIKOVÁ, L. *Ochrana zájmů spotřebitele. Distanční studijní opora*.

3.7.1 Základní instituce státní

Tyto instituce mají zpravidla celostátní působnost. Mají tedy většinou k dispozici dostatek efektivních prostředků pro poskytnutí včasné nápravy. Níže jsou uvedeny ty nejdůležitější státní instituce.

3.7.1.1 Parlament České republiky

V České republice představuje Parlament vrcholný orgán, který zaručuje ochranu spotřebitele. Tomuto orgánu především náleží v České republice moc zákonodárná. Parlament je tvořen dvěma komorami, a to Poslaneckou sněmovnou a Senátem. Tyto komory schvalují (přijímají) také právní akty, a to především ve formě zákonů. Tyto zákony mohou mimo jiné souviset právě i s ochranou spotřebitele.[51]

3.7.1.2 Ministerstvo průmyslu a obchodu

Toto ministerstvo bylo zřízeno na základě zákona č. 474/1992 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky. Jako ústřední orgán státní správy působí v oblasti ochrany spotřebitele více než dvacet let, přesněji působí od roku 1992.

Ochrana spotřebitelů a především ochrana jejich zájmů je na ministerstvu průmyslu a obchodu svěřena především odboru ochrany spotřebitele. Tento odbor zjišťuje například bezpečnost produktů na českém trhu. Dalším úkolem tohoto odboru je také sjednocovat národní systém ochrany spotřebitele se systémem, který je platný v rámci Evropské unie.[52]

3.7.1.3 Veřejný ochránce práv - Ombudsman

Veřejný ochránce práv (Ombudsman) chrání osoby před jednáním úřadů a dalších institucí, a to v případě, že je jednání v rozporu s právem, jednání neodpovídá principům demokratického právního státu a dobré správy. Chrání také proti nečinnosti úřadů. Postava veřejného ochránce práv je řízena samostatným zákonem č. 349/1999 Sb., o veřejném ochránci práv. Veřejný ochránce práv je dle tohoto zákona volen Poslaneckou sněmovnou, a to na šestileté funkční období.[53]

[51] Zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky
[52] *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: http://www.mpo
[53] Zákon č. 349/1999 Sb., o veřejném ochránci práv

Mezi jeho činnosti patří také systematické a preventivní návštěvy míst, kde mohou být lidé omezováni na svobodě. Tímto způsobem usiluje o respektování jejich základních práv. Ochránce rovněž přispívá k prosazování práva na rovné zacházení a ochraně před diskriminací. Ombudsman však nedisponuje právem rušit či měnit rozhodnutí státní správy. Může pouze vyzvat orgán k nápravě, pokud svým šetřením zjistí pochybení. Případně může také na tyto nedostatky upozornit orgán nadřízený.[54]

3.7.2 Státní dozorové organizace

Nad povinnostmi stanovenými v zákoně o ochraně spotřebitele vykonává kontrolní činnost několik orgánů státního dozoru. Tyto organizace spadají pod gesci Ministerstva průmyslu a obchodu, Ministerstva zemědělství, Ministerstva zdravotnictví, Ministerstva financí a Ministerstva vnitra. Níže jsou uvedené některé významné organizace.

3.7.2.1 Česká obchodní inspekce (ČOI)[55]

Tento orgán státní správy je podřízen Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR. Ministr průmyslu a obchodu jmenuje ústředního ředitele ČOI. Česká obchodní inspekce je ustanovena zákonem č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci. Je tak nástupcem dřívější organizace s názvem Státní obchodní inspekce. ČOI je členěna na ústřední inspektorát a dále na podřízené inspektoráty se sídly v krajských městech.

Úkolem České obchodní inspekce je kontrola a dozor právnických a fyzických osoby, které prodávají či dodávají výrobky a zboží na vnitřní trh, poskytují služby nebo vyvíjejí jinou podobnou činnost na vnitřním trhu, poskytují spotřebitelský úvěr nebo provozují tržiště (tržnice), pokud podle některého zvláštního právního předpisu nevykonává tento dozor jiný správní úřad.

ČOI kontroluje zejména následující:

- dodržován stanovených podmínek k zabezpečení jakosti zboží nebo výrobků (kromě potravin) včetně jejich zdravotní nezávadnosti, podmínek pro skladování a dopravu;

[54] Působnost veřejného ochránce práv. *Veřejný ochránce práv* [online]. [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: http://www.ochrance.cz/pusobnost-verejneho-ochrance-prav/

[55] Působnost úřadu. *Česká obchodní inspekce* [online]. [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: http://www.coi.cz/cz/o-coi/pusobnosturadu/ (pozn. autora – celá kapitola 3.7.2.1)

- používání ověřených měřidel (pokud ověření podléhají), a zda používaná měřidla odpovídají příslušným předpisům, technickým normám či patřičnému schválení;
- dodržování podmínek stanovených právními a jinými příslušnými předpisy pro poskytování určitých služeb a provozování některých specifických činností;
- kontrola výrobků při uvedení na trh a zda byly tyto výrobky opatřeny náležitým povinným označením, popřípadě zda k nim byl vydán či přiložen předepsaný certifikát, zda vlastnosti stanovených výrobků uvedených na trh odpovídají příslušným technickým požadavkům a podobně;
- zda jsou výrobky uváděné na trh bezpečné;
- dodržení povinností stanovených právními předpisy při sjednávání spotřebitelského úvěru (pokud dozor v daném případě nevykonává Česká národní banka).

ČOI vykonává dozor v souladu se zákony (ve vymezeném rozsahu):

- č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci,
- č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele,
- č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky,
- č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků,
- č. 477/2001 Sb., o obalech,
- č. 201/2012 Sb., o ochraně ovzduší,
- č. 311/2006 Sb., o pohonných hmotách,
- č. 379/2005 Sb., o opatřeních k ochraně před škodami působenými tabákovými výrobky, alkoholem a jinými návykovými látkami,
- č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních,
- č. 145/2010 Sb., o spotřebitelském úvěru,
- č. 189/1999 Sb., o nouzových zásobách ropy,
- č. 253/2008 Sb., o některých opatřeních proti legalizaci výnosů z trestné činnosti a financování terorismu,
- č. 56/2001 Sb., o podmínkách provozu vozidel na pozemních komunikacích,

- č. 247/2006 Sb., o omezení provozu zastaváren a některých jiných provozoven v noční době,
- č. 185/2001 Sb., o odpadech,
- č. 73/2012 Sb., o látkách, které poškozují ozonovou vrstvu, a o fluorovaných skleníkových plynech,
- č. 226/2013 Sb., o uvádění dřeva a dřevařských výrobků na trh,
- č. 307/2013 Sb., o povinném značení lihu,
- č. 156/2000 Sb., o ověřování střelných zbraní, střeliva a pyrotechnických předmětů a o zacházení s některými pyrotechnickými výrobky,
- č. 255/2012 Sb., o kontrole (kontrolní řád).

Česká obchodní inspekce může ukládat v některých případech také sankce. Při shledání porušení uvedených zákonů může Česká obchodní inspekce v některých případech uložit kontrolovanému subjektu pokutu až do výše 50 milionů Kč. Za méně závažná porušení zákona může na místě kontrolované osobě udělit blokovou pokutu do 5000 Kč (i fyzickým osobám prodávajícím produkty z vlastní drobné chovatelské či pěstitelské činnosti anebo lesní plodiny).

3.7.2.2 Česká národní banka (ČNB)[56]

Dle zákona č. 6/1993 Sb., o České národní bance je Česká národní banka orgánem dohledu v oblasti dodržování pravidel ochrany spotřebitele na finančním trhu vybranými subjekty.

ČNB vykonává tento dohled v rámci dodržování těchto pravidel:

- Dodržování zákazu používání nekalých obchodních praktik. Ty jsou definovány v zákoně na ochranu spotřebitele, to přesněji v paragrafu čtyři.
- Dodržování zákazu diskriminace spotřebitele. Podle zákona o ochraně spotřebitele nesmí prodávající při poskytování služeb spotřebitele diskriminovat.
- Dodržování povinností a pravidel pro informování o ceně služeb a způsobu jejich stanovení. Prodávající je povinen informovat v souladu s cenovými

[56] Ochrana spotřebitele. *Česká národní banka* [online]. [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: https://www.cnb.cz/cs/spotrebitel/ochrana_spotrebitele/ (pozn. autora – celá kapitola 3.7.2.2)

předpisy spotřebitele o ceně poskytovaných služeb nebo informaci o ceně služeb jinak vhodně zpřístupnit.

- Dodržování povinností stanovených občanským zákoníkem pro uzavírání smluv o finančních službách, jedná se povinnosti spojené se smlouvami uzavíranými na dálku (telefon, fax, e-mail či internet). Pro spotřebitele je tento způsob pohodlný. Má však na druhou stanu omezené možnosti získat informace proti jednání s poskytovatelem finanční služby. Proto občanský zákoník stanoví podrobně rozsah informací, které musí být povinně poskytnuty.
- Dodržování informačních povinností ze strany poskytovatelů platebních služeb. Podle zákona o platebním styku musí poskytovatelé platebních služeb (například banky) plnit různé informační povinnosti, a to zejména před uzavření rámcové smlouvy o platebních službách (například smlouvy o vedení účtu).
- Dodržování povinností stanovených zákonem o spotřebitelském úvěru. Při nabízení a poskytování spotřebitelského úvěru musí zprostředkovatelé a poskytovatelé takových úvěrů dodržovat celou řadu povinností stanovených zákonem.

ČNB však může dohled nad ochranou spotřebitele vykonávat pouze u subjektů, u kterých je povinna tento dohled vykonávat dle zákona o ČNB. Mezi tyto subjekty patří banky a pobočky zahraničních bank, spořitelní a úvěrní družstva, obchodníci s cennými papíry, investiční zprostředkovatelé, pojišťovny, penzijní fondy, pojišťovací zprostředkovatelé, samostatní likvidátoři pojistných událostí, směnárny a některé další finanční instituce.

3.7.2.3 Český telekomunikační úřad

Tento úřad byl zřízen na základě zákona č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích a o změně některých souvisejících zákonů, a to ke dni 1. května 2005. Působí jako ústřední správní úřad pro výkon státní správy ve věcech stanovených

zákonem, kam spadá zejména regulace trhu a stanovování podmínek pro podnikání v oblasti elektronických komunikací a poštovních služeb.[57]

Tento úřad je nynějším nástupcem Českého telekomunikačního úřadu, který byl zřízen jako samostatný správní úřad zákonem č. 151/2000 Sb., o telekomunikacích a o změně dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů ke dni 1. července 2000.[58]

Působnost Českého telekomunikačního úřadu je dána zejména:[59]

- zákonem č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o elektronických komunikacích), ve znění pozdějších předpisů,
- zákonem č. 29/2000 Sb., o poštovních službách a o změně některých zákonů (zákon o poštovních službách), ve znění pozdějších předpisů,
- zákonem č. 206/2005 Sb., o ochraně některých služeb v oblasti rozhlasového a televizního vysílání a služeb informační společnosti, ve znění zákona č. 281/2009 Sb.,
- zákonem č. 69/2006 Sb., o provádění mezinárodních sankcí, ve znění pozdějších předpisů,
- zákonem č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů.

Český telekomunikační úřad v rámci své působnosti mimo jiné prosazuje zájmy koncových uživatelů a to tím, že Úřad zajišťuje v souladu s ustanoveními uvedeného zákona vysokou úroveň ochrany spotřebitelů. ČTÚ například na svých internetových stránkách pravidelně zveřejňuje informace z oblasti služeb elektronických komunikace. Jedná se ve velké míře o informace z oblasti používání rádiových a koncových telekomunikačních zařízení s cílem poskytnout spotřebitelům dostatečnou informovanost. Díky těmto informací by se měli dokázat vyhnout rizikovým situacím, podvodnému jednání a nekalým obchodním praktikám v oblasti elektronických komunikací. Dále ČTÚ odkazuje i na další subjekty státní správy (především Českou obchodní inspekci) a další

[57] Úřad. *Český telekomunikační úřad* [online]. [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: https://www.ctu.cz/urad
[58] Tamtéž
[59] Působnost ČTÚ. *Český telekomunikační úřad* [online]. [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: https://www.ctu.cz/pusobnost-ctu

organizace, které se problematikou ochrany spotřebitele také zabývají. Tyto subjekty totiž také zveřejňují informace, které s problematikou ochrany spotřebitele služeb elektronických komunikací úzce souvisejí.[60]

3.7.2.4 Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI)

Jedná se o správní orgán, který je podřízen Ministerstvu zemědělství. Státní zemědělská a potravinářská inspekce je stanovena především zákonem č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci.

V rámci stanovených kompetencí kontroluje SZPI zemědělské výrobky, potraviny nebo tabákové výrobky. Od roku 2015 nově přibyla do kompetencí SZPI také kontrola reklamy a kontrola pokrmů v zařízeních společného stravování. Tyto kompetence se v rámci záběru SZPI vztahují na výrobu, uchování, přepravu i prodej (včetně dovozu).[61]

Účelem kontrol SZPI není pouhé monitorování situace na trhu. Inspekce provádí takzvanou cílenou kontrolu. Cílem těchto činností je ochrana ekonomických zájmů občanů i státu - ochrana spotřebitele před nebezpečnými potravinami, před potravinami, které jsou klamavě označené, dále s prošlým datem použitelnosti nebo neznámého původu. Nedílnou součástí cílené kontroly jsou podmínky výroby a prodeje. Všechny prováděné kontroly musí být také v naprostém souladu s principy, které jsou uplatňovány v zemích Evropské unie.[62]

Při nedodržení povinností vyplívajících z právních předpisů může SZPI uložit také peněžitou pokutu. Tato pokuta může být ve výši až 1 milion korun, a to při prvním porušení povinností. Pokud se daný prohřešek u subjektu opakuje, může se pokuta vyšplhat až na hodnotu 3 milionů korun. Další forma postihuje je také možnost, že SZPI zakáže uvedení daného výrobku (např. potraviny) na trh.

[60] Ochrana spotřebitele. *Český telekomunikační úřad* [online]. [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: http://www.ctu.cz/ochrana-spotrebitele
[61] Kontrolní činnost SZPI. *SZPI* [online]. [cit. 2017-05-1]. Dostupné z: http://www.szpi.gov.cz/clanek/kontrolni-cinnost-szpi.aspx
[62] Tamtéž

3.7.2.5 Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS)

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže byl zřízen s účinností od 11. října 1996. Zřízen byl na základě zákona č. 273/1996 Sb., kterým byla stanovena jeho působnost jako ústředního orgánu státní správy České republiky. Úřad má za úkol vytvářet podmínky pro podporu a ochranu hospodářské soutěže. Dále také vykonává dohled při zadávání veřejných zakázek a vykonává další působnosti stanovené zvláštními zákony. Pravomoci úřadu jsou uplatnitelné v oblasti ochrany hospodářské soutěže, dohledu nad zadáváním veřejných zakázek, monitoringu a koordinace veřejné podpory, kontroly zneužití významné tržní síly a vykonává působnost vyplývající ze zákona č. 284/2009 Sb., o platebním styku. Sídlo úřadu je v Brně.

ÚOHS je jedním z ústředních orgánů státní správy. Úřad je tak zcela nezávislý ve své rozhodovací činnosti. V čele ÚOHS je předseda, kterého jmenuje na návrh vlády prezident republiky. Funkční období předsedy je 6 let a do této funkce může být jedinec jmenován pouze na dvě funkční období. Předseda Úřadu nesmí být členem žádné politické strany nebo politického hnutí. Současným předsedou Úřadu je od 9. července 2009 Ing. Petr Rafaj. Prezidentem byl totiž předseda Rafaj jmenován již opakovaně, druhý šestiletý mandát mu běží od roku 2015.[63]

Pokutu může ÚOHS uložit v rozmezí do 10,000.000,- Kč nebo do 10 % čistého obratu za poslední ukončené účetní období příslušného soutěžitele, a to podle toho, která částka je vyšší. Znamená to, že je-li ukládána pokuta ve výši převyšující 10,000.000,- Kč, nesmí současně překročit 10 % čistého obratu pokutovaného soutěžitele, a naopak – překračuje-li 10 % obratu, nesmí zároveň překročit částku 10,000.000,- Kč.[64]
Jednou z nejvýznamnějších priorit úřadu je také zajištění transparentnosti rozhodovací činnosti Úřadu. Porto jsou všechna pravomocná rozhodnutí zveřejňována všech ve Sbírkách rozhodnutí a na internetových stránkách (www.compet.cz).

[63] Historie úřadu. *ÚOHS* [online]. [cit. 2017-05-1]. Dostupné z: https://www.uohs.cz/cs/o-uradu/historie-uradu.html
[64] Zásady postupu Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže při stanovování výše pokut podle § 22 odst. 2 zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, v platném znění

3.7.3 Občanské organizace

Řadíme do této kategorie dobrovolné a neziskové organizace nebo spolky, jejichž cílem je informování spotřebitele o možném riziku nekalých praktik a podvodných aktivit, které se na trhu vyskytují. Další významnou úlohu poté často tyto organizace představují již v samotném řešení těchto situací, do kterých se spotřebitel může nekalou činností podnikatele dostat. Tyto organizace většinou přicházejí na řadu v případě, že veřejné instituce nezafungují v takové míře, jaké by pravděpodobně měly. Úloha těchto organizací je však velmi omezená, nedisponují totiž nástroji pro vydávání vlastních rozhodnutí při sporech spotřebitelů a podnikatelů. Často se jejich síla skrývá spíše v reprezentování zájmu velkého množství spotřebitelů, kteří řeší v rámci spotřebitelských práv podobný problém. Níže jsou poté uvedeny příklad těchto organizací, na které odkazuje například samo ministerstvo průmyslu a obchodu.

3.7.3.1 Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace, z.s. (SOS – Asociace)[65]

Jedná se o nestátní neziskovou organizaci. Ta byla založená za účelem pomáhat spotřebitelům a prosazovat jejich práva. Bezplatně tak pomáhá spotřebitelům již od roku 2009. Působnost organizace se postupem času rozšířila i do dalších krajů a v současné době nabízí pomoc spotřebitelům z celé České republiky.

Mezi hlavní oblasti pomoci patří:

- problémy s reklamací;
- odstoupení od smlouvy;
- nárok na vrácení poštovného;
- problémy s předváděcí akcí, podomním či pouličním prodejem nebo s nákupy přes internet;
- věc zhotovená na zakázku, neodpovídá smlouvě;
- dozorové orgány a víte, kdy se na ně obracet.

V rámci organizace fungují vyjma hlavní poradenské činnosti také pracovní skupiny specializované na různé oblasti spotřebitelského práva (obuv a oblečení, potraviny a

[65] O nás. *Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace* [online]. [cit. 2017-05-1]. Dostupné z: https://www.asociace-sos.cz/o-nas-2/

zdraví, bydlení, telekomunikace, exekuce a insolvence, cestovní ruch, dětské zboží, finance). Ty se poté například také podílí na připomínkování zákonů a spolupracují s dozorovými orgány.

3.7.3.2 Sdružení českých spotřebitelů (SČS)[66]

Jedná se o nejdéle působící nevládní organizaci v oblasti ochrany spotřebitelských zájmů v rámci České republiky. Sdružení českých spotřebitelů bylo založeno jako občanské sdružení v roce 1990. K 1. červenci 2014 se v souladu s novým občanským zákoníkem transformovalo SČS na zapsaný ústav, což je nová právní forma pro nevládní organizaci poskytující obecně prospěšné služby.

V srpnu roku 2016 bylo Sdružení českých spotřebitelů pověřeno Ministerstvem průmyslu a obchodu mimosoudním řešením spotřebitelských sporů. Tento krok dal této nestátní organizaci další nástroj, který může sloužit k napomáhání spotřebitelům dosahovat na jejich práva. SČS se také aktivně účastní konzultací k případným novým podobám zákona o ochraně spotřebitele.

3.7.3.3 dTest, o.p.s.[67]

dTest je nestátní nezisková organizace, která bal založena v roce 1992 pod názvem Občanské sdružení spotřebitelů TEST. Organizace se v počátcích věnovala vydávání měsíčníku TEST s testy výrobků a služeb. Nyní vydává časopis dTest, jehož název v současné době reprezentuje celou organizaci a je mnohem více než jen časopis s testy. Organizace nyní již nabízí spotřebitelům komplexní servis, který pomáhá v orientaci při nákupu výrobků, výběru poskytovatelů služeb a při uplatňování spotřebitelských práv. Tato organizace své testy uplatňuje v mnoha směrech také v médiích, jako příklad lze uvést spolupráci s významnou internetovou televizí stream.cz, kde jsou v rámci pořadu A DOST! sdělovány výsledky jejich testů.

[66] SČS úvod. *Sdružení českých spotřebitelů* [online]. [cit. 2017-05-1]. Dostupné z: http://www.konzument.cz/index.php
[67] Kdo jsme?. *dTest, o.p.s.* [online]. [cit. 2017-05-1]. Dostupné z: https://www.dtest.cz/clanek-5202/o-dtestu

Organizace také vede a neustále aktualizuje seznam nebezpečných výrobků, v současné době obsahuje již více než 14 000 nebezpečných výrobků, které ohrožovaly zdraví dětí i dospělých.

Organizace má za sebou úspěšnou kampaň z toku 2016. Jednalo se o takzvanou aukci dodavatelů energií, která spotřebitelům měla pomoci vybrat výhodnějšího dodavatele energií. V rámci kampaně s názvem „Chci výhodnější energie" našlo více než 22 000 spotřebitelů levnějšího dodavatele energie. Během prvního roku ušetřili spotřebitelé podle informací organizace bezmála 170 milionů korun.

3.7.4 Základní instituce a organizace v rámci Evropské unie

Evropské instituce mají za úkol hájit obecné nebo konkrétní zájmy spotřebitelů, ale v měřítku nadnárodním. Pobočky těchto institucí se poté nachází v jednotlivých členských zemích, to usnadňuje spotřebiteli možnost se na ně obrátit.

Účelem spotřebitelské politiky dle Evropské unie je:[68]

- chránit spotřebitele před riziky a hrozbami
- umožnit spotřebitelům nákup na základě dostatečných, přesných a komplexních informací
- zabezpečení dodržování a vymahatelnosti práv spotřebitelů a poskytování efektivního řešení konfliktů s prodejci
- aktualizace práv spotřebitelů v návaznosti na hospodářské a sociální změny

Mezi základní orgány Evropské unie patří základní instituce, spotřebitelské organizace a ostatní organizace/asociace:[69]

1. Základní instituce: Evropská komise, Rada EU, Evropský parlament
- navrhují, formulují a schvalují koncepční a legislativní materiály s unijní působností
2. Spotřebitelské organizace: BEUC, ANEC, EURO COOP

[68] *Politiky Evropské Unie* [online]. 2014 [cit. 2017-05-01]. ISSN 978-92-79-41775-7. Dostupné z:http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/cs/consumer_cs.pdf

[69] Institucionální zabezpečení v oblasti ochrany spotřebitele. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2006 [cit. 2017-05-01]. Dostupné z: http://www.mpo.cz/dokument9115.html

- hájí zájmy evropských spotřebitelů, a to obecně nebo se zaměřením na konkrétní oblast spotřebitelských zájmů; jsou významným konzultačním místem při přípravě dokumentů EU

3. Ostatní: Evropská spotřebitelská poradní skupina (ECCG), Evropská agentura pro léčiva (EMEA), Evropský úřad pro bezpečnost potravin (EFSA), CEN, CENELEC

4 Vlastní práce

Tato část práce je částí převážně analytickou. Zabývá se problematikou znalostí ze stran spotřebitelů ohledně práv a povinností, které upravují jejich styk s prodejci. Vlastní práce je zaměřena nejen na analýzu povědomí spotřebitelů, ale sběr dat v rámci zkušeností, které spotřebitelé získali u tří předních internetových obchodů, které působí na trhu v České republice. Občanský zákoník řeší v obvyklých případech zvlášť zboží pořízené na dálku a zvlášť kamenné obchody. V této části se práce zaměřuje především na otázku možnosti odstoupení od smlouvy ze strany spotřebitele a zkušenostmi ohledně reklamací. Další faktorem je také míra ovlivnění chování spotřebitele přístupem prodejce v oblasti dodržování zákonem stanovených práv spotřebitele.

4.1 Dotazníkové šetření - popis

Pro získání potřebných dat bylo zvoleno dotazníkové šetření. To je rozděleno do dvou bloků. První blok otázek se týká především tří předních internetových obchodů, kterými jsou Alza.cz, Mall.cz a CZC.cz. Tyto obchody byly vybrány z důvodu podobného zaměření a úspěšnosti na českém trhu. U těchto obchodů bude na základě odpovědí respondentů (spotřebitelů) provedena analýza souvislosti úspěšnosti společnosti v návaznosti na pozitivní či negativní zkušenosti spotřebitelů v rámci uplatňování spotřebitelských práv.

Druhý blok je poté zaměřen na získání informací ohledně povědomí spotřebitelů ohledně jejich práv a povinností ve vztahu k internetovým obchodům.

Respondenti jsou rozděleni do 4 věkových skupin ve věku 18 – 26 let, 26 -34 let, 34 – 42 let a 42 let a více.

4.1.1 Alza.cz, a.s.

Společnost Alza.cz, a.s. je internetovým obchodem působícím na trhu v České republice. Jedná se o jednoho z největších on-line obchodníků se spotřební elektronikou ale také v kategoriích hračky, sport, hobby, media a zábava, parfémy, hodinky a drogerie. V České republice a na Slovensku provozuje stejnojmennou síť kamenných poboček, které však fungují především jako výdejní místa.

Společnost byla založena v roce 1994. Založil ji Aleš Zavoral pod názvem Alzasoft. S názvem Alza.cz působí společnost v České republice a na Slovensku od roku 2014. Působí také ještě v dalších 26 zemích v rámci Evropské unie. Společnost měla v roce 2016 celkem 43 poboček a 52 AlzaBoxů. Kamenné prodejny/výdejny (showroomy) má v Praze a v Bratislavě. Společnost Alza.cz byla například v letech 2008 až 2015 největším internetovým obchodem v České republice a její roční obrat byl v roce 2015 asi 14,3 mld. korun. V roce 2016 poté obrat činil 17,4 mld. korun. Nyní je vlastněna skupinou investorů, kteří ji ovládají přes holdingovou společnost L.S. Investments Limited.[70]

Na konci roku 2016 společnost Alza.cz oznámila překonání hned dvou historických rekordů. Prvním rekordem bylo překročení miliardové tržby za jediný týden. Druhým byl poté denní nákupní rekord ve výši 200 milionů korun.[71]

4.1.2 Internet Mall, a.s.

Společnost působí na trhu v České republice jako internetový obchod pod značkou Mall.cz. Provozuje také kamenné prodejny (výdejny). Internet Mall je dceřinou firmou nizozemské společnosti Netretail Holding B.V.. Tuto společnost koupila v říjnu roku 2015 česká investiční skupina Rockaway. Skupina Rockaway ovládá například také srovnávač cen Heureka.cz. Společnost Internet Mall, a.s. (dříve bilezbozi.cz, s.r.o.) byla založena v roce 2000. Od této doby společnost Internet Mall působí v České republice. V rámci Evropské unie můžeme společnost zaznamenat také na trhu v Německu, Polsku, Maďarsku a na Slovensku.[72]

[70] O společnosti - Historie a současnost. *Alza.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-10-01]. Dostupné z: https://www.alza.cz/historie-a-soucasnost-art141.htm
[71] O společnosti - článek rekordy. *Alza.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-10-01]. Dostupné z: https://www.alza.cz/historie-a-soucasnost-art141.htm
[72] Historie. *Mall.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-10-01]. Dostupné z: https://www.mall.cz/historie

Internetový obchod Mall.cz vykázal ve finančním roce 2014/2015 tržby o 29 procent na 6,1 miliardy korun. Internetový obchod se propadl do ztráty 131,5 milionu korun. V předchozím účetním období vydělal 9,5 milionu korun.[73]

4.1.3 CZC.cz, s.r.o.

Czech Computer je obchodní značka společnosti CZC.cz, s.r.o.. Tato společnost provozuje internetový obchod s počítači a elektronikou a síť výdejen a showroomů. Společnost byla založena v roce 1998 manželi Josefem a Ivonou Matějkovými. Czech Computer působí výhradně v České republice, centrála společnosti je v Příbrami.

Internetový obchod získal v letech 2015 a 2016 ocenění MasterCard Obchodník s elektronikou roku. Společnost má v rámci České republiky přes 50 poboček, které slouží především jako výdejny a showroomy. Společnost CZC patří s obratem 1,75 mld. Kč za rok 2013 k předním internetovým obchodům v ČR. Prodává přes 40 000 druhů produktů od notebooků přes mobilní telefony až po IT speciality. V roce 2014 poté její obrat činil 2,4 mld. korun.[74]

4.2 Dotazníkové šetření – otázky

Níže jsou vypsané otázky a možnostmi odpovědí, mezi kterými mohli respondenti volit. Ke každé z otázek je také interpretován důvod, proč byla do dotazníkového šetření zařazena.

1) Do jaké věkové skupiny patříte?

18 – 26 let

27 - 34 let

35 - 42 let

43 let a více

[73] Internetový prodejce Mall.cz se propadl do ztráty 132 milionů. Tržby mu naopak vzrostly o třetinu. *Hospodářské noviny* [online]. 2017 [cit. 2017-10-01]. Dostupné z: https://byznys.ihned.cz/c1-65572430-internetovy-prodejce-mall-cz-se-propadl-do-ztraty-132-milionu-trzby-mu-naopak-vzrostly-o-tretinu

[74] O nás – historie společnosti. *CZC.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-10-01]. Dostupné z: https://www.czc.cz/o-nas/clanek

Komentář:

Tato otázka rozděluje respondenty do několika věkových kategorií. Zaručuje tak při vyhodnocení šetření vyjádřit poměr věkových skupin mezi respondenty.

2) Vyberte z uvedených společností tu, se kterou máte při nákupu zboží největší zkušenosti. (Blok 1)

Alza.cz

CZC.cz

Mall.cz

žádná

Komentář:

Rozděluje dotazované do několika skupin, které jsou vázané na konkrétní vybraný subjekt. Pokud nemá respondent zkušenost se žádným z uvedených subjektů, je odkázán na otázku číslo 8).

3a) Kolikrát ročně nakoupíte u Alza.cz? (Blok 1)

1x

2x

3x

4x

5x a více

3b) Kolikrát ročně nakoupíte u Mall.cz? (Blok 1)

1x

2x

3x

4x

5x a více

3c) Kolikrát ročně nakoupíte u CZC.cz? (Blok 1)

1x

2x

3x

4x

5x a více

Komentář:

Vymezuje četnost nákupů ze strany respondentů u daných subjektů. Získaná data slouží pro porovnání jednotlivých internetových obchodů v souvislosti s jejich skutečným podílem na trhu.

4) Vyberte z uvedených společností tu, u které máte zkušenost s uplatněním práva spotřebitele (reklamace, vrácení zboží). (Blok 1)

Alza.cz

Mall.cz

CZC.cz

žádná

Komentář:

Zaměření dotazníkového šetření je cíleno na spotřebitelská práva a jejich uplatnění. Poskytnuté odpovědi umožňují kvantifikovat četnost uplatnění těchto práv u jednotlivých subjektů. Určuje také, která z následných otázek bude respondentovi položena.

5a) Kolik takových zkušeností u společnosti Alza.cz máte? (Blok 1)

1

2

3

4 a více

5b) Kolik takových zkušeností u společnosti Mall.cz máte? (Blok 1)

1

2

3

4 a více

5c) Kolik takových zkušeností u společnosti CZC.cz máte? (Blok 1)

1

2

3

4 a více

Komentář:

Na základě odpovědi na otázku číslo 4) bude respondentovi položena jedna výše uvedených otázek, a to na základě daného subjektu, který zvolil v předchozí odpovědi.

6a) Byla tato zkušenost u Alza.cz některá z níže uvedených? Pokud ano, jaká to byla? (Blok 1)

reklamace v záruční době

vrácení zboží ve 14 denní lhůtě (odstoupení od smlouvy)

vrácení zboží po 14 denní lhůtě (odstoupení od smlouvy)

žádná z uvedených

6b) Byla tato zkušenost u Mall.cz některá z níže uvedených? Pokud ano, jaká to byla? (Blok 1)

reklamace v záruční době

vrácení zboží ve 14 denní lhůtě (odstoupení od smlouvy)

vrácení zboží po 14 denní lhůtě (odstoupení od smlouvy)

žádná z uvedených

6c) Byla tato zkušenost u CZC.cz některá z níže uvedených? Pokud ano, jaká to byla? (Blok 1)

reklamace v záruční době

vrácení zboží ve 14 denní lhůtě (odstoupení od smlouvy)

vrácení zboží po 14 denní lhůtě (odstoupení od smlouvy)

žádná z uvedených

Komentář:

Respondent odpovídá na otázku o subjektu na trhu, který vybral v předchozích souvisejících odpovědích. Otázka selektuje respondenty do skupin dle zkušenosti s konkrétním uplatněním spotřebitelského práva. Pokud nemá dotazovaný zkušenost se žádnou z uvedených možností, bude mu položena až otázka číslo 8).

7a) Jak byste zhodnotil/a Vaši zkušenost u Alza.cz? Pokud jich máte více, vyberte prosím převažující názor. (Blok 1)

pozitivní

negativní

7b) Jak byste zhodnotil/a Vaši zkušenost u Mall.cz? Pokud jich máte více, vyberte prosím převažující názor. (Blok 1)

pozitivní

negativní

7c) Jak byste zhodnotil/a Vaši zkušenost u CZC.cz? Pokud jich máte více, vyberte prosím převažující názor. (Blok 1)

pozitivní

negativní

Komentář:

V této části šetření je hodnocena povaha zkušenosti respondentů s uplatněním práva spotřebitele u konkrétního subjektu. Znovu je dotazovanému položena otázka, která souvisí se subjektem, se kterým má dle předchozích odpovědí zkušenosti. Data umožňují porovnání subjektů v rámci spokojenosti spotřebitelů se jejich službami a přístupem k zákazníkovi.

8) Je pro Vás přístup prodejce v rámci ochrany práv spotřebitele důležitým preferenčním faktorem? (Blok 1)

ANO

NE

Komentář:

Otázka se zaměřuje na fakt, jakou měrou je mezi spotřebiteli v rámci šetření důležitý přístup prodejce v rámci ochrany spotřebitelských práv.

9) Odradila by Vás negativní zkušenost při reklamaci či vrácení zboží od dalšího nákupu u stejné společnosti? (Blok 1)

ANO

NE

Komentář:

Data získaná odpověďmi slouží ke zhodnocení významu přístupu prodejců v rámci uplatnění spotřebitelských práv v souvislosti s ochotou spotřebitele nakoupit opakovaně zboží či služby u daného subjektu.

10) Jste ochoten/na zaplatit ve Vámi ověřeném obchodě vyšší cenu, neboť pro Vás představuje záruku dodržování všech práv spotřebitele? (Blok 1)

ANO

NE

Komentář:

Některé internetové obchody nabízí nižší prodejní cenu zboží v porovnání s obchody, ve kterých je vrácení zboží či reklamace velmi jednoduchým procesem s převážně pozitivními zkušenostmi spotřebitelů. Respondenti mají rozhodnout, zda preferují nejnižší cenu či se ohlíží také na doplňkové služby prodejců a jsou v rámci zkušeností zaplatit i cenu vyšší.

11) Vyberte povinnost, kterou nemusí spotřebitel splnit při vrácení zboží ve 14 denní lhůtě. (Blok 2)

Lhůta platí pro zboží zakoupené na dálku.

Zboží musíte prodejci zaslat zpět nejpozději do 14 dnů od zaslání prohlášení o odstoupení od nákupu.

Zaslání nevyhovujícího zboží zpět nestačí, musíte o jeho vrácení informovat prodejce písemně, tedy písemně odstoupit od smlouvy.

Zboží musí být v každém případě v neporušeném (neotevřeném) originálním balení.

Komentář:

Otázka je položena dotazovaným s účelem zhodnotit povědomí respondentů o jejich povinnostech při vrácení zboží v zákonem dané 14 denní lhůtě při nákupu zboží na dálku.

12) Myslíte si, že má prodejce (internetový obchod) povinnost informovat spotřebitele o možnosti odstoupit od smlouvy? (Blok 2)

ANO

NE

Komentář:

Na základě odpovědí respondentů na výše uvedenou otázku bude určena míra povědomí o konkrétní povinnosti, kterou mají prodejci v rámci spotřebitelských práv.

13) Musí prodejce (internetový obchod) v případě odstoupení od smlouvy ve 14 denní lhůtě ze strany spotřebitele vrátit spotřebiteli také náklady na poštovné? (Blok 2)

ANO

NE

Komentář:

Otázka je položena z důvodu možnosti určit míru povědomí o konkrétní povinnosti, kterou mají prodejci při vrácení zboží v zákonem dané 14 denní lhůtě při nákupu zboží na dálku.

14) Musí prodejce (internetový obchod) spotřebiteli poskytnout vzorový formulář pro odstoupení od smlouvy? (Blok 2)

ANO

NE

Komentář:

Stejně jako některé předchozí otázky v rámci šetření je tento bod dotazníků zaměřen na získání dat v oblasti míry povědomí respondentů v rámci konkrétní povinnosti prodejců.

15) Pokud internetový obchod poskytuje vzorový formulář pro odstoupení od smlouvy, spotřebitel při odstoupení od smlouvy musí využít výhradně tohoto formuláře? (Blok 2)

ANO

NE

Komentář:

Tato otázka je položena v rámci šetření z důvodu, kterým je snaha o získání dat ohledně povědomí spotřebitelů v rámci jejich konkrétní povinnosti při uplatnění jejich práva vrácení zboží v zákonem dané 14 denní lhůtě při nákupu zboží na dálku.

5 Výsledky a diskuse

V rámci dotazníkového šetření odpovědělo celkem 114 respondentů, kteří reprezentují věkovou kategorii od osmnácti let výše. Jako první byla v dotazníkovém šetření respondentům položena otázka, do jaké věkové kategorie patří.

Na základě výsledků můžeme tento vzorek označit za reprezentativní, spektrum respondentů obsáhlo dostatečnou četnost napříč věkovými kategoriemi.

Převažuje zastoupení především nejnižší věkové kategorie od osmnácti do dvaceti šesti let. Tento fakt je však v rámci šetření přijatelný, neboť byl dotazník formován ve vztahu k internetovým obchodům. Služeb těchto společností využívají stále nejvíce mladší věkové kategorie. Je tedy velmi pravděpodobné, že disponují také největšími zkušenostmi v rámci tématu. Pro relevantnost šetření je však velmi důležité také četné zastoupení ostatních věkových kategorií.

Na základě výsledků je možné konstatovat, že toto šetření splňuje zásady relevantnosti výsledků ve vztahu k zastoupení jednotlivých věkových skupin.

Otázka 1

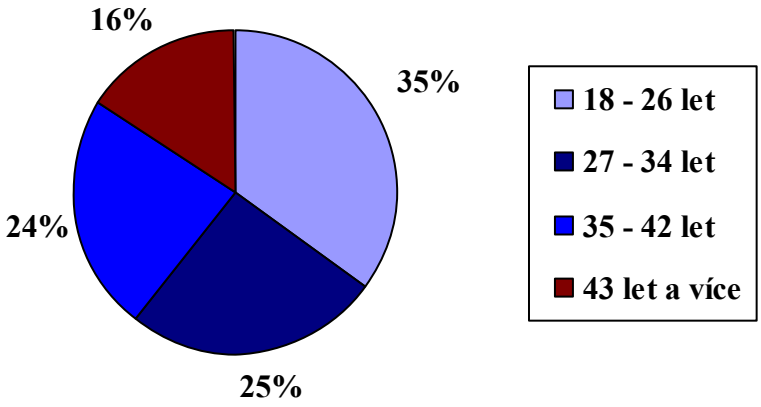
Do jaké věkové skupiny patříte?

18 – 26 let (40 osob)

27 - 34 let (29 osob)

35 - 42 let (27 osob)

43 let a více (18 osob)



Graf 1 – věkové skupiny
Zdroj: dotazníkové šetření, vlastní zpracování

5.1 Výsledky dotazníkového šetření – blok 1

Otázky a body v prvním bloku se týkají především tří předních internetových obchodů, kterými jsou Alza.cz, Mall.cz a CZC.cz. U těchto obchodů byly kladeny otázky, na základě kterých byla provedena analýza souvislosti úspěšnosti společnosti v návaznosti na pozitivní či negativní zkušenosti spotřebitelů v rámci uplatňování spotřebitelských práv.

Otázky jsou stavěny tak, že respondent vybírá jednu odpověď, která nejvíce vystihuje jeho zkušenost.

V rámci zhodnocení je u každého bodu dotazníku uveden výsledek šetření a rozebrána jeho interpretace v rámci problematiky, kterou se tato práce zabývá.

5.1.1 Otázka 2)

Znění otázky:

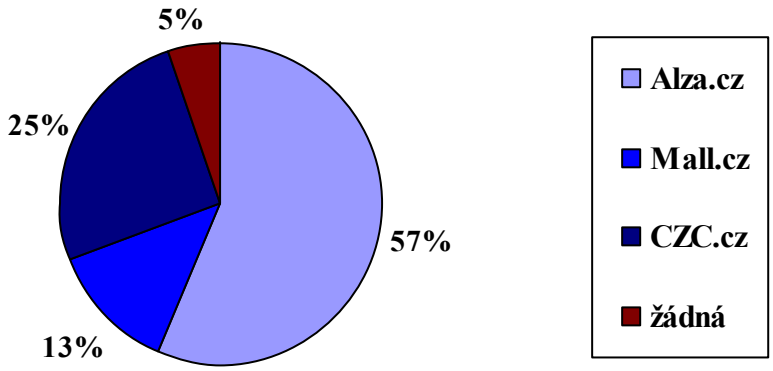
Vyberte z uvedených společností tu, se kterou máte při nákupu zboží největší zkušenosti.

Alza.cz (64 osob)

Mall.cz (15 osob)

CZC.cz (29 osob)

žádná (6 osob)



Graf 2 – podíl zkušeností s nákupem
Zdroj: dotazníkové šetření, vlastní zpracování

Komentář:

Výsledek šetření v rámci této otázky odpovídá předpokladům. Četnost zkušeností spotřebitelů ve vztahu k jednotlivým prodejcům volně kopíruje zastoupení těchto společností na tuzemském trhu. Na základě odpovědí jednotlivých respondentů je zřejmé, že v současné době je velmi rozšířené využívat služeb internetových obchodů. Na tento fakt ukazuje pouze pěti procentní zastoupení respondentů, kteří nemají zkušenost s nákupem v žádném ze zmíněných internetových obchodů.

5.1.2 Otázka 3a), 3b), 3c)

Znění otázky:

3a) Kolikrát ročně nakoupíte u Alza.cz?

1x (7 osob)

2x (22 osob)

3x (6 osob)

4x (3 osoby)

5x a více (26 osob)

3b) Kolikrát ročně nakoupíte u Mall.cz?

1x (6 osob)

2x (2 osoby)

3x (4 osoby)

4x (3 osoby)

5x a více (0 osob)

3c) Kolikrát ročně nakoupíte u CZC.cz?

1x (11 osob)

2x (4 osoby)

3x (5 osob)

4x (9 osob)

5x a více (0 osob)

Komentář:

Na základě výše uvedených výsledků můžeme dojít k závěru, že nejvíce opakovaně využívaným internetových obchodem mezi respondenty je Alza.cz. Jako jediný z obchodů je zákazníky využíván více než pětkrát ročně. Tento fakt je také zajisté podmíněn faktem, že Alza.cz poskytuje nejrozmanitější sortiment a je na trhu nejdéle. Další dva internetové obchody dle výsledků však také disponují opakovanými návštěvami.

5.1.3 Otázka 4)

Znění otázky:

Vyberte z uvedených společností tu, u které máte zkušenost s uplatněním práva spotřebitele (reklamace, vrácení zboží).

Alza.cz (30 osob)

Mall.cz (16 osob)

CZC.cz (15 osob)

žádná (47 osob)

Komentář:

Rozdělení respondentů mezi jednotlivé odpovědi odpovídá předpokladům toho průzkumu v rámci postavení vybraných subjektů na trhu. Společnost Alza.cz je tak evidentně nejvyužívanějším internetovým obchodem v ČR. V souvislosti s tímto faktem je také četnost zkušeností s uplatněním práva spotřebitele v případě tohoto obchodu největší. Současně lze z průzkumu vyvodit, že zhruba polovina respondentů má současně zkušenost s nákupem i řešením situace, který využívá práv spotřebitelů.

5.1.4 Otázka 5a), 5b), 5c)

Znění otázky:

5a) Kolik takových zkušeností u společnosti Alza.cz máte?

1 (10 osob)

2 (2 osoby)

3 (8 osob)

4 a více (10 osob)

5b) Kolik takových zkušeností u společnosti Mall.cz máte?

1 (4 osoby)

2 (8 osob)

3 (3 osoby)

4 a více (1 osoba)

5c) Kolik takových zkušeností u společnosti CZC.cz máte?

1 (10 osob)

2 (2 osoby)

3 (2 osoby)

4 a více (1 osoba)

Komentář:

Z výsledků v souvislosti s touto otázkou můžeme říci, že situace ohledně pasivního přístupu spotřebitelů se obrací v České republice k lepšímu. Lze tak soudit ze skutečnosti, že velká část spotřebitelů má dle dotazníkového šetření více než jednu zkušenost s uplatněním svých práv vůči obchodníkům (prodejcům). Nejvíce zkušeností mají dotazovaní v návaznosti na předchozí odpovědi s internetovým obchodem Alza.cz.

5.1.5 Otázka 6a), 6b), 6c)

Znění otázky:

6a) Byla tato zkušenost u Alza.cz některá z níže uvedených? Pokud ano, jaká to byla?

reklamace v záruční době (9 osob)

vrácení zboží ve 14 denní lhůtě; odstoupení od smlouvy (19 osob)

vrácení zboží po 14 denní lhůtě; odstoupení od smlouvy (2 osoby)

žádná z uvedených (0 osob)

6b) Byla tato zkušenost u Mall.cz některá z níže uvedených? Pokud ano, jaká to byla?

reklamace v záruční době (3 osoby)

vrácení zboží ve 14 denní lhůtě; odstoupení od smlouvy (9 osob)

vrácení zboží po 14 denní lhůtě; odstoupení od smlouvy (3 osoby)

žádná z uvedených (1 osoba)

6c) Byla tato zkušenost u CZC.cz některá z níže uvedených? Pokud ano, jaká to byla?

reklamace v záruční době (4 osoby)

vrácení zboží ve 14 denní lhůtě; odstoupení od smlouvy (10 osob)

vrácení zboží po 14 denní lhůtě; odstoupení od smlouvy (1 osoba)

žádná z uvedených (0 osob)

Komentář:

Respondenti mají na základě odpovědí největší zkušenosti s právem odstoupit od smlouvy ve lhůtě 14 dnů. Toto právo se vztahuje pouze na nákup na dálku. Výsledek lze interpretovat tak, že jde o nejvyužívanější právo spotřebitele v souvislosti s internetovými nákupy. Vybrané subjekty na trhu internetových obchodů všechny splňují podmínky o informování spotřebitele, které musí obchodník v souvislosti s možností odstoupení od smlouvy v této zákonné lhůtě.

5.1.6 Otázka 7a), 7b), 7c)

Znění otázky:

7a) Jak byste zhodnotil/a Vaši zkušenost u Alza.cz? Pokud jich máte více, vyberte prosím převažující názor.

pozitivní (21 osob)

negativní (9 osob)

7b) Jak byste zhodnotil/a Vaši zkušenost u Mall.cz? Pokud jich máte více, vyberte prosím převažující názor.

pozitivní (8 osob)

negativní (7 osob)

7c) Jak byste zhodnotil/a Vaši zkušenost u CZC.cz? Pokud jich máte více, vyberte prosím převažující názor.

pozitivní (3 osoby)

negativní (12 osob)

Komentář:

Nejpozitivnější hodnocení přístup k řešení situací zmíněných v předešlé otázce má dle odpovědí respondentů Alza.cz. Tento subjekt také drží prvenství mezi vybranými internetovými obchody v rámci postavení na trhu a ročních tržeb. Obecně lze říci, že čím více chce v dnešní době obchod vystupovat jako renomovaný a získat si tak důvěru spotřebitelů, musí dbát na dodržování práv spotřebitelů.

Naopak společnost CZC.cz je dle odpovědí v přístupu ke spotřebitelům velmi negativní. Výsledky doplňuje také skutečnost, že právě tato společnost je zatížena v současné době několika negativními kauzami, které mají za téma nekalé chování internetového obchodu vůči spotřebitelům v souvislosti s jejich právy.

Společnost Mall.cz se v rámci šetření drží v průměru mezi negativními a pozitivními zkušenostmi zákazníků. Obchod však velmi transparentně prezentuje například možnost odstoupení od smlouvy v zákonné lhůtě 14 dnů. Například v období Vánoc dokonce obchod z vlastní iniciativy tuto lhůtu prodlužuje.

5.1.7 Otázka 8)

Znění otázky:

8) Je pro Vás přístup prodejce v rámci ochrany práv spotřebitele důležitým preferenčním faktorem?

ANO (94 osob)

NE (20 osob)

Komentář:

Pro spotřebitele v České republice začíná být na základě průzkumu evidentně velmi důležité, jakým způsobem obchodníci staví ke spotřebitelským právům. V tomto smyslu odpovědělo přes 82 procent dotázaných. Napomáhá také přehlednost uvedených podmínek a dostupnost informací pro spotřebitele. V dnešním světě existuje spousta alternativních

obchodů, které jsou si navzájem konkurenty a poskytují nabídku velmi podobného spektra produktů. Spotřebitel má tak velmi svobodnou volbu v rozhodnutí se, služeb jakého konkrétního prodejce využije.

5.1.8 Otázka 9)

Znění otázky:

9) Odradila by Vás negativní zkušenost při reklamaci či vrácení zboží od dalšího nákupu u stejné společnosti?

ANO (89 osob)

NE (25 osob)

Komentář:

Celkem 78 procent respondentů by odradila negativní zkušenost od dalšího nákupu u dané společnosti. V návaznosti na komentář k předešlé otázce odpovědi spotřebitelů pouze potvrzují fakt, že dnešní trh nabízí spoustu alternativních možnosti, kterých mohou spotřebitelé využít. Zodpovědný přístup spotřebitelů v tomto ohledu také nepřímo napomáhá ke zkvalitnění situace na trhu obchodníků, které toto chování motivuje ke zodpovědnému a zákonnému přístupu k zákazníkovi.

5.1.9 Otázka 10)

Znění otázky:

10) Jste ochoten/na zaplatit ve Vámi ověřeném obchodě vyšší cenu, neboť pro Vás představuje záruku dodržování všech práv spotřebitele?

ANO (81 osob)

NE (33 osob)

Komentář:

Tato otázka je velmi důležitým ukazatelem v rámci přístupu spotřebitelů k trhu. Postupem času stále více přestává platit pravidlo, že spotřebitel volí vždy nejlevnější možnost pořízení daného statku. Spotřebitelé stále více hledí na kvalitu poskytovaný doplňkových služeb. Přístup spotřebitelů v tomto ohledu výrazně napomáhá zkvalitnění nabídky na trhu a přispívá k pozitivnímu konkurenčnímu boji.

5.2 Výsledky dotazníkového šetření – blok 2

Druhý blok otázek je zaměřen na získání informací o povědomí spotřebitelů ohledně jejich práv a povinností ve vztahu k internetovým obchodům. Otázky v tomto bloku jsou koncipovány tak, že vždy pouze jedna odpověď je správně. V komentáři je poté uvedeno, jaká odpověď to je. Popsán je také důvodu, proč tomu tak u konkrétní otázky je.

Šetření bylo zaměřeno na nejčastěji uplatňované práva spotřebitele, kterým je odstoupení od smlouvy. Šetření je zaměřeno na internetové obchody, jedná se tedy o případ zakoupení zboží na dálku, kdy spotřebitel může ve lhůtě 14 dnů odstoupit od smlouvy bez udání důvodu.

Nový občanský zákoník v tomto případě konkretizoval právo na odstoupení od smlouvy, která byla uzavřena prostřednictvím internetu. Konkrétně nyní § 1829 nového občanského zákoníku stanovuje, že spotřebitel má právo na odstoupení od smlouvy ve lhůtě čtrnácti dnů. Tato lhůta běží ode dne uzavření smlouvy. Jde-li o kupní smlouvu, ode dne převzetí zboží.[75]

Dalším právem spotřebitele je možnost uplatnit nárok na reklamaci zboží v zákonné lhůtě, která je stanovena na 24 měsíců. V případě, že se na zakoupeném zboží v záruční lhůtě vyskytne vada, může ji spotřebitel reklamovat. Pokud se nejdná o kaz, který vznikl běžným opotřebením, nesprávným použitím nebo jej spotřebitel zavinil sám. Reklamovat není možné také závadu, o které spotřebitel věděl již před koupí nebo na kterou dostal slevu.[76]

O možnosti reklamace musí prodejce spotřebitele informovat. Lhůta pro vyřízení reklamace je 30 dnů ode dne, který následuje po dni, kdy spotřebitel reklamaci podal. Toto datum lze doložit reklamačním protokolem.

[75] § 1815 zákona č. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
[76] § 620 zákona č. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

5.2.1 Otázka 11)

Znění otázky:

11) Vyberte povinnost, kterou nemusí spotřebitel splnit při vrácení zboží ve 14 denní lhůtě.

Lhůta platí pro zboží zakoupené na dálku. (26 osob)

Zboží musíte prodejci zaslat zpět nejpozději do 14 dnů od zaslání prohlášení o odstoupení od nákupu. (19 osob)

Zaslání nevyhovujícího zboží zpět nestačí, musíte o jeho vrácení informovat prodejce písemně, tedy písemně odstoupit od smlouvy. (25 osob)

Zboží musí být v každém případě v neporušeném (neotevřeném) originálním balení. (44 osob)

Komentář:

Pokud odstupujete od smlouvy a vracíte zboží prodejci, není pravda, že musí být v neporušeném (neotevřeném) originálním balení. Zboží tak můžete vyzkoušet, ale samozřejmě nesmí být použito, jinak ho prodejce nemusí přijmout zpět. Například i oblečení můžete bez poničení vyzkoušet. I v tomto případě však existují výjimky, jako jsou hygienické obaly, digitální obsah a další. Pokud je obal chápán jako ochrana proti poškození při převozu, není tedy součástí věci a lze zboží vrátit i bez tohoto obalu.

Z odpovědí respondentů je zřejmé, že jejich povědomí v této oblasti není velké. Pouze 44 ze 114 oslovených osob vybralo správnou odpověď. Podmínky jsou tedy pro spotřebitele pravděpodobně stále velmi složité a nečitelné. Situaci nenapomáhá ani fakt, že prodejci velmi často ve svých podmínkách interpretují zákonné normy ve velmi nepřesné či zavádějící formě.

5.2.2 Otázka 12)

Znění otázky:

12) Myslíte si, že má prodejce (internetový obchod) povinnost informovat spotřebitele o možnosti odstoupit od smlouvy?

ANO (95 osob)

NE (19 osob)

Komentář:

Prodejce má ze zákona povinnost informaci o možnosti odstoupení od smlouvy ve lhůtě 14 dnů sdělit spotřebiteli v dostatečném předstihu před uzavřením smlouvy nebo před okamžikem, než spotřebiteli prodejce předloží závaznou nabídku. Standardně se za tento fakt považuje to, že má prodejce tuto informaci uvedenou ve všeobecných obchodních podmínkách.[77]

Pokud prodejce neinformoval spotřebitele o právu odstoupit od smlouvy v souladu s § 1820 odst. 1 písm. f) občanského zákoníku, může spotřebitel odstoupit od smlouvy do jednoho roku a čtrnácti dnů ode dne počátku běhu lhůty pro odstoupení podle odstavce 1. Byl-li však spotřebitel poučen o právu odstoupit od smlouvy v této lhůtě, běží čtrnáctidenní lhůta pro odstoupení ode dne, kdy spotřebitel poučení obdržel.[78]

Na základě odpovědí respondentů lze vyvodit, že tento fakt je ve společnosti značně rozšířen. K výsledku zajisté napomáhá skutečnost, že drtivá většina internetových obchodů opravdu informuje o možnosti odstoupení od smlouvy.

5.2.3 Otázka 13)

Znění otázky:

13) Musí prodejce (internetový obchod) v případě odstoupení od smlouvy ve 14 denní lhůtě ze strany spotřebitele vrátit spotřebiteli také náklady na poštovné?

ANO (44 osob)

NE (70 osob)

Komentář:

Prodejce je povinen spotřebiteli v případě řádného odstoupení od smlouvy ve stanovené lhůtě vrátit všechny peněžní prostředky, a to včetně nákladů na dodání. Vrácení prostředků je nutné provést stejným způsobem, kterým prodejce peníze přijal. Prodejce vrátí spotřebiteli přijaté peněžní prostředky jiným způsobem jen tehdy, pokud s tím spotřebitel souhlasil a pokud tím spotřebiteli nevzniknou následně další náklady.

[77] zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
[78] § 1820 zákona č. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

V této otázce převažují nesprávné odpovědi. Více než polovina respondentů v tomto případě nesprávně odpovídala, že prodejce není tyto náklady povinen spotřebiteli vrátit. Důvodem může být zejména fakt, že malé internetové obchody tuto povinnost v některých případech nedodržují. Neznalost spotřebitelů v tomto případě znamená, že nemohou klást na prodejce tento požadavek, neboť si nejsou ano vědomi faktu, že mají na tuto skutečnost nárok.

5.2.4 Otázka 14)

Znění otázky:

14) Musí prodejce (internetový obchod) spotřebiteli poskytnout vzorový formulář pro odstoupení od smlouvy?

ANO (40 osob)

NE (74 osob)

Komentář:

Internetové obchody mají povinnost poskytnout spotřebitelům pro účely odstoupení od smlouvy vzorový formulář, jehož podoba musí splňovat nařízení vlády č. 363/2013 Sb. o vzorovém poučení o právu na odstoupení od smluv uzavřených distančním způsobem nebo mimo obchodní prostory a vzorovém formuláři pro odstoupení od těchto smluv.[79]

V případě, že podnikatel umožní spotřebiteli odstoupit prostřednictvím vyplnění a odeslání vzorového formuláře pro odstoupení od smlouvy na internetových stránkách, potvrdí spotřebiteli bez zbytečného odkladu v textové podobě jeho přijetí.

Také v tomto bodě dotazníkového šetření můžeme vyvodit, že znalost spotřebitelů je v tomto směru velmi nedostatečná. Celkem 74 ze 114 respondentů odpovědělo, že internetový obchod nemá povinnost tento formulář spotřebiteli poskytnout. Je nutné uvést, že například všechny výše zmíněné internetové obchody (Alza.cz, Mall.cz, CZC.cz) tento formulář poskytují.

[79] Nařízení vlády č. 363/2013 Sb.

5.2.5 Otázka 15)

Znění otázky:

15) Pokud internetový obchod poskytuje vzorový formulář pro odstoupení od smlouvy, spotřebitel při odstoupení od smlouvy musí využít výhradně tohoto formuláře?

ANO (35 osob)

NE (79 osob)

Komentář:

Spotřebitelé nejsou vázáni povinností využít vzorový formulář a odstoupit od smlouvy tak mohou i jinými způsoby.

Podle nařízení vypadá vzor formuláře takto:[80]

Oznámení o odstoupení od smlouvy

– Adresát (zde podnikatel vloží jméno a příjmení/obchodní firmu, adresu sídla a případně faxové číslo a e-mailovou adresu podnikatele):

– Oznamuji/oznamujeme (*), že tímto odstupuji/odstupujeme (*) od smlouvy o nákupu tohoto zboží (*)/o poskytnutí těchto služeb (*)

– Datum objednání (*)/datum obdržení (*)

– Jméno a příjmení spotřebitele/spotřebitelů

– Adresa spotřebitele/spotřebitelů

– Podpis spotřebitele/spotřebitelů (pouze, pokud je tento formulář zasílán v listinné podobě)

– Datum

(*) Nehodící se škrtněte nebo údaje doplňte.

V poslední otázce respondenti odpovídali převážně správně. Odpovídá tomu také fakt, že dotázání nemají ve velké míře povědomí o tom, že prodejci tento formulář musí ze zákona (nařízení vlády) poskytnout. Lze odvodit, že spotřebitelé jsou si vědomi faktu, co by měl formulář obsahovat, přesněji před odstoupení od smlouvy pravděpodobně hledají

[80] Nařízení vlády č. 363/2013 Sb.

informace o tom, co musí odstoupení od smlouvy obsahovat. Ale evidentně není typické, že by tento formulář hledali vždy primárně na stránkách internetového obchodu, kde zboží zakoupili.

6 Závěr

Rozvoj ekonomiky každého národa je založen na několika aspektech. Jedním a velmi důležitým z nich jsou také spotřebitelé. Spotřebitelé představují dokonce jeden ze základních pilířů zdravé současné společnosti ve vztahu k dobře fungujícímu hospodářství. Téměř každý z nás zaujímá každodenně roli spotřebitele, a to jak formou nákupu zboží a služeb či jejich následné spotřeby. Pro takto zásadní význam spotřebitele v národním hospodářství je důležité se zabývat jeho nevýhodnou pozicí vůči korporacím (obchodníkům). Terčem pozornosti by měl být především fakt, jaká práva a povinnosti spotřebiteli vyplývají z této principiálně slabší pozice.

Cílem této diplomové práce bylo zhodnotit a poskytnout ucelený pohled na problematiku postavení spotřebitele na trhu a jeho samého. V rámci této skutečnosti je v práci rozebrána legislativa, která upravuje spotřebitelské právo a vztah spotřebitele s obchodníky. Rozebrány jsou také jednotlivé organizace, které působí v rámci ochrany práv spotřebitelů, dohledem nad obchodníky a v neposlední řadě ochranou také ochranou obchodníků.

Dílčím cílem bylo poté na základě průzkumu pomocí dotazníkového šetření získat informace o povědomí společnosti v souvislosti s právy a povinnostmi spotřebitelů a obchodníků. Průzkum měl také zhodnotit zkušenosti dotazovaných osob s vybranými subjekty na trhu. Těmito subjekty byly společnosti Alza.cz, a.s., Internet Mall, a.s. a CZC.cz, s.r.o.. Výsledky průzkumu byly poté porovnány s úspěšností těchto společností na tuzemském trhu a doplněny o komentář autora.

Vyhodnocení průzkumu pomocí dotazníkového šetření ukázalo, že povědomí spotřebitelů v České republice o jejich právech a povinnostech ve vztahu k obchodníkům se zlepšuje, ale je stále nedostatečné. Situaci jim komplikují především rozdílné výklady právních norem, které jsou následně uplatňovány obchodníky v rámci jejich obchodních podmínek. Dalším faktorem jsou v některých případech až příliš složité a zdlouhavé procesy při složitějších situacích v souvislosti s vymáháním jejich práv. Naopak jednoduše interpretovatelné právní normy (jejich části) jsou pro spotřebitele v dnešní době již

přijatelně přehledné. Bohužel velmi často nezkoumají daný problém do hloubky a unikají jim podstatné části těchto norem. Pokud se zaměříme na internetové obchody, spotřebitelé se jednoznačně naučili využívat svého práva na odstoupení od smlouvy v zákonné lhůtě 14 dnů. To v praxi znamená, že mohou zboží zakoupení přes internet bez udání důvodu vrátit. Nemají však stále dokonalé povědomí o tom, jaké náklady jim prodejce musí vrátit a neznají detailně veškeré náležitosti odstoupení od smlouvy v tomto případě. Lepšímu povědomí spotřebitelů by zřejmě pomohl fakt, kdyby prodejce musel informovat o těchto možnostech a právech transparentněji. V dnešní době jsou často informace vnořeny do velmi dlouhých a složitých obchodních podmínek. Je však zřejmě nereálné tuto věc po obchodnících žádat, spotřebitel je v dnešní době informován dobře. Je tedy také na jeho osobní iniciativě, aby si vyhledal dostupné detailní informace ohledně spotřebitelských práv. V této oblasti by se velmi dobře uplatnila osvětová kampaň, která by moderní a stravitelnou formou rozebrala základní pilíře spotřebitelských práv. Ideálně za využití virálních prvků, které v dnešní době mají jeden z největších zásahů ve společnosti.

Při porovnání tří vybraných subjektů na trhu internetových obchodů výsledky průzkumu ukazují, že v současnosti je pro spotřebitele chování obchodníka silným preferenčním faktorem. Úspěšné internetové obchody se proto velmi snaží vycházet zákazníkům vstříc. Je zajímavé, že se dá v tomto směru najít přímá úměra mezi podílem subjektů na českém trhu a kvalitou přístupu k zákazníkům v souvislosti s uznáváním jejich spotřebitelských práv. Jedním z mnoha faktorů úspěchu pro obchodníka se tak v dnešním světě stává právě transparentní a zodpovědný přístup k zákazníkům. Internetové obchody držící prvenství v rámci trhu v České republice velmi dobře informují spotřebitele o možnosti odstoupení od smlouvy, reklamace a dalších. Snaží se také zákazníkům uplatnění jejich práv velmi zjednodušit a poskytnou veškeré doplňující informace.

Dle hodnocení respondentů je nejlépe hodnoceným obchodem v tomto ohledu Alza.cz. Průměrné hodnocení dostal obchod s velmi podobným sortimentem a nabídkou služeb, kterým je Mall.cz. Negativní hodnocení získal internetových obchod CZC.cz, který se v současné době dokonce potýká s několika mediálními kauzami v souvislosti s nerespektováním práv spotřebitelů.

7 Seznam použitých zdrojů

Publikace

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

HOROVÁ, Olga. *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2006. 161 s. ISBN 80-245-1106-1

MATUSIKOVÁ, L. *Ochrana zájmů spotřebitele. Distanční studijní opora*. Vyd. 1. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2006. 131 s. ISBN 80-7248-357-9.

SELUCKÁ, M. *Ochrana spotřebitele v soukromém právu*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2008. 134 s. Beckova edice právní instituty. ISBN 978-807-4000-379.

TOMANCÁKOVÁ, Blanka. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*. Vyd. 2 Praha: Linde Praha, 203 s. ISBN 80-720-1864-7.

VEČEŘA, Jiří. *Ochrana spotřebitele v České republice a Evropské unii*. Praha: Leges, 2013. 266 s. ISBN 978-80-87576-34-2

VYSEKALOVÁ, J. *Psychologie spotřebitele: jak zákazníci nakupují*. Praha: Grada, 2004, 283 s. ISBN 80-247-0393-9

Zákonné normy

DŮVODOVÁ ZPRÁVA k zákonu č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. In: 2012.

Rozsudek SDEU ze dne 18. října 2012, C-37/11, ve věci Komise proti České republice

Nařízení vlády č. 363/2013 Sb.

Zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky

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

Zákon č. 91/2016 Sb., kterým se mění zákon č. 22/1997 Sb.

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

Zákon č. 180/2016 Sb., kterým se mění zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích

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

Zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník

Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání

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

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník (starý)

Zákon č. 349/1999 Sb., o veřejném ochránci práv

Zásady postupu Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže při stanovování výše pokut podle § 22 odst. 2 zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, v platném znění

Elektronické zdroje

Consumers International. Consumers rights. *Consumers International* [online]. 2014. [cit. 2017-04-12]. Dostupné z: http://www.consumersinternational.org/who-we-are/consumer-rights/

Jak Nový občanský zákoník definuje podnikání. *IPodnikatel.cz* [online]. 2014 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z http://www.ipodnikatel.cz/Zahajeni-podnikani/jak-novy-obcansky-zakonik-definuje-podnikani.html

Zakládající smlouvy. *Euroskop.cz* [online]. [cit. 2017-04-14]. Dostupné z https://www.euroskop.cz/8917/sekce/zakladajici-smlouvy/

Pár poznámek k ochraně spotřebitele v rámci NOZ. *Epravo.cz* [online]. 2013 [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: https://www.epravo.cz/top/clanky/par-poznamek-k-ochrane-spotrebitele-v-ramci-noz-91639.html

Srovnávací reklama dle Nového občanského zákoníku – Nihil novum?. *Epravo.cz* [online]. 2013 [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: https://www.epravo.cz/top/clanky/srovnavaci-reklama-dle-noveho-obcanskeho-zakoniku-nihil-novum-92893.html

PRÁVNÍ PŘEDPISY. *Česká obchodní inspekce* [online]. [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: http://www.coi.cz/cz/o-coi/legislativa/pravni-predpisy/

Technické požadavky na výrobky – prohlášení o shodě, CE, atesty a certifikace. *IPodnikatel.cz* [online].

2011 [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: http://www.ipodnikatel.cz/Ochrana-spotrebitele/technicke-pozadavky-na-vyrobky-prohlaseni-o-shode-ce-atesty-a-certifikace.html

Kategorizace výrobku. *Uvádění výrobků na trh* [online]. [cit. 2015-04-16]. Dostupné z: http://uvadeni-vyrobku-na-trh.conversio.cz/uzitecne-informace/kategorizace-vyrobku

Novela zákona č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2016 [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: https://www.mpo.cz/cz/podnikani/standardizace/novinky/novela-zakona-c--22-1997-sb---o-technickych-pozadavcich-na-vyrobky--171727/

Zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2013 [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: https://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/pravni-predpisy-pro-ochranu-spotrebitele/zakon-c--102-2001-sb---o-obecne-bezpecnosti-vyrobku-a-o-zmene-nekterych-zakonu--ve-zneni-pozdejsich-predpisu--6802/

Novela zákona o potravinách a tabákových výrobcích. *Právní prostor* [online]. 2016 [cit. 2017-04-16]. Dostupné z: http://www.pravniprostor.cz/zmeny-v-legislative/vyslo-ve-sbirce-zakonu/novela-zakona-o-potravinach-a-tabakovych-vyrobcich

Ministerstvo průmyslu a obchodu [online]. [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: http://www.mpo

Působnost veřejného ochránce práv. *Veřejný ochránce práv* [online]. [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: http://www.ochrance.cz/pusobnost-verejneho-ochrance-prav/

Působnost úřadu. *Česká obchodní inspekce* [online]. [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: http://www.coi.cz/cz/o-coi/pusobnosturadu/ (pozn. autora – celá kapitola 3.7.2.1)

Ochrana spotřebitele. *Česká národní banka* [online]. [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: https://www.cnb.cz/cs/spotrebitel/ochrana_spotrebitele/ (pozn. autora – celá kapitola 3.7.2.2)

Úřad. *Český telekomunikační úřad* [online]. [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: https://www.ctu.cz/urad

Působnost ČTÚ. *Český telekomunikační úřad* [online]. [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: https://www.ctu.cz/pusobnost-ctu

Ochrana spotřebitele. *Český telekomunikační úřad* [online]. [cit. 2017-04-18]. Dostupné z: http://www.ctu.cz/ochrana-spotrebitele

Kontrolní činnost SZPI. *SZPI* [online]. [cit. 2017-05-1]. Dostupné z: http://www.szpi.gov.cz/clanek/kontrolni-cinnost-szpi.aspx

Historie úřadu. *ÚOHS* [online]. [cit. 2017-05-1]. Dostupné z: https://www.uohs.cz/cs/o-uradu/historie-uradu.html

O nás. *Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace* [online]. [cit. 2017-05-1]. Dostupné z: https://www.asociace-sos.cz/o-nas-2/

SČS úvod. *Sdružení českých spotřebitelů* [online]. [cit. 2017-05-1]. Dostupné z: http://www.konzument.cz/index.php

Kdo jsme?. *dTest, o.p.s.* [online]. [cit. 2017-05-1]. Dostupné z: https://www.dtest.cz/clanek-5202/o-dtestu

Politiky Evropské Unie [online]. 2014 [cit. 2017-05-01]. ISSN 978-92-79-41775-7. Dostupné z: http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/cs/consumer_cs.pdf

Institucionální zabezpečení v oblasti ochrany spotřebitele. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2006 [cit. 2017-05-01]. Dostupné z: http://www.mpo.cz/dokument9115.html

O společnosti - Historie a současnost. *Alza.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-10-01]. Dostupné z: https://www.alza.cz/historie-a-soucasnost-art141.htm

O společnosti - článek rekordy. *Alza.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-10-01]. Dostupné z: https://www.alza.cz/historie-a-soucasnost-art141.htm

Historie. *Mall.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-10-01]. Dostupné z: https://www.mall.cz/historie

Internetový prodejce Mall.cz se propadl do ztráty 132 milionů. Tržby mu naopak vzrostly o třetinu. *Hospodářské noviny* [online]. 2017 [cit. 2017-10-01]. Dostupné z: https://byznys.ihned.cz/c1-65572430-internetovy-prodejce-mall-cz-se-propadl-do-ztraty-132-milionu-trzby-mu-naopak-vzrostly-o-tretinu

O nás – historie společnosti. *CZC.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-10-01]. Dostupné z: https://www.czc.cz/o-nas/clanek

VEČERKOVÁ, Hana. Spotřebitelé mají nejen práva, ale i povinnosti. *In: IDnes.cz* [online]. 2000 [cit. 2017-10-01]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/spotrebitele-maji-nejen-prava-ale-i-povinnosti-flz-/test.aspx?c=2000M063T01A