

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra práva**



**Bakalářská práce**

**Ochrana spotřebitele a právní ochrana proti nekalé  
soutěži**

Autor: **Helena Simonová**  
Vedoucí práce: **JUDr. Eva Kadlecová**

© 2011 ČZU v Praze

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra práva

Akademický rok 2008/2009

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Helena Simonová**

obor Provoz a ekonomika

Vedoucí katedry Vám ve smyslu Studijního a zkušebního řádu ČZU v Praze čl. 16 určuje tuto bakalářskou práci.

Název tématu: **Ochrana spotřebitele a právní ochrana proti nekalé soutěži**

### Struktura bakalářské práce:

1. Úvod
2. Cíl práce a metodika
3. Vymezení pojmů
4. Aktuální právní úprava ochrany spotřebitele v ČR
5. Principy ochrany spotřebitele v EU
6. Subjekty ochrany spotřebitele
7. Ochrana proti nekalé soutěži
8. Spotřebitel a internet
9. Spotřebitelské smlouvy
10. Řešení sporů
11. Závěr
12. Seznam literatury
13. Přílohy

Rozsah původní zprávy: 30 - 40 stran

Seznam odborné literatury:

Legislativa:

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

Zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů

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

Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon)

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

Důvodová zpráva k zákonu č. 217/2004 Sb., kterým se mění zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb.

Zákon č. 143/2001 Sb. o ochraně hospodářské soutěže

Literatura:

Kotoučová, J. – Švarc, Z. Ochrana spotřebitelů (vybrané otázky právní úpravy), Praha:

Oeconomica, 2007

Tománčáková, B. Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady, Linde Praha, 2008

Vedoucí bakalářské práce: **JUDr. Eva Kadlecová**

Termín odevzdání bakalářské práce: duben 2010

  
.....  
Vedoucí katedry



  
.....  
Děkan

V Praze dne: 19.11.2008

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci „Ochrana spotřebitele a právní ochrana proti nekalé soutěži“ jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce.

V Praze 27. 11. 2011

.....

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala JUDr. Evě Kadlecové, vedoucí mé bakalářské práce za cenné rady a připomínky.

Dále bych chtěla poděkovat své rodině za trpělivost a podporu při studiu.

# **Ochrana spotřebitele a právní ochrana proti nekalé soutěži**

## **Souhrn**

Podstatou této práce je vymezení základních pojmů v oblasti ochrany spotřebitele a nekalé soutěže, shrnutí aktuální právní úpravy v České republice a vysvětlení možností řešení spotřebitelských sporů jinou než soudní cestou. V praktické části předmětem zkoumání je chování spotřebitelů při nakupování online. Náhodně oslovení respondenti odpovídají na vybrané otázky v dotazníku na téma nakupování zboží přes internet. Získané výsledky jsou vyhodnoceny a interpretovány, některé z nich v grafické podobě.

## **Klíčová slova:**

Ochrana spotřebitele, spotřebitel, hospodářská soutěž, nekalá soutěž, spotřebitelské smlouvy, spor, občanský zákoník, obchodní zákoník, online nakupování

# **Consumer protection and legal protection against unfair competition**

## **Summary**

The essence of this work is to define the basic terms of consumer protection and unfair competition, a summary of current legislation in the Czech Republic and an explanation of the possibility resolving consumer disputes other than through the courts. In the practical part examined the behavior of consumers when shopping online. Random addressed respondents answer selected questions in the questionnaire on the topic of purchasing goods over the Internet. The results obtained are evaluated and iterpreted, some of them in graphic form.

## **Keywords:**

Consumer protection, consumer, competition, unfair competition, consumer contracts, conflict, civil code, commercial code, online shopping

# Obsah

<b>1. ÚVOD .....</b>	<b>4</b>
<b>2. CÍL PRÁCE A METODIKA .....</b>	<b>5</b>
<b>3. VYMEZENÍ POJMŮ .....</b>	<b>6</b>
3.1 OCHRANA SPOTŘEBITELE.....	6
3.2 SPOTŘEBITEL .....	6
3.3 VÝROBEK A SLUŽBA .....	7
<b>4. AKTUÁLNÍ PRÁVNÍ ÚPRAVA OCHRANY SPOTŘEBITELE V ČR.....</b>	<b>8</b>
4.1 VÝVOJ PRÁVNÍ OCHRANY SPOTŘEBITELE .....	8
4.2 AKTUÁLNÍ PRÁVNÍ ÚPRAVA .....	9
<b>5. PRINCIPY OCHRANY SPOTŘEBITELE V EU .....</b>	<b>12</b>
5.1 PRÁVNÍ ÚPRAVA V EU .....	12
5.2 EVROPSKÉ INSTITUCE OCHRANY SPOTŘEBITELE.....	14
5.2.1 <i>Evropská komise</i> .....	14
5.2.2 <i>Rada EU</i> .....	14
5.2.3 <i>Evropský parlament</i> .....	14
5.3 EVROPSKÉ AGENTURY A ORGANIZACE .....	15
5.3.1 <i>Specializované agentury</i> .....	15
5.3.2 <i>Spotřebitelské organizace</i> .....	15
<b>6. SUBJEKTY OCHRANY SPOTŘEBITELE .....</b>	<b>17</b>
6.1 ROLE STÁTU .....	17
6.2 OBČANSKÁ SDRUŽENÍ .....	21
6.2.1 <i>Sdružení ochrany spotřebitelů</i> .....	21
6.2.3 <i>Ostatní spotřebitelské organizace</i> .....	23
<b>7. OCHRANA PROTI NEKALÉ SOUTĚŽI.....</b>	<b>24</b>
7.1 ZÁKLADNÍ POJMY.....	24
7.2 DRUHY NEKALÉ SOUTĚŽE .....	25
7.3 PRÁVNÍ OCHRANA PROTI NEKALÉ SOUTĚŽI PODLE OBCHODNÍHO ZÁKONÍKU.....	27
<b>8. SPOTŘEBITEL A INTERNET.....</b>	<b>31</b>
8.1 ELEKTRONICKÉ OBCHODOVÁNÍ.....	31
8.2 PRÁVNÍ ÚPRAVA ELEKTRONICKÉHO OBCHODOVÁNÍ.....	32
8.3 VYHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ DOTAZNÍKU .....	33
<b>9. SPOTŘEBITELSKÉ SMLOUVY .....</b>	<b>41</b>
9.1 VYMEZENÍ SPOTŘEBITELSKÝCH SMLUV .....	41

9.2 UZAVÍRÁNÍ SPOTŘEBITELSKÝCH SMLUV .....	42
<b>10. ŘEŠENÍ SPORŮ .....</b>	<b>44</b>
10.1 SOUDNÍ ŘEŠENÍ SPOTŘEBITELSKÝCH SPORŮ .....	44
10.2 MIMOSOUDNÍ ŘEŠENÍ SPOTŘEBITELSKÝCH SPORŮ.....	45
10.2.1 Rozhodčí řízení.....	46
10.2.2 Mediace .....	47
<b>11. ZÁVĚR .....</b>	<b>48</b>
<b>12. SEZNAM LITERATURY.....</b>	<b>49</b>
<b>13. PŘÍLOHY.....</b>	<b>54</b>
13.1 PŘÍLOHA Č. 1: ČLÁNEK 153.....	54
13.2 PŘÍLOHA Č. 2: DOTAZNÍK – NÁKUP ZBOŽÍ PŘES INTERNET.....	55
13.3 PŘÍLOHA Č. 3: SCHÉMA FUNGOVÁNÍ SYSTÉMU RYCHLÉHO VAROVÁNÍ PRO POTRAVINY A KRMIVA .....	57



## 1. Úvod

V ideálním tržním konkurenčním prostředí by měli kupující a prodávající na trhu stejné obchodní pozice a rozhodovali by se na základě svobodné vůle, bez nátlaku a při dostatku informací na obou stranách. Ve skutečnosti ovšem ideální tržní systém neexistuje a v praxi nastává řada nerovností mezi spotřebiteli a prodávajícími a v některých případech musí zasáhnout stát pomocí právní regulace. Ochrana spotřebitele by měla být nedílnou součástí každého vyspělého státu. Jde o projev právního státu a právní jistoty. Cílem je zabezpečit ochranu zdraví, bezpečnosti a ekonomických zájmů spotřebitelů.

Právní ochrana spotřebitele je tedy nezbytná, neboť spotřebitelé mohou být znevýhodněni nedostatkem nezbytných informací a ohroženi nebezpečnými výrobky nebo nekalými obchodními praktikami prodávajících. Cílem regulace je vyrovnat nerovnost mezi spotřebitelem a prodávajícím.

Právní ochrana je poskytována na bázi soukromoprávní a veřejnoprávní. Soukromoprávní ochrana je následná, tedy spotřebitel, který byl poškozen, se musí sám domáhat nápravy. Naopak cílem veřejnoprávní ochrany je především prevence (např. zákaz prodeje). Stát prostřednictvím orgánu veřejné správy dohlíží na tržní subjekty, provádí kontrolu a ukládá sankce apod.

Hospodářská soutěž je chápána jako soutěžení podnikatelských subjektů, kteří se snaží na jedné straně rozvíjet svou podnikatelskou činnost a dosáhnout tak hospodářského prospěchu, na druhé straně jsou povinni dodržovat určitá pravidla. Zneužití hospodářské soutěže může být dvojitý – první formou je nedovolené narušení hospodářské soutěže a druhou je nekalé jednání (tzv. nekalá soutěž). Nekalá soutěž je jednání, které je v rozporu s dobrými mravy hospodářské soutěže a může přivodit újmu jiným účastníkům soutěže či spotřebitelům.

## 2. Cíl práce a metodika

Cílem mé bakalářské práce je:

- vymezení základních pojmů,
- výklad základních právních norem v oblasti ochrany spotřebitele,
- srovnání veřejnoprávní a soukromoprávní úpravy ochrany spotřebitele.

Kapitola 3 – 6 se věnuje ochraně spotřebitele, právní úpravě a subjektům ochrany, kapitola 7 se zabývá právní ochranou proti nekalé soutěži. V další části (kapitola 8) se zaměřuji na nákup přes internet a jeho úskalí - v poslední době velmi rozšířený a oblíbený způsob nakupování. Dále na interpretaci získaných výsledků dotazníku. Poslední dvě kapitoly analyzují spotřebitelské smlouvy a možnosti řešení sporů.

Metoda použitá při zpracování této práce:

- seznámení se s danou problematikou,
- zajištění informačních zdrojů,
- konzultace s vedoucím bakalářské práce,
- sestavení dotazníku,
- analýza shromážděných informací a podkladů,
- vyhodnocení výsledků dotazníku,
- vypracování bakalářské práce.

### 3. Vymezení pojmů

V této části budou vymezeny základní pojmy – ochrana spotřebitele, pojem spotřebitel, výrobek a služba.

#### 3.1 Ochrana spotřebitele

Základem právní úpravy v oblasti ochrany spotřebitele se stala práva:

- na ochranu zdraví a bezpečnosti,
- na ochranu ekonomických zájmů,
- na náhradu škody,
- na informace a vzdělávání,
- na zastoupení.

V systému českého práva rozlišujeme veřejnoprávní a soukromoprávní ochranu spotřebitele. Základním právním předpisem ve veřejnoprávní ochraně je zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v platném znění (dále jen ZOS), který se komplexně věnuje této problematice. Soukromoprávní ochranu spotřebitele zabezpečuje především zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, v platném znění.

#### 3.2 Spotřebitel

V českém, ale i evropském právu narážíme na nejednotnost vymezení pojmu spotřebitele. Pojem spotřebitel je v české právní úpravě obsažen především v občanském zákoníku (dále jen ObčZ) a v zákoně o ochraně spotřebitele. Podle ObčZ je spotřebitelem osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti.<sup>1</sup> Pro účely ZOS se rozumí spotřebitelem fyzická nebo právnická osoba, která nakupuje výrobky nebo užívá služby za jiným účelem než pro podnikání s těmito výrobky nebo službami.<sup>2</sup> ZOS vymezuje spotřebitele pozitivně (osoba, která nakupuje a užívá výrobky či služby a účel jejího jednání nemá profesní charakter), zatímco ObčZ negativně (někdo, kdo tak nečiní či nejedná v rámci

---

<sup>1</sup> § 52, odst. 3., zákona č. 40/1964 Sb., občanského zákoníku

<sup>2</sup> § 2, odst. 1., písm. a., zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele

své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti). Spotřebitelem tedy je konečný konzument. Spotřebitel nemusí mít trvalý pobyt v ČR ani být státním občanem.

### **3.3 Výrobek a služba**

Výrobkem je podle ZOS jakákoli věc, která byla vyrobena, vytěžena nebo jinak získána bez ohledu na stupeň jejího zpracování a je určena k nabídce spotřebiteli.<sup>3</sup> Službou je jakákoli podnikatelská činnost, která je určena k nabídce spotřebiteli, s výjimkou činností upravených zvláštními zákony, kde se dozor nad ochranou spotřebitele svěřuje profesním sdružením nebo jiným orgánům státní správy než uvádí § 23 zákona o ochraně spotřebitele.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> § 2, odst. 1., písm. f., zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele

<sup>4</sup> § 2, odst. 1., písm. j., zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele

## 4. Aktuální právní úprava ochrany spotřebitele v ČR

### 4.1 Vývoj právní ochrany spotřebitele

Počátky ochrany spotřebitele nalezneme již v římském právu, které poskytovalo kupujícímu dostatečnou ochranu a stalo se základem řady vyspělých kodifikací (např. francouzský občanský zákoník z roku 1804, rakouský Všeobecný zákoník z roku 1811).

Vztah mezi prodávajícím a kupujícím byl v minulosti záležitostí lokální a postavení těchto subjektů trhu bylo v podstatě vyrovnané. Prodávající zásoboval jen velmi omezené území, často ohraničené městskými hradbami, a měl stálou klientelu, jejíž ztrátu nemohl dopustit. Každý prodávající, který přišel do města prodat své zboží, se musel při odchodu u městské brány prokázat kovovou známkou, kterou obdržel na trhu od úředníků, že zboží prodal na trhu, tedy legálně, zaplatil příslušné poplatky a neunikl dohledu městské správy.

Z norem, které na našem území ovlivňovaly vztah prodávajícího a kupujícího, můžeme zmínit například roku 1579 vydaná „Práva městská Království českého“. Na konečné podobě zákoníku městských práv měl největší podíl právník Pavel Kristián z Koldína, znalec a obdivovatel římského práva, proto byly v zákoníku užity zásady římskoprávní. Práva městská Království českého upravovala v podstatě veškeré dění ve městech - městskou správu, soudnictví, právo majetkové, závazkové právo či práva věcná. V roce 1581 pak Pavel Kristián vydal „Krátkou sumu“, ve které podal výklad jednotlivých ustanovení. Zákoník se dočkal dvaceti vydání a pro lepší osvojení byl dokonce zveršován. Jednotné městské právo bylo zárukou jednotného výkladu práva a jednotné jurisdikce městských soudů a dávalo tedy prodávajícím i kupujícím záruku stejného posuzování jejich závazků v různých městech. Zákoník platil ještě v 18. století a poslední podstatná část byla zrušena až vydáním Všeobecného zákoníku občanského v roce 1811.<sup>5</sup>

Dále můžeme zmínit rakouský Živnostenský řád z roku 1859, který byl v roce 1918 včleněn do československého řádu zákonem č. 11/1918 Sb. Patřil mezi veřejnoprávní

---

<sup>5</sup> ČOI, [online], Hájková, K., Historie ochrany práv [cit. 2009-12-02]  
Dostupné z <<http://www.coi.cz/cs/ocoi/historie-ochrany-prav-kupujicich.html>>

předpisy a upravoval živnostenské podnikání. Stanovil povinnosti označit provozovnu, informační povinnosti u některého druhu zboží, ale také sankce a kontrolní opatření (např. možnost zabavit zboží, uzavřít provozovnu). Zrušen byl až v roce 1965. Soukromoprávní ochranu zabezpečoval Všeobecný občanský zákoník od roku 1811 do roku 1950, a to především úpravu tržních, směnných smluv a smlouvy o dílo.

Mezi další zákony zabývající se ochranou spotřebitele v minulosti patřily např.:

- zákon č. 26/1895 ř. z., o výprodejích
- zákon č. 89/1897 ř. z., o obchodu s potravinami a některými předměty užitečnými
- zákon č. 26/1902 ř. z., o obchodu máslem, sýrem, přepuštěným máslem a vepřovým sádlem a jejich náhražkami
- zákon č. 210/1907 ř. z., o obchodu vínem, vinným moštem a vinným rmutem<sup>6</sup>

Po roce 1949 se ochranou spotřebitele zabýval zákon č. 160/1949 Sb., o vnitřním obchodě. Soukromoprávní ochranu obsahoval občanský zákoník z roku 1950, později občanský zákoník z roku 1964, který upravoval odpovědnost za vady, záruční lhůty a jiné. Po roce 1989 byly některé právní předpisy převzaty a následně novelizovány. Jednalo se jak o soukromoprávní předpis, např. občanský zákoník nebo zákon č. 20/1966 Sb., o péči o zdraví lidu, tak také předpisy veřejnoprávní povahy např. zákon o České obchodní inspekci, zákon o České zemědělské a potravinářské inspekci, zákon o veterinární péči, o metrologii, přestupkový zákon, trestní zákon. Přijímány byly i nové zákony věnující se oblasti ochrany spotřebitele, jejichž cílem bylo vyrovnání postavení spotřebitele jakožto slabší a méně zkušenější strany. Jednalo se především o živnostenský zákon a zákon na ochranu spotřebitele.

## **4.2 Aktuální právní úprava**

Nejvýznamnější veřejnoprávní předpis v oblasti ochrany spotřebitele je zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v platném znění. Tento zákon vymezuje základní povinnosti prodávajícího a poskytovatele služeb. Zařazuje se k nim:

---

<sup>6</sup> Zdražil, M.: O ochraně spotřebitele: praktická příručka se vzory a judikaturou

- poctivost prodeje výrobků a poskytování služeb – čímž se rozumí správná hmotnost, míra nebo množství, správná jakost a správná cena
- zákaz diskriminace spotřebitele
- nezaměnitelnost výrobků s potravinami tvarem, vůni, obalem atd.
- zákaz distribuce výrobků určených pro humanitární účely
- zákaz klamání spotřebitele
- informační povinnosti
- reklamace

Mezi další platné veřejnoprávní předpisy zabývající se danou problematikou patří především:

- zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, v platném znění
- zákon č. 526/1990 Sb., o cenách, v platném znění
- zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v platném znění
- zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, v platném znění
- zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích, v platném znění
- zákon č. 59/1998 Sb., o odpovědnosti za škodu způsobenou vadou výrobku, v platném znění
- zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků, v platném znění
- zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, v platném znění
- zákon č. 477/2001 Sb., o obalech, v platném znění
- zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci, v platném znění

V soukromoprávní oblasti ochrany spotřebitele je nejdůležitější zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, v platném znění, který upravuje např. odpovědnost za škody. Důležitá je novela občanského zákoníku zákonem č. 367/2000 Sb., která se týká mimo jiné spotřebitelských smluv. Dalšími právními předpisy soukromoprávní povahy jsou např.:

- zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v platném znění
- zákon č. 59/1998 Sb., o odpovědnosti za škodu způsobenou vadou výrobku, v platném znění

- zákon č. 321/2001 Sb., o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru, v platném znění

Prameny práva ochrany spotřebitele lze členit podle různých kritérií. Působí-li v právu ochrany spotřebitele jako celku, označují se jako předpisy průřezové (horizontální) např. ObčZ. Pokud působí jen na určitém úseku ochrany, označují se jako předpisy vertikální. Jedná se např. o zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, zákon č. 110/1997 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích atd.<sup>7</sup>

Počet právních předpisů zabývajících se ochranou spotřebitele stále roste, dá se říci, že veřejnoprávních předpisů je dvakrát více než soukromoprávních. Právní předpisy soukromoprávní povahy se začaly rozvíjet především s harmonizací českého práva s právem EU.

---

<sup>7</sup> Hulva, T.: Ochrana spotřebitele, str. 48



## 5. Principy ochrany spotřebitele v EU

### 5.1 Právní úprava v EU

Otázkou ochrany spotřebitele se Evropská unie (dále jen EU) začala poprvé zabývat počátkem 70. let 20. století. Na summitu v Paříži v roce 1972 vlády vyzvaly k politické akci v oblasti ochrany spotřebitele. Původní zakládající smlouvy Evropského společenství (Smlouva o založení Evropského společenství uhlí a oceli, Evropské hospodářské společenství a Evropské společenství pro atomovou energii) právní ochranu spotřebitele neobsahovaly. Hlavním cílem Evropského společenství (dále jen ES) bylo vytvoření společného trhu a dodržování základních svobod, jako jsou volný pohyb zboží, služeb, osob a kapitálu.

V roce 1975 Evropská komise předkládá **Předběžný program EHS o ochraně spotřebitele a informační politice**, který se později stává základem spotřebitelské legislativy. Každý spotřebitel má podle něho právo na ochranu zdraví a bezpečnosti, ochranu ekonomických zájmů, informace a vzdělávání, náhradu škody a zastoupení. V programu dále zaznělo, že spotřebitelská politika má průřezový charakter a uvedené cíle byly postupně začleňovány do zvláštních politik Společenství (např. do hospodářské politiky, společné zemědělské politiky, politiky životního prostředí, energetické a dopravní politiky, aj.).<sup>8</sup> Následně vydala Rada řadu směrnic provádějících čl. 153, resp. čl. 129a Římské smlouvy a konkretizujících nastíněný obecný program.

Odlišnosti v úpravě ochrany spotřebitele v různých členských zemích EU mohly vést k překážkám pro vnitřní trh. Potřeba regulace vnitřního trhu vedla k přijetí právní úpravy např. v oblasti bezpečnosti výrobků, označování potravin, klamavé reklamy apod. Za skutečný začátek komunitární spotřebitelské politiky je považováno teprve přijetí **Jednotného evropského paktu** v roce 1986. Tímto aktem dochází k zavedení minimálních pravidel pro ochranu spotřebitele a do smlouvy o ES se dostává pojem spotřebitel. Až v roce 1992 do Maastrichtské smlouvy byla zařazena samostatná hlava upravující ochranu spotřebitele, a to **článkem 153** (dříve 129a – viz příloha číslo 1).

---

<sup>8</sup> Z článku MPO, Vývoj ochrany spotřebitele v EU [online] [cit. 2011-01-20]  
Dostupné z <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/spotrebitelska-politika/vyvoj-ochrany-spotrebitele-v-eu/1001146/41923/>>

Amsterdamská smlouva z roku 1997 rozšířila tento článek a jeho současné znění je: K podpoře zájmů spotřebitelů a k zajištění vysoké úrovně ochrany spotřebitele přispívá Společenství k ochraně zdraví, bezpečnosti a hospodářských zájmů spotřebitelů, jakož i k podpoře jejich práva na informace, vzdělávání a práva sdružovat se k ochraně svých zájmů.<sup>9</sup>

Členským státům je ponechána možnost zachovat či přijmout přísnější ochranná opatření, tzv. princip minimální harmonizace. V některých směrnících došlo ovšem k zásadní změně v principu harmonizace a přechází se k principu maximální či plné harmonizaci (např. směrnice zabývající se oblastí spotřebitelských úvěrů). Ochrana spotřebitele v Evropské unii je upravována zejména směrnicemi.

ES pravidelně přijímá od roku 1990 strategické dokumenty, tzv. akční plány. První akční plán byl přijat v roce 1990 na tři roky a zabýval se především zlepšením informovanosti spotřebitelů lepším označením výrobků, zlepšení informovanosti o cenách, zárukách a službách. Další přijaté akční plány se věnovaly prohlubování informovanosti spotřebitelů, finančními službami, vzděláním spotřebitelů, reakcí na aktuální otázky ochrany spotřebitele apod.

V současnosti platným dokumentem pro období 2007 – 2013 je akční program Společenství v oblasti spotřebitelské politiky (2007 – 2013) přijatý rozhodnutím Evropského parlamentu a Rady č. 1926/2006/ES. Cílem strategie spotřebitelské politiky EU je posílit postavení spotřebitelů, zvýšit jejich blahobyt a účinně je chránit. K dosažení výše uvedených cílů se spotřebitelská politika EU zaměří na tyto oblasti priorit:

- zlepšit kontrolu spotřebitelských trhů a vnitrostátních spotřebitelských politik
- zlepšit právní předpisy v oblasti ochrany spotřebitele
- zlepšit vymahatelnost předpisů a domáhání se práv
- zlepšit informovanost a vzdělání spotřebitelů
- učinit spotřebitele středem zájmů dalších politik a právních předpisů EU.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Čl. 153 odst. 1

<sup>10</sup> Evropská komise, Strategie spotřebitelské politiky EU 2007 – 2013, Lucemburk: Úřad pro úřední tisky Evropských společenství, 2007

## **5.2 Evropské instituce ochrany spotřebitele**

Hlavními orgány EU jsou Evropská komise, Rada EU a Evropský parlament. Tyto instituce navrhují a schvalují legislativu v oblasti ochrany spotřebitele. Výklad práva zajišťuje Evropský soudní dvůr.

Dalšími orgány jsou specializované agentury zabývající se standardizací, poradenstvím aj. Na úrovni EU působí také spotřebitelské organizace, které hájí zájmy spotřebitelů a také napomáhají při přípravě legislativy EU.

### **5.2.1 Evropská komise**

Evropská komise je nadnárodní orgán EU hájící zájmy Unie. Sídlí v Bruselu. Dohlíží především na dodržování zakládajících smluv ES a dalších právních předpisů. Předkládá legislativní návrhy, vydává doporučení a zastupuje EU na mezinárodním poli. Za oblast ochrany spotřebitele zodpovídá Generální ředitelství pro zdraví a ochranu spotřebitele. Jeho úkolem je zajistit zdraví občanů EU a bezpečnost potravin a spotřebního zboží. Komise má také tři poradní vědecké výbory, a to Vědecký výbor pro spotřebitelské výrobky, Vědecký výbor pro zdraví a ekologická rizika a Vědecký výbor o vznikajících a nově identifikovaných rizicích.

### **5.2.2 Rada EU**

Rada EU má zákonodárnou a výkonnou pravomoc. Společně s Evropským parlamentem vydává legislativní akty. Ochrana spotřebitele spadá do působnosti Rady pro zaměstnanost, sociální politiku, záležitosti zdraví a spotřebitele. Některými oblastmi ochrany spotřebitele se zabývá také Rada pro konkurenceschopnost.

### **5.2.3 Evropský parlament**

Evropský parlament je konzultativním orgánem Rady EU, spolurozhoduje o přijetí některých právních předpisů. Ochranou spotřebitele se zabývá Výbor pro vnitřní trh a ochranu spotřebitele.

## 5.3 Evropské agentury a organizace

Jedná se o instituce hájící zájmy spotřebitelů v EU, které se zaměřují na obecnou nebo konkrétní oblast ochrany spotřebitelů. Pomáhají s přípravou dokumentů.

### 5.3.1 Specializované agentury

Evropská agentura pro léčivé přípravky (EMA) je decentralizovanou institucí EU se sídlem v Londýně. Jejím hlavním posláním je ochrana a propagace veřejného zdraví a zdraví zvířat prostřednictvím hodnocení humánních a veterinárních léčivých přípravků a dozoru nad nimi. EMA odpovídá za vědecké hodnocení žádostí o registraci léčivých přípravků v rámci EU.<sup>11</sup> Dále podporuje inovaci a výzkum ve farmaceutickém průmyslu.

Evropský úřad pro bezpečnost potravin (EFSA) poskytuje nezávislé vědecké poradenství, týkající se dopadu na bezpečnost potravin, včetně zdraví zvířat a ochrany rostlin. Dále shromažďuje a analyzuje data, sleduje možná rizika na bezpečnost potravin a krmiv. Činnost úřadu pokrývá celý proces výroby potravin od primární produkce (včetně bezpečnosti krmiva pro zvířata) k dodávkám potravin zákazníkům.<sup>12</sup>

Dále sem patří Evropský výbor pro normalizaci (CEN) a Evropská spotřebitelská poradní skupina (ECCG), která vytváří fórum pro diskuze o zájmech spotřebitelů, poskytuje rady a doporučení Komisi. ECCG informuje Komisi o vývoji spotřebitelských politik v členských zemích.

### 5.3.2 Spotřebitelské organizace

Nejvýznamnější spotřebitelskou organizací je Evropské sdružení evropských spotřebitelů (BEUC). Skládá se z nezávislých národních spotřebitelských organizací a chrání zájmy spotřebitelů při tvorbě politiky EU.

---

<sup>11</sup> Portál Evropské unie, Agentury a decentralizované orgány [online] [cit. 2011-02-07]

Dostupné z < [http://europa.eu/agencies/community\\_agencies/emea/index\\_cs.htm](http://europa.eu/agencies/community_agencies/emea/index_cs.htm) >

<sup>12</sup> Evropská komise, Jak funguje Evropská unie, Lucemburk: Úřad pro úřední tisky Evropských společenství, 2006

Dalšími organizacemi jsou:

- AEC - Asociace evropských spotřebitelů
- ANEC – Evropská asociace pro koordinaci zastoupení spotřebitelů při normalizaci
- Euro Coop – Evropské společenství spotřebitelských organizací aj.

## 6. Subjekty ochrany spotřebitele

### 6.1 Role státu

V dnešním globálním světě je ochrana spotřebitele nevyhnutelná. Na trhu je hodně spotřebitelů a právě v množství kupní síly je slabina tržního systému. Dojde-li k velkému odlivu nespokojených zákazníků, mohou podniky přesto dosahovat značných zisků a udržet si stabilní pozice na trhu, a to díky např. výhodnému umístění provozovny nebo náhodným kupujícím. Spotřebitel není schopen se sám bránit velkým podnikům a už vůbec ne nadnárodním koncernům. Je potřeba subjekt, který dokáže korporacím konkurovat a především hájit a chránit zájmy spotřebitelů. Takovým subjektem je stát, zejména jeho orgány veřejné správy, které spolupracují s nevládními organizacemi, přijímají jejich podněty v zájmu ochrany spotřebitelů, kontrolují dodržování zákonů a udělují sankce za jejich porušení.

Porušení práva spotřebitele může být soukromoprávní nebo veřejnoprávní povahy. V případě soukromoprávního narušení práv se viník vystavuje soukromoprávnímu postihu. V takovém případě jediným orgánem, kde spotřebitel má právo domáhat se nápravy prostřednictvím žaloby, je soud. Veřejnoprávní ochrana je kombinací ochrany následné a preventivní. Následnou ochranou je např. udělení pokuty a preventivní ochranou je zákaz činnosti, prodeje, pozastavení živnostenského oprávnění aj. Na rozdíl od soudního řízení je správní řízení rychlejší a pružnější. Orgány veřejné správy provádějí správní dozor, tj. mají právo vstupovat do kontrolovaných provozoven, vyžadovat písemnosti, odebírat vzorky výrobků a zboží k posouzení jejich nezávadnosti, zakázat prodej závadných výrobků nebo poskytování služeb, udělovat sankce, zabavit zboží a nařídit jeho zničení a v extrémních případech uzavřít provozovnu. Dozorčí orgány mají povinnost oznámit kontrolované osobě skutečnost o zahájení kontroly, prokazovat se průkazy, zjišťovat skutečný stav věci, zachovávat mlčenlivost o zjištěném stavu a vyhotovit protokol o výsledcích kontroly.

Nejvýznamnějším státním orgánem v oblasti ochrany spotřebitele je **Česká obchodní inspekce**, jejíž činnost upravuje zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů. Česká obchodní inspekce (dále jen ČOI) kontroluje

právnícké a fyzické osoby prodávající nebo dodávající výrobky a zboží na trh, poskytující služby nebo spotřebitelský úvěr a osoby provozující tržnice. **Předmětem kontroly je:**

- dodržování podmínek stanovených k zabezpečení jakosti zboží nebo výrobků včetně zdravotní nezávadnosti, podmínek pro skladování a dopravu,
- zda se při prodeji zboží používají ověřená měřidla, pokud ověření podléhají, a zda používána měřidla odpovídají zvláštním právním předpisům, technickým normám, jiným technickým předpisům, popřípadě schválenému typu,
- dodržování ostatních podmínek stanovených zvláštními právními předpisy nebo jinými závaznými opatřeními pro provozování nebo poskytování činností uvedených v odstavci 1,
- zda při uvádění stanovených výrobků na trh byly podle zvláštního právního předpisu výrobky řádně opatřeny stanoveným označením, popřípadě zda k nim byl vydán či přiložen stanovený dokument, zda vlastnosti stanovených výrobků uvedených na trh odpovídají stanoveným technickým požadavkům a zda v souvislosti s označením stanoveného výrobku byly splněny i požadavky stanovené zvláštními právními předpisy,
- zda výrobky uváděné na trh jsou bezpečné,
- zda jsou dodržovány povinnosti stanovené právním předpisem upravujícím sjednávání spotřebitelského úvěru, pokud jej nevykonává Česká národní banka.<sup>13</sup>

**ČOI nekontroluje potraviny, pokrmy a tabákové výrobky, pouze dohlíží na poctivost při jejich prodeji.**

ČOI zjišťuje u kontrolovaných osob nedostatky a jejich příčiny, žádá odstranění nedostatků a škodlivých následků zjištěných při kontrole, navrhuje možná opatření k jejich odstranění a provádí systematickou kontrolu. Důležitou činností ČOI je odebrání vzorků a provádění rozborů k ověření jakosti a bezpečnosti výrobků a kontrolování, zda nedochází ke klamavým obchodním praktikám. Rozbory jsou prováděny na náklady kontrolovaných osob. Na základě kontroly inspektoři ČOI mohou zakázat uvedení výrobků na trh nebo jejich prodej, neodpovídají-li stanoveným požadavkům, dále zakázat používání neověřených měřidel, které jsou v rozporu

---

<sup>13</sup> § 2, odst. 2., zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci

s právními předpisy a technickými normami, a to až do té doby, než bude sjednána náprava. ČOI je oprávněna také ukládat sankce a pokuty. ČOI spolupracuje s jinými dozorčími orgány, s občanskými sdruženími, reaguje na stížnosti, oznámení občanů a poskytuje poradenskou a informační činnost. ČOI informuje veřejnost o výsledcích provedených kontrol, zveřejňuje nebezpečné výrobky a upozorňuje na problémy v oblasti ochrany spotřebitele.

**Příklad: Rizikový výrobek – kočárek pro panenky**

Zdroj: <http://www.coi.cz/cs/tiskovy-servis/vysledky-kontrol/rizikovy-vyrobek-kocarek-pro-panenky.html>

*Inspektoři České obchodní inspekce při kontrole na vnitřním trhu zjistili v nabídce hraček výrobek, který díky svému zpracování představuje pro děti riziko poranění. Po odborném posouzení kočárku pro panenky vyrobeného v Číně bylo potvrzeno, že kočárek je pro dětské uživatele nebezpečný. ČOI prodej kočárku zakázala a následně distributor stáhnul tento výrobek z trhu.*

Dalším státním orgánem vykonávajícím státní dozor je **Státní zemědělská a potravinářská inspekce** (dále jen SZPI). Jedná se o správní úřad podřízený Ministerstvu zemědělství, který v rámci svých kompetencí kontroluje potraviny, suroviny k jejich výrobě, zemědělské výrobky a tabákové výrobky v průběhu jejich výroby, skladování, přepravy a prodeje (včetně dovozu). Účelem kontroly je ochrana spotřebitele před zdravotně závadnými potravinami, klamavým označením výrobků a potravinami s prošlým datem použitelnosti nebo s neznámým původem. Kontroly inspekce provádí pravidelně nebo při podezření z porušení právních předpisů. Kromě kontrolní činnosti se zaměřuje také na laboratorní činnost při provádění rozborů zemědělských výrobků, potravin nebo surovin či tabákových výrobků ve svých akreditovaných laboratořích. Na základě provedených rozborů vydává posudky a osvědčení a může nařídit stažení výrobků z prodeje.



**Příklad: SZPI nařídila stažení hořkých piniových oříšků**

Zdroj: <http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1032345&docType=ART&nid=11845>

*Státní zemědělská a potravinářská inspekce nařídila stáhnout z oběhu výrobek s obchodním názvem „ENSA PINIOVÉ JADRÁ“. Tyto piniové oříšky zachycené v maloobchodní síti způsobují při konzumaci tzv. „pine mouth syndrome“, hořkou chuť v ústech, která může přetrvat i několik týdnů. Za normálních okolností mají tato semínka nasládlou pryskyřičnou chuť. S odstupem několika hodin po požití semínek vyvolávajících „pine mouth syndrome“ však začne konzument pociťovat zvláštní a nepříjemné chuťové vjemy. Hořká kovová chuť v ústech se zintenzivňuje při konzumaci jiných pokrmů a nápojů, zejména sladkých. Příznaky mohou přetrvávat i více než 14 dní. Informace o výrobku byly předány do Systému rychlého varování pro potraviny a krmiva (RASFF), který na závadné zboží upozorňuje i ostatní členské státy Evropské unie.*

Dále vydává osvědčení pro zápis označení původu, osvědčení na čerstvé ovoce, čerstvou zeleninu nebo konzumní brambory, vydává závazná stanoviska pro celní orgány, vede evidenci provozovatelů potravinářských podniků, spolupracuje s příslušnými správními úřady, zahraničními institucemi a orgány Evropské unie, provádí monitorování a poskytuje informace o výsledcích své činnosti.

**SZPI je národním kontaktním místem v systému rychlého varování pro potraviny a krmiva (RASFF).** RASFF je propojená síť spojující členské země EU s Evropskou komisí a Evropským úřadem pro bezpečnost potravin (EFSA). Cílem systému je ochrana spotřebitele před nebezpečnými potravinami a krmivy. Kontaktní místo soustřeďuje informace od všech dozorových orgánů nad potravinami a krmivy v ČR jako jsou Státní veterinární správy, SZPI, orgány ochrany veřejného zdraví a Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský, dále spolupracuje s dalšími účastníky národního systému rychlého varování např. Generálním ředitelstvím cel, Státním úřadem pro jadernou bezpečnost aj. Informace o výskytu nebezpečného výrobku zjištěná některým z dozorových orgánů v ČR je odeslána do Evropské komise a naopak ČR je zpětně informována o kontrolách v členských státech. Schéma fungování systému RASFF v ČR je uvedeno v příloze č. 3.

Mezi další státní dozorové orgány patří:

- Živnostenské úřady,
- Český metrologický institut,
- Úřad pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví,
- Státní úřad pro jadernou bezpečnost,
- Státní veterinární správa,
- Ústav pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv,
- Státní ústav pro kontrolu léčiv,
- Státní rostlinolékařská správa ČR,
- Orgány ochrany veřejného zdraví,
- Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský,
- Rada pro rozhlasové a televizní vysílání,
- Úřad pro ochranu osobních údajů.

## 6.2 Občanská sdružení

### 6.2.1 Sdružení ochrany spotřebitelů

Nejvýznamnějším občanským sdružením v oblasti ochrany spotřebitele je **Sdružení obrany spotřebitelů** (dále jen SOS). Sdružení je právnickou osobou, která vznikla jako nezávislá, nezisková organizace v roce 1993 v Ostravě. Dnes sídlí v Praze a působí ve všech krajích. Hlavním cílem je ochrana spotřebitelských práv. **Dlouhodobé priority SOS:**

- spotřebitel musí mít možnost obhájit své právo i přesto, že jeho partnerem je profesionální prodávající či dodavatel,
- očekávání kupujících může splnit pouze fungující trh, charakterizovaný rovnými podmínkami bez nástrah pro spotřebitele,
- služby a výrobky pro spotřebitele musí být bezpečné,
- všestranná ochrana spotřebitele není myslitelná bez její občanské složky.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> SOS, [online], [cit. 2011-03-19], dostupné z: < <http://www.spotrebitele.info/informace-o-sos.html> >

Mezi činnosti SOS patří především vzdělávání spotřebitelů, získávání, zpracování a šíření informací, a to prostřednictvím vydávání SOS magazínu, který informuje spotřebitele o jeho činnosti, právech spotřebitelů, kauzách a nových právních předpisech. Důležitou činností SOS je poskytování poradenství veřejnosti. V poradnách SOS lze získat potřebné informace a konzultovat konkrétní problémy, a to osobně, po telefonu či online. SOS se snaží o osvětu spotřebitelů, ale i podnikatelů. Nabízí přednášky pro střední a vyšší odborné školy, semináře pro podnikatele, pracovníky dozorčích orgánů a spotřebitele.

Dále připomínkuje zákony týkající se ochrany spotřebitele, dává podněty dozorovým orgánům, zaměřuje se na bezpečnost výrobků (potravinových i nepotravinových). Spolupracuje s Občanským sdružením spotřebitelů TEST, které se zabývá testy výrobků různých kategorií. SOS vydává letáky a brožury, ve kterých poskytuje aktuální informace a doporučení, souhrnné informace o ochraně spotřebitelů v různých oblastech vydává na CD. SOS je zapojen do systému mimosoudního řešení sporů, funguje jako kontaktní místo. Spolupracuje s mezinárodními spotřebitelskými organizacemi, je členem BEUC i celosvětové spotřebitelské organizace Consumers International.

Na internetových stránkách SOS je Databáze spotřebitelských zkušeností, do které může kdokoli vložit vlastní zkušenosti nebo čerpat ze zkušeností jiných. SOS je otevřené občanské sdružení, do kterého může vstoupit každý spotřebitel a stát se tak aktivním členem podporující projekty nebo jen sympatizujícím členem bez povinnosti hradit členské příspěvky. Přispívající členové mají větší práva na informace (prostřednictvím přihlášení na webových stránkách), mají aktivní i pasivní volební právo do orgánu SOS, dostávají emailový zpravodaj, získávají slevu na publikace a jsou přednostně obslouženi v poradnách SOS.

V začátcích SOS bylo financováno pouze z členských příspěvků, darů či drobných příjmů. V současnosti nejvýznamnější příjem tvoří dotace ze státního rozpočtu získané prostřednictvím Ministerstva průmyslu a obchodu na základě jednotlivých projektů. Dalším příjmem jsou členské příspěvky, dary, příspěvky a dotace z grantových fondů.

### 6.2.3 Ostatní spotřebitelské organizace

Další organizací zabývající se ochranou spotřebitele je již zmiňované **Občanské sdružení spotřebitelů TEST** (dTEST). Sdružení vydává stejnojmenný časopis s měsíční periodou, kde zveřejňujeme výsledky vlastních testů výrobků a srovnávání výrobků. Publikuje konkrétní příběhy spotřebitelů, které mají být poučením, radí veřejnosti, na co si dávat pozor při reklamacích, varuje před nekalými praktikami apod.

Nejstarším sdružením hájící zájmy kupujících v České republice je **Sdružení českých spotřebitelů**. Činnost sdružení je obdobná jako u jiných, chrání práva spotřebitelů, spolupracuje s kontrolními orgány, mezinárodními organizacemi, publikuje tiskoviny a poskytuje poradenství aj.

Mezi ostatní spotřebitelské organizace patří např. Sdružení pro bezpečnost potravin a ochranu spotřebitele, Asociace občanských poraden a další.

## 7. Ochrana proti nekalé soutěži

### 7.1 Základní pojmy

Hospodářskou soutěž můžeme definovat jako soutěžení podnikatelských subjektů (fyzických nebo právnických osob) v hospodářské oblasti, jejichž cílem je předstihnout jiné subjekty na trhu a dosáhnout tak hospodářského prospěchu. Právní úpravu nalezneme v zákoně č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže. Zneužití hospodářské soutěže může být dvojitá – první formou je nedovolené narušení hospodářské soutěže a druhou je nekalé jednání (tzv. nekalá soutěž).

Nekalá soutěž je jednání v hospodářské soutěži nebo v hospodářském styku, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže a je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům, spotřebitelům nebo dalším zákazníkům. Nekalá soutěž se zakazuje.<sup>15</sup> Vymezení nekalé soutěže nalezneme v § 44 až § 55 zákona č. 513/1991 Sb., obchodního zákoníku, v platném znění. Jednání v nekalé soutěži musí splňovat následující podmínky:

- jde o jednání v hospodářské soutěži nebo hospodářském styku,
- jednání je v rozporu s dobrými mravy soutěže,
- jednání je objektivně způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům.

Tyto podmínky jsou označovány jako generální klauzule a musí být splněny kumulativně.

Zda jde o jednání v hospodářské soutěži nebo hospodářském styku se posuzuje jednotlivě u každého případu. Je zde požadavek minimálně dvou osob, aby došlo k hospodářské soutěži. Subjekty v nekalosoutěžním jednání lze rozdělit na subjekty, které se nekalosoutěžního jednání dopouštějí (především soutěžitelé) a na subjekty, kteří jsou nekalosoutěžním jednáním dotčeni. Do druhé skupiny patří soutěžitelé, spotřebitelé, zákazníci a jiné osoby. Podle § 41 obchodního zákoníku (dále jen ObchZ) za soutěžitele je považována fyzická i právnická osoba, která se účastní hospodářské soutěže, i když není podnikatelem. Soutěžitel tedy může být podnikatel i nepodnikatel, např. nadace,

---

<sup>15</sup> § 44 odst. 1 zákona č. 513/1991 Sb., obchodního zákoníku

stát, lékař, advokát. V obou případech soutěžitel je povinen dbát právně závazných pravidel hospodářské soutěže.

Rozpor s dobrými mravy soutěže musíme odlišit od dobrých mravů týkajících se obecné morálky vymezených podle § 3 zákona č. 40/1964 Sb., občanského zákoníku. Pojem dobré mravy soutěže není nikde v zákoně vymezen. Zpravidla se jedná o morální zásady uplatňující se v obchodním styku. Ty se postupem času vyvíjí. Co dříve bylo považováno za nekalé jednání, dnes je považováno v obchodě za běžné (např. srovnávání konkrétního druhu výrobku s „běžným“ jako je zubní pasta, prací a mycí prostředky aj.). Posouzení, zda došlo k porušení dobrých mravů je individuální u každého případu.

Jednání způsobilé přivodit újmu nemusí újmu přímo způsobit, stačí reálná hrozba, že k ní může dojít. Jedná se o újmu majetkovou, ale také nemajetkovou jako je např. poškození dobré pověsti, dobrého jména, vyzrazení obchodního tajemství apod.

## **7.2 Druhy nekalé soutěže**

Nekalé soutěžní jednání je delikt soukromoprávní a zákon o ochraně hospodářské soutěže se na něj nevztahuje. Za nekalou soutěž se považuje:

- klamavá reklama,
- klamavé označování zboží a služeb,
- vyvolávání nebezpečí záměny,
- parazitování na pověsti,
- podplácení,
- zlehčování,
- srovnávací reklama,
- porušování obchodního tajemství,
- ohrožování zdraví spotřebitele a životního prostředí.

Obchodní zákoník tyto skutkové podstaty nekalé soutěže vymezuje jako demonstrativní. Jednání, které nenaplnuje skutkovou podstatu podle § 44 odst. 2, lze rovněž považovat za nekalou soutěž, jestliže jednání splňuje předpoklady podle § 44 odst. 1.

**Klamavá reklama** je šíření údajů o podniku vlastním nebo cizím, jeho výrobcích a výkonech, které vyvolává klamavou představu a může mít za následek prospěch podniku na úkor jiných subjektů v hospodářské soutěži. Šíření údajů může mít různou formu, a to slovem mluveným nebo psaným, tiskem, fotografií, sdělovacím prostředkem.

**Klamavé označení zboží** a služeb je veškeré označení, které může vyvolat mylnou představu, že věc pochází z jiného státu, oblasti nebo určitého výrobce. Od 1. července 2010 vešla v účinnost novela zákona č. 152/2010 Sb., kterým se mění zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů. Navrhovaná úprava je součástí komplexní reakce na stále se zvyšující počet obětí tzv. katalogových podvodů, kdy s využitím komplexu právně velmi pečlivě připravených lstivých praktik a úskočného jednání zaměřeného primárně na hromadné a systémové uvádění hospodářských subjektů v omyl, dochází k nezamýšleným registracím v katalogích pochybné úrovně za cenu, která mnohonásobně převyšuje cenu obvyklou za služby obdobného charakteru a z jejichž postaty přitom zřetelně vyplývá, že by je nikdo průměrně rozumný nikdy nemohl vědomě uzavřít. Plnění požadované za tuto registraci nepoctivá katalogová firma důsledně vymáhá prostřednictvím nevybíravého a velmi propracovaného psychologického a právního nátlaku.<sup>16</sup> Novela zakazuje katalogovým firmám používání zmíněných nekalých obchodních praktik. Doplňuje znění § 46 ObchZ odstavcem 5. Inzerce v rámci podnikatelské činnosti a pro účely hospodářského styku, která nabízí registraci v katalogích, jako jsou zejména telefonní a jiné seznamy, prostřednictvím platebního formuláře, složanky, faktury, nabídky opravy nebo jiným podobným způsobem, musí obsahovat jednoznačně a zřetelně vyjádřenou informaci, že tato inzerce je výlučně nabídkou na uzavření smlouvy. To platí přiměřeně i pro přímou nabídku takové registrace.<sup>17</sup>

**Vyvolání nebezpečí záměny** zahrnuje napodobování cizích výrobků, užití názvu nebo loga jiného soutěžitele, dále napodobení cizích výrobků, jejich obalů nebo výkonů a užití zvláštních označení podniku či úpravy výrobků, které jsou typické pro konkrétní podnik.

---

<sup>16</sup> Důvodová zpráva k zákonu č. 152/2010 Sb.

<sup>17</sup> § 46 odst. 5 zákona č. 513/1991 Sb., obchodního zákoníku

**Parazitování na pověsti** podniku, výrobků či služeb jiného soutěžitele je využívání dobrého jména podniku s cílem získat prospěch ve vlastním podnikání.

**Podplácení** je jednání, ve kterém soutěžitel nabídne, slíbí nebo poskytne osobě, která je v určitém vztahu k jinému soutěžiteli, jakýkoliv prospěch s cílem získat neoprávněné výhody nebo prospěch. Jedná se o aktivní podplácení. Naopak pasivního podplácení se dopouští osoba, která je ve vztahu k jinému soutěžiteli a která žádá nebo přijme prospěch za účelem zvýhodnění soutěžitele vůči jiným.

**Zlehčováním** soutěžitel uvádí nebo rozšiřuje nepravdivé údaje o poměrech, výrobcích či výkonech jiného soutěžitele a může mu přivodit svým nekalým jednáním újmu. Zlehčováním je také uvádění a rozšiřování pravdivých údajů o poměrech, výrobcích či výkonech jiného soutěžitelé, pokud jsou způsobilé jinému soutěžiteli přivodit újmu. Nekalou soutěží není jednání, ke kterému byl soutěžitel donucen tzv. oprávněná obrana. Oprávněná obrana může být reakcí soutěžitele na nekalé jednání jiného soutěžitele, a to i s určitým časovým odstupem.

**Srovnávací reklama** je jakákoliv reklama, která přímo či nepřímo identifikuje jiného soutěžitele, zboží nebo služby nabízené jiným subjektem. Srovnávací reklama je výjimečně povolena, pokud srovnává stejné výrobky a změřitelné a prokazatelné údaje. ObchZ vymezuje v jakých případech je srovnávací reklama přípustná.

**Obchodní tajemství** zahrnuje informace, které jsou pro podnik cenné a jejichž ztrátou by mohl utrpět újmu. Patří sem informace obchodní, výrobní či technické povahy.

**Ohrožováním zdraví spotřebitele a životního prostředí** soutěžitel získává výhodu díky nedodržování norem na ochranu zdraví a životního prostředí.

### **7.3 Právní ochrana proti nekalé soutěži podle obchodního zákoníku**

Spory z nekalé soutěže řeší soudy v řízeních občanskoprávního charakteru na základě žalob subjektů, kteří se cítí nekalou soutěží poškozeni. Na základě § 53 ObchZ poškozený může požadovat zdržení se nekalého soutěžního chování, odstranění závadného stavu, poskytnutí přiměřeného zadostiučinění (peněžitě nebo nepeněžitě),



náhradu škody a vydání bezdůvodného obohacování. První dva prostředky mají zamezit nekalému soutěžnímu jednání – funkce zabraňovací, ostatní mají odstranit již vzniklé následky vyvolané nekalou soutěží a nahradit tak vzniklé újmy – funkce náhradová.

**Právní prostředek zdržení se jednání** lze uplatnit v případě, kdy dochází k nekalému jednání nebo je zde reálná obava, že k němu teprve dojde. Subjekt, který se cítí dotčen nekalou soutěží, může hájit své zájmy u soudu tzv. zdržovací žalobou a domáhat se zdržení nekalého jednání (např. aby rušitel dále neuváděl nepravdivé a klamavé údaje o svých výrobcích či službách, aby nešířil klamavou reklamu apod.). Žaloba má charakter prevence a nelze ji uplatnit, pokud jednání již skončilo a nehrozí jeho opakování.

**Odstranění závadného stavu** si klade za cíl odstranit původ následku závadného stavu. Prostředkem ochrany je odstraňovací žaloba, kterou se žalobce domáhá odstranění závadného stavu. Podmínkou pro podání žaloby je již vzniklá újma. V praxi se často spolu s odstraněním závadného stavu požaduje zdržení se nekalého jednání a oba nároky vedou k zastavení nekalosoutěžního jednání.

**Poskytnutí přiměřeného zadostiučinění** je právní prostředek ochrany, kterým je kompenzována újma nemateriální povahy, jež vznikla v důsledku nekalého jednání. Forma přiměřeného zadostiučinění může být nehmotné (např. veřejná omluva v tisku), ale i peněžní povahy, případně kombinací obou.

**Náhrada škody** má reparovat vzniklou újmu, tedy skutečnou škodu, ušlý zisk nebo náklady, které újmou vznikly v důsledku nekalé soutěže. Náhrada škody je obecně považována za kompenzační a sankční instrument soukromého práva. Základním ustanovením regulujícím náhradu škody v oblasti nekalé soutěže je tak § 373 ObchZ, podle něhož platí, že „kdo poruší svou povinnost ze závazkového vztahu, je povinen nahradit škodu tím způsobenou druhé straně, ledaže prokáže, že porušení povinností bylo způsobeno okolnostmi vylučujícími odpovědnost“.<sup>18</sup> Předpoklady odpovědnosti za škodu, které musí být splněny pro přiznání náhrady škody, jsou:

- protiprávnost spočívající v nekalosoutěžním jednání (podle § 44 -52 ObchZ),
- vznik škody,

---

<sup>18</sup> Ondřejová, D.: Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži, str. 115

- příčinná souvislost mezi protiprávním jednáním a vzniklou škodou (existuje tehdy, vznikla-li škoda v důsledku protiprávního jednání, dokazování příčinné souvislosti je obtížné).

Náhrada škody se hradí v penězích, případně lze požadovat uvedení do původního stavu, je-li to možné.

**Vydání bezdůvodného obohacování** není právně upraveno obchodním zákoníkem, ale zákoníkem občanským. Předpokladem nároku na vydání bezdůvodného obohacování je skutečnost, že došlo k neoprávněnému nabytí určitého majetkového prospěchu. Kdo se na úkor jiného bezdůvodně obohatí, musí obohacení vydat.<sup>19</sup> Bezdůvodným obohacením je majetkový prospěch získaný plněním bez právního důvodu, plněním z neplatného právního úkonu nebo plněním z právního důvodu, který odpadl, jakož i majetkový prospěch získaný z nepoctivých zdrojů.<sup>20</sup>

Výše zmiňovaná novela ObchZ č. 152/2010 zařazuje mezi právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži nově § 55, podle kterého smlouva, její část nebo její jednotlivé ustanovení, při jejímž uzavření byl porušen zákaz nekalé soutěže (§ 44 až 52), je od počátku neplatná.

Kromě vymezení ochrany proti nekalé soutěži obsažené v ObchZ existují i jiné prostředky ochrany v jiných právních předpisech např. v občanském soudním řádu, trestním zákoníku, občanském zákoníku apod. Důležitým prostředkem ochrany je institut předběžného opatření. Podání žaloby a návrhu na jeho vydání je upraveno zákonem č. 99/1963, Občanský soudní řád, v platném znění. Předběžné opatření je opatření, které dočasně řeší úpravu právních poměrů, než je vydán v této věci pravomocný rozsudek (např. lze uložit zákaz výroby do doby vynesení definitivního rozhodnutí apod.). Jedná se o rychlý a účinný prostředek, který nevyžaduje zdlouhavé jednání.

Nekalá soutěž je též trestným činem podle § 248 zákona č. 40/2009 Sb., trestního zákoníku, v platném znění. Kdo poruší jiný právní předpis o nekalé soutěži tím, že se při účasti v hospodářské soutěži dopustí nekalosoutěžního jednání a způsobí tím ve

---

<sup>19</sup> § 451 odst. 1 zákona č.40/1964 Sb., občanského zákoníku

<sup>20</sup> § 451 odst. 2 zákona č.40/1964 Sb., občanského zákoníku

větším rozsahu újmu jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům nebo opatří tím sobě nebo jinému ve větším rozsahu neoprávněné výhody, bude potrestán odnětím svobody až na tři léta, zákazem činnosti nebo propadnutím věci nebo jiné majetkové hodnoty.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> § 248, odst. 1., zákona č. 40/2009 Sb., trestního zákoníku

## 8. Spotřebitel a internet

### 8.1 Elektronické obchodování

Elektronické obchodování je oblast, která se v posledních dvou desetiletích dynamicky rozvíjela a neustále se rozvíjí. Významným prvkem rozvoje internetového nakupování je především rozšiřující se přístup spotřebitelů k internetu, zejména domácností. Podle údajů Českého statistického úřadu přístup k internetu v domácnostech v ČR byl v roce 2005 téměř 20 % a v roce 2010 již 56 %. Nárůst nakupujících přes internet je také výrazný, neboť v roce 2005 to bylo pouhých 6 % a v roce 2010 už 25,4 % kupujících starších šestnácti let. Největší podíl zboží elektronického obchodování tvoří vstupenky, elektronika, oblečení, obuv, kosmetika, zdravotní potřeby, knihy, spotřební potřeby atd. Kromě nakupování se rozvíjejí i sociální sítě, kde uživatelé spolu komunikují, hodnotí zboží a obchody apod.

Spotřebitelský trh na internetu poskytuje spotřebiteli širokou nabídku, pohodlný nákup a ceny o 10 až 25 % nižší než v tradičních obchodech. Současně se ovšem vyskytuje mnoho problémů. Světové spotřebitelské organizace odhadují, že se až 10 % zaplaceného zboží nedostane ke svému adresátovi. Vyskytují se také problémy se zneužíváním získaných informací o zákazníkovi a jeho platebních kartách. Zajímavé je, že až 80 % problémů tu souvisí nikoliv s obchodem mezi podnikatelem a spotřebitelem, ale s obchody mezi dvěma spotřebiteli. Někdo, kdo není podnikatelem, prostě na internetu něco nabídne, nejčastěji formou aukce, vyinkasuje peníze a zmizí ze sítě.<sup>22</sup> Jedná se o obchod C2C (Consumer-to-Consumer). Dále se na internetu můžeme setkat s obchodními transakcemi B2B (Business-to-Business), kde jde o obchodování mezi podniky navzájem a B2C (Business-to-Consumer), což je obchod mezi firmou a konečným spotřebitelem.

---

<sup>22</sup> Z BusinessInfo.cz, Nové úkoly evropské spotřebitelské politiky [online] [cit. 2011-09-12], Dostupné z: [http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/politiky-eu/prava-spotrebitele-v-evropske-uni/1000521/7893/#Nove\\_ukoly](http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/politiky-eu/prava-spotrebitele-v-evropske-uni/1000521/7893/#Nove_ukoly)>

## 8.2 Právní úprava elektronického obchodování

Internet je bez hranic, snadno nabízí zboží a služby velkému okruhu zákazníků v celé zemi, zahraničí i na druhé straně zeměkoule. Právní úprava internetového obchodování je shodná s úpravou obchodů tradičních, tzv. „kamenných“ provozoven. Vymezení nalezneme v ObčZ (§ 53 - § 53a). V ustanovení § 53 je upraveno tzv. obchodování na dálku a právě elektronické obchodování je jedním z prostředků komunikace na dálku. Podrobnější výklad spotřebitelských smluv uzavíraných prostřednictvím prostředků komunikace na dálku je v kapitole 9.

Prodávající má podle ObčZ řadu specifických informačních povinností, které musejí být poskytnuty určitým a srozumitelným způsobem ještě před uzavřením smlouvy. Spotřebiteli musí být s dostatečným předstihem poskytnuty především údaje o obchodním jménu a další kontaktní údaje, hlavní charakteristiky zboží nebo služeb, cena zboží nebo služeb včetně všech poplatků, náklady na dopravu, způsob platby a dodání, poučení o právu na odstoupení od smlouvy, doba, po kterou zůstává nabídka nebo cena v platnosti. Pokud prodávající neposkytne spotřebiteli tyto informace, dochází k prodloužení lhůty, po kterou spotřebitel může odstoupit od smlouvy, a to na tři měsíce od převzetí plnění. Splní-li ovšem prodávající svou informační povinnost, má spotřebitel právo od smlouvy odstoupit bez udání důvodů a bez jakékoliv sankce do čtrnácti dnů od převzetí plnění.

Při elektronickém obchodování si zákazník zpravidla nemůže zboží před nákupem vyzkoušet a prohlédnout, proto je v zákoně stanovena výše zmiňovaná 14 denní lhůta na odstoupení od smlouvy. Prodávající je v takovém případě povinen vrátit kupujícímu celou kupní cenu. ObčZ v § 53 odst. 8 stanoví, na které zboží se nárok na vrácení peněz nevztahuje, např. na zboží, které podléhá rychlé zkáze, opotřebení nebo zastarání, na dodávku novin, periodik a časopisu aj.

Okamžik uzavření smlouvy je rozhodující, zda na smlouvu bude pohlíženo jako na smlouvu uzavřenou pomocí prostředků komunikace na dálku nebo jako na běžnou smlouvu uzavřenou v obchodě. Příklad: Pokud dojde k objednávce zboží v internetovém obchodě, přičemž zákazník si zboží osobně vyzvedne v provozovně prodávajícího, je smlouva uzavřena distančním způsobem pouze tehdy, jestliže k jejímu

uzavření došlo již doručením objednávky prodávajícímu. Pokud by ale objednávka měla jakousi nezávaznou povahu a k uzavření smlouvy by došlo v provozovně poskytovatele služby teprve převzetím zboží, šlo by o běžný prodej zboží v obchodě.<sup>23</sup> Prodávající má povinnost potvrdit spotřebiteli obdržení jeho objednávky, a to písemně.

Při použití elektronických prostředků musí být součástí návrhu kromě informací podle § 53 odst. 3 rovněž informace o tom, zda je smlouva po svém uzavření dodavatelem archivována a zda je přístupná, informace o jednotlivých technických krocích vedoucích k uzavření smlouvy, informace o jazycích, v nichž lze smlouvu uzavřít, informace o možnosti zjištění a opravování chyb vzniklých při zadávání dat před podáním objednávky a informace o kodexech chování, které jsou pro něj závazné nebo které dobrovolně dodržuje, a jejich přístupnosti při použití elektronických prostředků; to neplatí při jednání výlučně výměnou elektronické pošty nebo obdobnou individuální komunikací.<sup>24</sup> Podle odst. 2 musí být spotřebiteli před odesláním objednávky umožněno kontrolovat vložená data a upravovat je.

Právní úprava elektronického obchodování je složitá, mnohdy spotřebitel či prodávající pochází ze zahraničí a obchodní vztahy se řídí právem jiného státu.

### **8.3 Vyhodnocení výsledků dotazníku**

Přes mnohé výhody nakupování online, velké množství spotřebitelů využívá stále tradičního způsobu nakupování. Oslovila jsem 140 respondentů různého věku, pohlaví i vzdělání a předložila jsem jim krátký dotazník ohledně nakupování zboží prostřednictvím internetu. Výsledky jsem vyhodnotila a některé z nich zpracovala do přehledných grafů.

Nejvíce dotazovaných respondentů patří do věkové kategorie 15 až 25 let, další nejpočetnější skupinu tvoří lidé do 40 let. Nejméně respondentů je zastoupeno ve

---

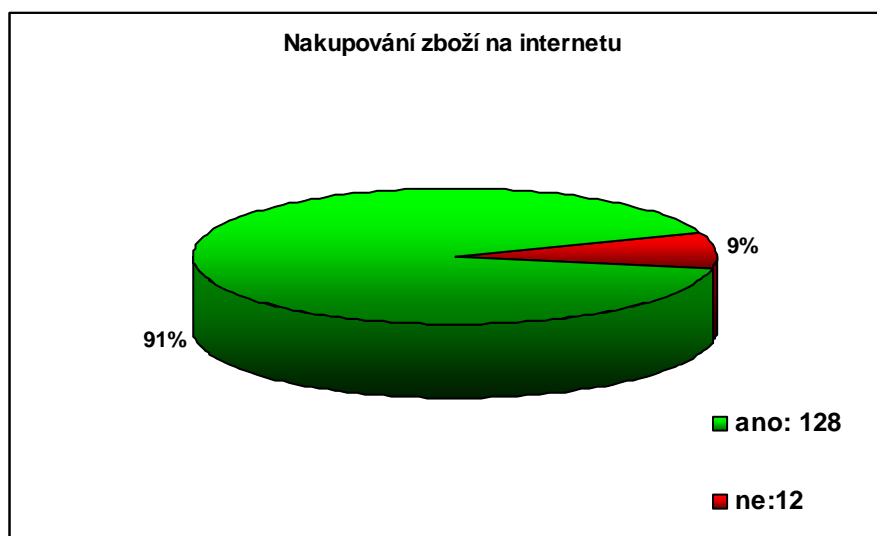
<sup>23</sup> Spotřebitel.cz, Smlouvy uzavírané pomocí internetu ...[cit. 2011-09-18], Dostupné z:<  
[http://www.spotrebiteel.cz/index.php?option=com\\_content&view=article&id=112415:smlouvy-uzavirane-pomoci-internetu-a-jinych-prostedk-komunikace-na-dalku&catid=72&Itemid=220](http://www.spotrebiteel.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=112415:smlouvy-uzavirane-pomoci-internetu-a-jinych-prostedk-komunikace-na-dalku&catid=72&Itemid=220)>

<sup>24</sup> § 53a, odst. 1., zákona č. 40/1964 Sb., občanského zákoníku

skupinách 41 až 55 let a nad 56 let. Co se týká pohlaví, nejvíce jsou zde zastoupeny ženy, a to 69 %.

Ze všech oslovených respondentů na otázku, zda někdy nakupovali na internetu, kladně odpovědělo 91 %. Ostatních 9 % nikdy nenakupovalo na internetu a ani v budoucnu to nemá v úmyslu. Zajímavostí je, že všechny záporné odpovědi, se týkaly osob nad 56 let. Tato věková skupina raději nakupuje tradičním způsobem.

**Graf č. 1**

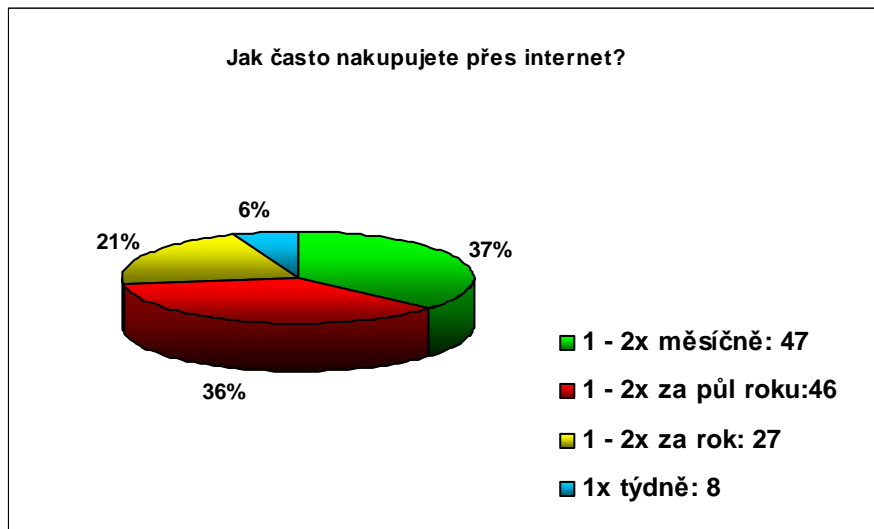


Všichni dotázaní mají přístup na internet. Téměř 87 % z respondentů má internet doma. Zbytek má přístup v práci, ve škole, případně jinde.

Následující grafy zobrazují odpovědi respondentů, kteří kladně odpověděli na otázku, zda někdy nakupovali na internetu.

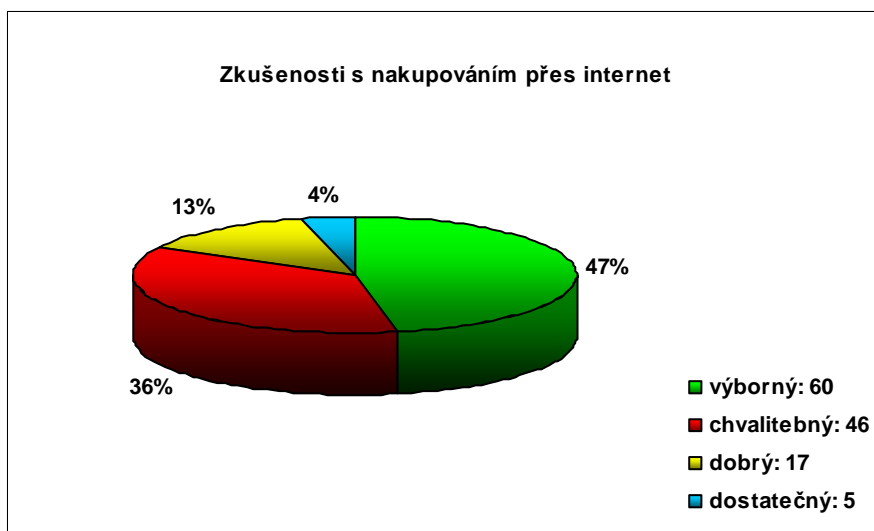
Frekvence nakupování na internetu je nejčastěji 1 – 2x měsíčně, nejméně nakupují lidé jednou za týden.

**Graf č. 2**



Většina dotázaných se nesetkala s velkým problémem při online nakupování a má velmi dobré zkušenosti s tímto trendem. Žádný z oslovených respondentů nezvolil možnost nedostatečný, z čehož lze odvodit, že i přes špatné zkušenosti s nakupováním na internetu je to neodradí a v budoucnu opět zvolí tuto formu nákupu.

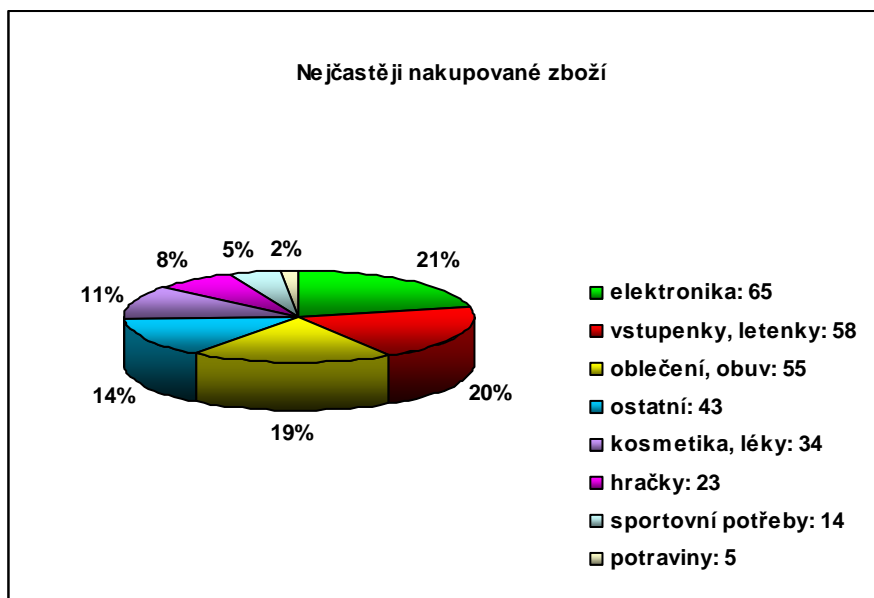
**Graf č. 3**





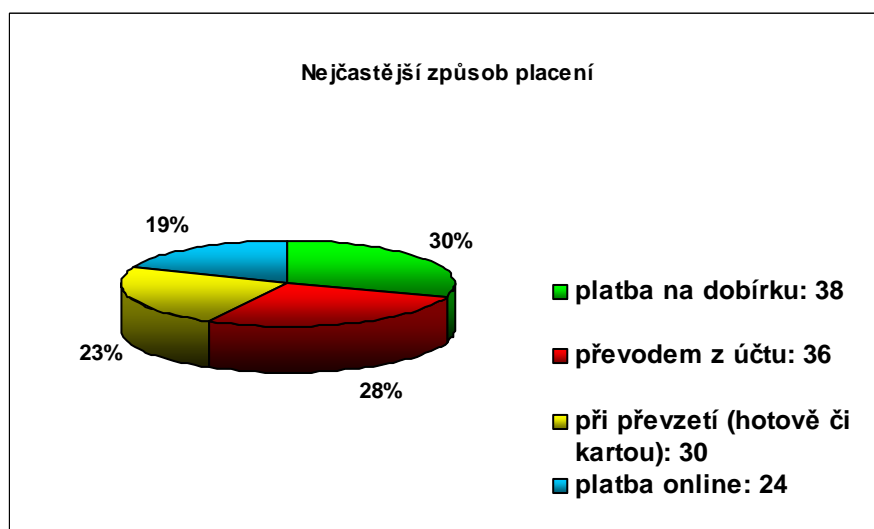
Největší podíl nakupovaného zboží přes internet tvoří elektronika spolu se vstupenkami, letenkami, oblečením a obuví. Nejčastěji toto zboží nakupuje 60 % dotázaných. Další skupinou je nespécifikované zboží, kosmetika, léky a hračky. Nejmenší zastoupení mají potraviny, a to pouhá 2 %.

**Graf č. 4**



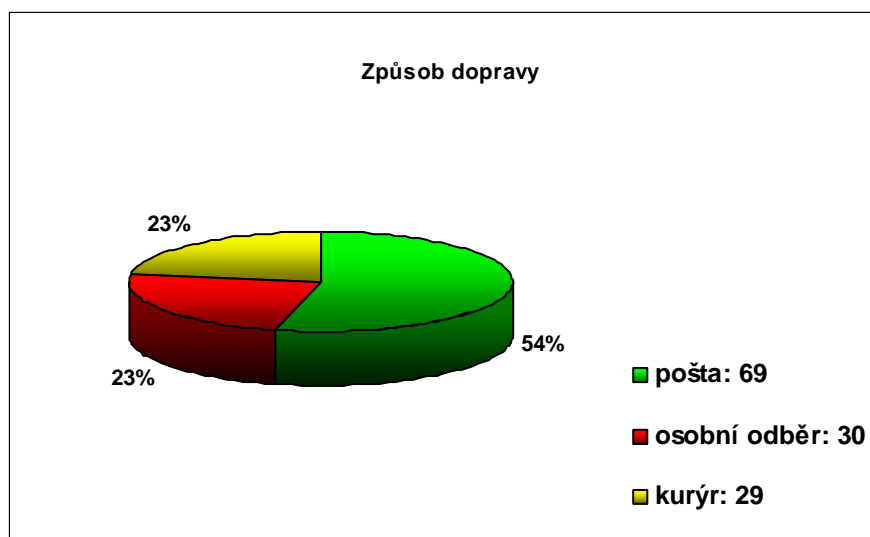
Nejčastější formou placení je platba na dobírku, kterou využívá 30 % všech oslovených respondentů. Další způsoby placení jako je převod z účtu a platba při převzetí jsou téměř stejně oblíbené. Na posledním místě je platba kartou online, kterou využívá 19 % všech dotázaných. Podle mého názoru je tento způsob placení nejméně využívaný, neboť lidé nemají jistotu v zabezpečení plateb přes internet a stále se obávají zneužití bankovních údajů.

**Graf č. 5**



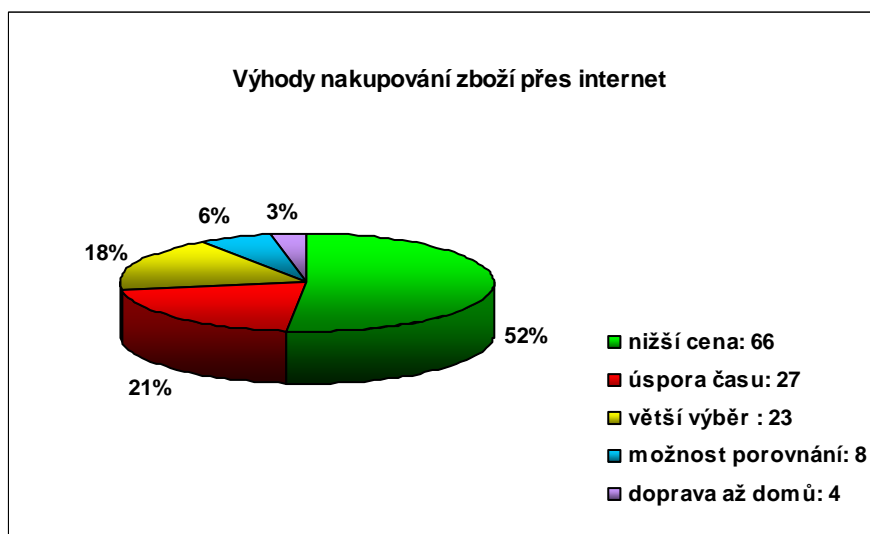
Způsob dopravy souvisí se zvolenou formou placení. Respondenti, kteří zvolili platbu na dobírku, vždy také zaškrtnli odběr na poště. Tento způsob dopravy patří stále mezi nejoblíbenější a ze všech dotázaných lidí si ho zvolilo 54 %. Osobně raději volím jiný způsob než odběr na poště a překvapila mě výrazná odchylka od ostatních forem dopravy. Osobní odběr a doprava kurýrem mají téměř shodné zastoupení.

**Graf č. 6**



Většina oslovených respondentů nakupuje zboží na internetu z důvodu nižší ceny. Za další výhodu je považována úspora času, protože odpadá chození po kamenných obchodech a za poměrně krátkou dobu lze vybrat a koupit žádaný produkt či službu. Ve 23 případech respondenty zajímá větší výběr zboží a 8 respondentů dává přednost možnosti porovnání zboží. Nejmenší zastoupení má varianta doprava až domů, a to 3 %.

**Graf č. 7**



Na otázku, zda při nakupování na internetu se lidé zajímají o obchodní podmínky a reklamační řád, více jak polovina dotázaných odpověděla kladně. Byla jsem mile překvapena, neboť jsem očekávala nižší počet kladných odpovědí, zejména u věkové kategorie 15 -25 let, kde odpověď ano zvolilo 34 respondentů, což je více než polovina kladných odpovědí.

**Graf č. 8**



Další otázka byla, zda při nakupování přes internet vždy respondenti dostali následné potvrzení o přijetí objednávky. Ze 128 lidí obdrželo potvrzení 89 % a pouhých 14 respondentů se potvrzení objednávky nedočkalo.

**Graf č. 9**



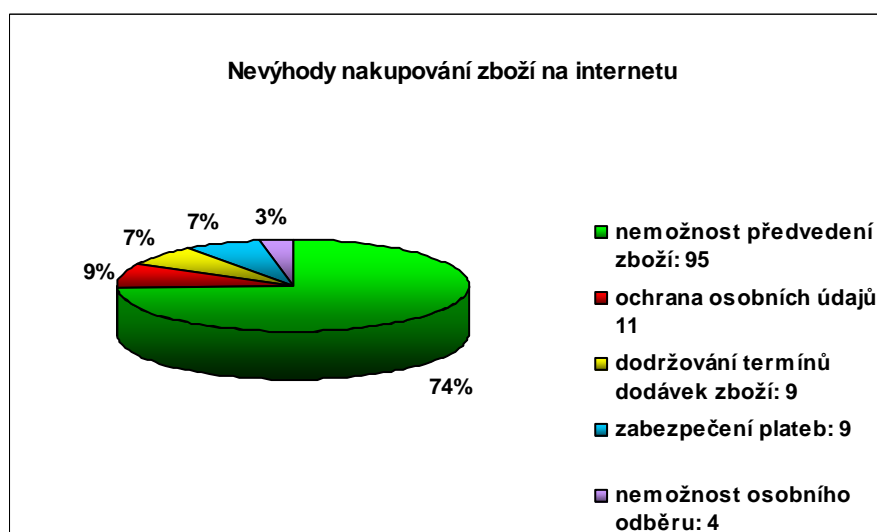
Možnost vrátit zboží do 14 dnů bez uvedení důvodu využilo 17 %, tedy 22 respondentů. Zbytek o této možnosti nevěděl nebo ji nevyužil.

**Graf č. 10**



Podle respondentu je největší nevýhodou online nakupování, že při tomto způsobu nákupu přichází o možnost zboží předvést nebo vyzkoušet. Zákazník si může zvolený produkt pouze prohlédnout na fotografiích, případně přečíst hodnocení zboží a recenze. Pro 74 % dotázaných lidí je to největší problém. Další nevýhody jsou považovány za méně důležité.

**Graf č. 11**



Nakupování na internetu není bez rizika a zákazníci by měli znát svá práva. V některých případech se obchod uzavřený na internetu neuskuteční. Důvody mohou být různé např. neobdržení plateb, nedodání objednaného zboží, obdržení jiného zboží apod. Spotřebitelé, kteří nakupují přes internet v zahraničí a kterým jsou upírána jejich práva, se mohou obrátit na Evropské spotřebitelské centrum (ESC). Centrum bezplatně pomáhá řešit spotřebitelské spory v jiných členských zemích EU, Norsku a Islandu a poskytuje informace o právech spotřebitelů na evropském trhu. Nezabývá se spory spotřebitelů a prodejců ze stejné země. Evropské spotřebitelské centrum pomáhá zákazníkům orientovat se na vnitřním trhu EU a snaží se získat jejich důvěru k nákupům z jiné členské země. Jednotlivá centra v členských zemích EU, Norsku a Islandu tvoří síť ECC-Net a vzájemně spolupracují na řešení spotřebitelských sporů. Evropské spotřebitelské centrum v České republice bylo založeno v roce 2005 a od ledna 2009 působí při České obchodní inspekci. V rámci své činnosti ESC vydalo informační leták „Nakupování na internetu bez rizika“, ve kterém upozorňuje zákazníky např. na jejich online práva, lhůtu na odstoupení od smlouvy bez udání důvodu, na zabezpečení plateb na internetu, dále varuje před internetovými podvodníky, nabádá k opatrnosti na elektronických tržištích a radí, kde se domáhat pomoci aj.

## 9. Spotřebitelské smlouvy

### 9.1 Vymezení spotřebitelských smluv

Spotřebitelské smlouvy byly včleněny do ObčZ novelizujícím zákonem č. 367/2000 Sb. Úpravu ObčZ lze rozdělit na obecnou a zvláštní. Obecná úprava vymezuje spotřebitelské smlouvy, zvláštní úprava se věnuje jednotlivým typům smluv. Spotřebitelské smlouvy jsou podle § 52 odst. 1 ObčZ „smlouvy kupní, smlouvy o dílo, případně jiné smlouvy upravené v části osmé tohoto zákona, pokud smluvními stranami jsou na jedné straně spotřebitel a na druhé straně dodavatel.<sup>25</sup> Dodavatelem je osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy jedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti. Spotřebitelem je osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti.

Jde tedy o souhrnné označení smluv, které uzavírají výše zmiňované subjekty podle ObčZ, ale i podle jiných právních předpisů. Jedná se o obecné vymezení pojmu. Spotřebitelská smlouva tedy není zvláštním smluvním typem jako např. kupní smlouva, ale definováním subjektů smluvního vztahu vymezuje předmět úpravy spotřebitelských smluv.

Spotřebitelskou smlouvou může být jakýkoliv typ smlouvy, tedy i smlouva nepojmenovaná. Forma spotřebitelské smlouvy může být ústní i písemná. Smluvní ujednání spotřebitelských smluv se nemohou odchýlit od zákona v neprospěch spotřebitele. Spotřebitel se zejména nemůže vzdát práv, které mu zákon poskytuje nebo jinak zhoršit své smluvní postavení.<sup>26</sup> Spotřebitelské smlouvy mohou být uzavírány podle ObčZ, ale i podle ObchZ. V takovém případě se smlouvy řídí ustanovením §262 ObchZ, přičemž nesmí dohoda směřovat ke zhoršení právního postavení účastníka smlouvy, který není podnikatelem. Obchodní zákoník je tzv. zvláštním (speciálním) zákonem ve vztahu k občanskému zákoníku a naopak občanský zákoník je vůči obchodnímu zákoníku obecným zákonem (generálním), tzn., že v rámci působnosti obchodního zákoníku se použije obchodní zákoník a nejsou-li některá ustanovení v ObchZ upravena, použije se občanský zákoník.

---

<sup>25</sup> Hulva, T.: Ochrana spotřebitele, str. 186

<sup>26</sup> § 55 zákona č. 40/1964 Sb., občanského zákoníku

**Příklad: Kupní smlouva podle obchodního zákoníku**

*Ve velkoobchodě Makro smí nakupovat pouze registrovaní zákazníci, kteří předloží živnostenský list. Z toho je zřejmé, že nakupované zboží slouží pro podnikatelské účely. Kupní smlouva je uzavírána podle obchodního zákoníku.*

Zákonná úprava spotřebitelských smluv stanoví povinnosti podnikatele informovat spotřebitele, uvádí nepřipustná jednání, která v rozporu s požadavkem dobré víry znamenají k újmě spotřebitele značnou nerovnováhu v právech a povinnostech stran a stanoví zvláštní případy práva odstoupení od smlouvy.

## 9.2 Uzavírání spotřebitelských smluv

Spotřebitel může obecně uzavírat smlouvy osobně (případně v zastoupení). Spotřebitelská smlouva může být uzavřena i za použití prostředků komunikace na dálku, které umožňují uzavřít smlouvu bez fyzické přítomnosti smluvních stran.<sup>27</sup> K přímému kontaktu dochází v provozovně podnikatele nebo mimo provozovnu (např. tržiště, výstavy apod.). Nepřímý kontakt je vymezen ObčZ. Prostředky komunikace na dálku se rozumí zejména: neadresovaný tisk, adresovaný tisk, typový dopis, reklama v tisku s objednávkovým tiskopisem, katalog, telefon s (lidskou) obsluhou, telefon bez (lidské) obsluhy (automatický volací přístroj, audiotext), rozhlas, videotelefon (telefon s obrazovkou), elektronická pošta, faxový přístroj, televize (televizní nákup, teleshopping), veřejná komunikační síť, například internet.<sup>28</sup> Tato forma uzavírání smluv může být použita pouze se souhlasem spotřebitele a nesmí mu vzniknout žádné náklady.

Spotřebitel má právo odstoupit od smlouvy uzavřené na dálku bez uvedení důvodu a bez jakékoliv sankce do 14 dnů od převzetí plnění, do jednoho měsíce, jestliže nedošlo k plnění a do jednoho roku od jejího uzavření, pokud nebyl nejpozději při uzavření smlouvy písemně upozorněn na právo od smlouvy odstoupit. Odstoupení musí být písemné, nemusí být uváděny důvody. Spotřebitel má nárok na vrácení peněz do třiceti dnů od odstoupení od smlouvy.

<sup>27</sup> Tomančáková, B.: Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady, str. 80

<sup>28</sup> § 53, odst. 1., zákona č. 40/1964 Sb., občanského zákoníku

Podle § 56 spotřebitelské smlouvy nesmějí obsahovat ujednání, která v rozporu s požadavkem dobré víry znamenají k újmě spotřebitele značnou nerovnováhu v právech a povinnostech stran. Nepřípustná ujednání jsou vymezena v odst. 3 § 56.

Spotřebitelské smlouvy uzavírané přímým kontaktem mimo provozovnu podnikatele na jedné straně mohou zvyšovat komfort spotřebitelů, kteří nemusí složitě vyhledávat poskytovatele služeb, na druhé straně však často vtíravým jednáním spotřebitele mohou obtěžovat. Spotřebitel nemá často možnost srovnání nabídek (zvláště v případě podomního obchodu) a je vlastně pod nátlakem poskytovatele služby. Mezi nejběžnější formy podnikání mimo stálou provozovnu patří stánkový prodej a prodej na tržištích, ale také pojízdné prodejny (např. prodejny mražených výrobků Family Frost). Vymezení pojmu provozovny nalezneme v zákoně č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání.



## 10. Řešení sporů

Spotřebitelské spory vznikají ze spotřebitelských smluv v důsledku porušení povinností jedné nebo druhé strany, tj. mezi spotřebitelem a dodavatelem nebo poskytovatelem služby. Spory se mohou týkat různých nároků např. odpovědnost za vady, odpovědnost za škodu způsobenou vadou výrobku, spory o uznání reklamace vad zboží koupeného v obchodě apod.

### 10.1 Soudní řešení spotřebitelských sporů

Spotřebitelské spory v rámci soukromoprávní ochrany spotřebitele řeší obecný soud. Obecným soudem občana je soud, v jehož obvodu má občan bydliště, a pokud nemá bydliště, tak je to soud, v jehož obvodu se občan zdržuje. V případě právnické osoby obecným soudem je soud, v jehož obvodu má právnická osoba své sídlo. K řízení v prvním stupni jsou věcně příslušné okresní soudy. Odvolání proti jejich rozsudku řeší krajské soudy a o odvolání proti rozhodnutí krajských soudů rozhoduje vrchní soud. Podnětem k zahájení řízení je zpravidla návrh na zahájení řízení (žaloba). Žaloba musí být písemná a musí obsahovat:

- určení soudu, kterému je určena,
- označení účastníků řízení, tj. kdo je žalobce a žalovaný,
- označení věci, které se žaloba týká,
- určení, čeho se žalobce domáhá,
- vylíčení rozhodujících skutečností, označení důkazů,
- datum a podpis.

V průběhu řízení může být žaloba vzata zpět pouze se souhlasem druhé strany, dále může dojít k uznání nároku žalovanou stranou. Soud může také usilovat o smírné řešení. Dojde-li ke smíru a soud jej schválí, má povahu pravomocného rozsudku. Soudní řízení je ukončeno vydáním rozhodnutí, které může mít formu rozsudku, usnesení nebo platebního rozkazu. Rozhodnutí soudu lze zvrátit v rámci odvolání (řádné opravné řízení), případně v rámci mimořádného opravného řízení jako je obnova řízení a dovolání.

Spotřebitelské spory se zpravidla týkají malých částek v řádech stokorun, což je jedním z důvodů, proč spotřebitelé spor raději vzdají. Dalším důvodem je délka soudního řízení, rostoucí soudní poplatky a odměna za služby osobě právnického vzdělání. Často částka, o kterou je spor veden, bývá nižší než soudní poplatky a odměna advokáta.

## 10.2 Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů

Spotřebitel může využít i některé možnosti alternativních způsobů řešení spotřebitelských sporů tzv. mimosoudní řešení. Systém mimosoudního řešení sporů začal fungovat od 1. dubna 2008. Projekt připravilo Ministerstvo průmyslu a obchodu ve spolupráci s Ministerstvem spravedlnosti, Ministerstvem financí, Hospodářskou komorou České republiky, Rozhodčím soudem při Hospodářské komoře a Agrární komoře České republiky a spotřebitelskými sdruženími. Mimosoudní řešení sporů umožňuje řešit spory mezi spotřebiteli a podnikateli jinou než soudní cestou, která je často dlouhá a nákladná. Tento systém je celosvětově považován za rychlý a levný způsob řešení spotřebitelských sporů. Základem je dobrovolná účast obou stran, objektivní a nestranné řízení třetí strany, a to prostřednictvím mediace nebo rozhodčího řízení.

V prvních 2 letech byl systém v pilotní fázi a ze strany spotřebitelů a podnikatelských subjektů se setkal s kladnou odezvou. Prokázalo se, že systém mimosoudního řešení sporů je finančně i časově méně náročný než klasické soudní jednání. Ze zjištěných výsledků lze konstatovat, že systém je efektivní a akceptovatelnou formou a splňuje svůj účel. Ministerstvu průmyslu a obchodu jako garantu projektu mimosoudního řešení spotřebitelských sporů bylo na základě usnesení vlády č. 367 ze dne 24. 5. 2010 uloženo zahájit realizaci systému mimosoudního řešení spotřebitelských sporů a vytvořit nezbytné podmínky pro jeho činnost.<sup>29</sup> Systém stojí na třech základních pilířích, a to na poskytnutí informací, rozhodčím řízení a mediaci.

---

<sup>29</sup> MPO, Informace o výsledcích Projektu mimosoudního řešení spotřebitelských sporů, [online], [cit. 2011-10-19], dostupné z: < <http://www.mpo.cz/dokument79754.html> >

### 10.2.1 Rozhodčí řízení

Rozhodčí řízení označované někdy jako arbitráž je způsob řešení spotřebitelských sporů mimosoudní cestou třetí stranou, a to nezávislymi a nestrannými rozhodci. Rozhodčí řízení je alternativou v majetkových sporech, jeho výsledkem je vydání závazného rozhodčího nálezu. Rozhodčí řízení je neveřejné. Právní úpravu nalezneme v zákoně č. 216/1994 Sb., o rozhodčím řízení a o výkonu rozhodčích nálezů, ve znění pozdějších předpisů.

Podmínkou řešení sporu v rozhodčím řízení je uzavření dohody tzv. rozhodčí smlouvy. Jedná se o ujednání obou stran, o tom, že případné spory mezi nimi nebudou projednávány soudem, ale řešeny rozhodci nebo stálým rozhodčím soudem. Pokud je rozhodčí smlouva součástí hlavní smlouvy, označuje se jako rozhodčí doložka. Rozhodčí smlouva musí být vždy písemná. V rozhodčích doložkách často bývá jmenován konkrétní rozhodce nebo způsob určení rozhodce, který musí být jednoznačný. Podle zákona č. 216/1994 rozhodcem může být občan České republiky, ale i cizinec, který je zletilý a způsobilý k právním úkonům, pokud zvláštní předpis nestanoví jinak. Každý rozhodce má povinnost zachovávat mlčenlivost ohledně skutečností, které se dozvěděl v rozhodčím řízení. Zákon nestanovuje přesný obsah rozhodčí smlouvy a často je v rozhodčích doložkách odkazováno na rozhodčí řád. V běžné praxi odkazování na rozhodčí řád často vede k pokusům o obcházení zákona výběrem netransparentních a mnohdy podjatých rozhodců. V této oblasti došlo k pozitivnímu vývoji, který se týká rozhodčích doložek, a to rozhodnutím Vrchního soudu a následně Nejvyššího soudu. Velký senát Nejvyššího soudu potvrdil, že pokud rozhodčí smlouva či doložka neobsahuje jednoznačné určení rozhodce ad hoc (tj. rozhodce pro ten který konkrétní případ), nebo alespoň způsob jeho určení, ale v této věci odkazuje na rozhodčí řád nikoliv stálého rozhodčího soudu (tj. rozhodčího soudu, který je zřízen na základě zákona), ale „rozhodčí řád“ např. prosté právnické osoby (v praxi nejčastěji společností s ručením omezením), je neplatná. Pozor, nebude se ale jednat o neplatnost celé smlouvy (často kupní či úvěrové), nýbrž pouze této její části. Smlouva tak bude platná, ale veškeré spory bude moci rozhodovat pouze obecný soud.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Z článku SOS, Rozhodčí doložky ve spotřebitelských smlouvách ..., [online], [cit. 2011-10-23], dostupné z: <<http://www.spotrebitele.info/vae-prava/269-rozhodi-doloky-ve-spotebitelskych-smlouvach-dali-vyhrana-bitva.html>>

Rozhodčí nález plně nahrazuje soudní rozhodnutí a po doručení oběma stranám obvykle ihned nabývá právní moci a je též soudně vykonatelné. Rozhodčí řízení může být ukončeno také smírem. Rozhodčí řízení je zásadně jednoinstanční, to znamená, že proti vydanému rozhodčímu nálezu nelze podat řádný opravný prostředek (odvolání). Strany si ovšem mohou sjednat v rozhodčí smlouvě možnost přezkoumání rozhodčího nálezu jinými rozhodci. V takovém případě se jedná jen o další rozhodčí řízení.

### **10.2.2 Mediacce**

Mediace (zprostředkování) je způsob řešení sporů bez zásahu soudu, jehož cílem je dohoda. Zprostředkování je zajištěno třetí nezávislou osobou tzv. mediátorem, který vstoupí mezi znesvářené strany a který se snaží najít pro strany přijatelné řešení. Mediacce má oproti soudnímu řízení řadu výhod, patří mezi ně především dobrovolná účast stran, záruka důvěrnosti informací, úspora času a financí, snížení napětí a zlepšení vztahů mezi stranami. Mediátor používá psychologické metody při řešení konfliktu, strany se mají možnost vyjádřit, jsou vyslechnuty, mohou dávat návrhy a mají tak v rukou vlastní průběh mediace. Dohodnou-li se obě strany na řešení sporu prostřednictvím mediace, pak sepíší mediační dohodu do závazné smlouvy, která je právně vymahatelná. Mediacce je bezplatná, odměna mediátora je hrazena Ministerstvem průmyslu a obchodu.

Snahou celého systému je nalezení levného, efektivního a rychlého řešení spotřebitelských sporů. Systém přináší výhody pro spotřebitele i podnikatele. Největší výhody pro obě strany je rychlost řízení a finanční úspora. Mediacce je zdarma a v případě rozhodčího řízení poplatek zaplatí strana podávající žalobu (ve výši 3 % z hodnoty předmětu sporu, nejméně 800,- Kč). Další výhodou účastí podnikatele v mimosoudním řešení sporů je zviditelnění a posílení jeho dobrého jména. Do budoucna se předpokládá zveřejňování podnikatelů zapojených do tohoto systému.

## 11. Závěr

Ochrana spotřebitele je nezbytnou součástí moderního světa. Lidé se v běžném životě stávají zákazníky prostřednictvím každodenních nákupů zboží nebo služeb, měli by proto znát svá práva a možnosti jejich ochrany. Právní úprava ochrany spotřebitele je obsažena ve více právních předpisech, veřejnoprávních předpisů je dvakrát více než soukromoprávních. Některé pojmy nemají jednotné vymezení (např. spotřebitel) a u jiných naopak vymezení chybí zcela (např. dobré mravy).

Spotřebitelé často sami nevědí nebo v horších případech nevěnují pozornost tomu, co podepisují ve smlouvách, jako např. rozhodčí doložky. Mnoho lidí ani netuší, co rozhodčí doložka je, čeho se týká a že je obsažena ve smlouvě, kterou podepsali. Poté dojde-li ke sporu, je vzhledem k rozhodčí doložce, spor řešen mnohdy předpojatým rozhodcem, kterého vybral sám podnikatel. Jedná se o způsob, kterým si nepoctivý podnikatelé přivydělávají v mezích zákona. Zlepšení situace by měla přinést chystaná novela zákona o rozhodčím řízení, která je v současné době projednávána ve sněmovně. Podle mého názoru velkým kladem této novely je skutečnost, že rozhodčí doložka bude samostatná listina a nebude ukryta ve smlouvě jako doposud a nově zavedená možnost soudního přezkoumání věcné podstaty rozhodčího nálezu ve spotřebitelských sporech. Dále by podnikatel měl spotřebiteli vysvětlit všechny důsledky plynoucí z podpisu rozhodčí doložky. Otázkou je, kdo a jak to bude kontrolovat. Rozhodčí smlouva by měla také obsahovat informace o způsobu určení rozhodce, zahájení rozhodčího řízení, odměně rozhodce, místě konání rozhodčího řízení, a že pravomocný rozhodčí nález je soudně vykonatelný. Další změna se týká rozhodce, kterým v současné praxi může být kdokoliv, nově by tuto funkci měl vykonávat pouze bezúhonný člověk s vysokoškolským vzděláním v oboru práva. Rozhodci budou vedeni v seznamu rozhodců a nesmí rozhodovat o sporu, v němž jedna ze stran je s rozhodcem v příbuzenském či jiném vztahu.

Sebedokonalejší právní úprava nezajistí ovšem řádné fungování systému, pokud spotřebitel nebude dostatečně informovaný o svých právech a nebude se domáhat ochrany. Důležité také je, aby zákazníci byli obezřetní a věnovali pozornost dokumentům, které podepisují.

## 12. Seznam literatury

EVROPSKÁ KOMISE: *Strategie spotřebitelské politiky EU 2007 – 2013*, Lucemburk: Úřad pro úřední tisky Evropských společenství, 2007, 26 stran, ISBN 978-92-79-0611-0

EVROPSKÁ KOMISE: *Jak funguje Evropská unie*, Lucemburk: Úřad pro úřední tisky Evropských společenství, 2006, 56 stran, ISBN 92-79-02222-9

HULVA, T.: *Ochrana spotřebitele*, Aspi, Praha, 2005, s. 452, ISBN 80-73-57-064-5

HULVA, T.: *Právo ochrany spotřebitele pro neprávnický*, 1. vydání, Praha, Aspi, 2006, s. 360, ISBN 80-7357-172-2

MALÝ, K.: *České právo v minulosti*, 1. vydání, Praha, Nuga; Orac, 1995, s. 269, ISBN 80-85903-01-6

ONDREJOVÁ, Dana.: *Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži*, Wolters Kluwer ČR, 2010, s. 115, ISBN 978-80-7357-505-2

TOMANČÁKOVÁ, B.: *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*, Linde Praha, 2008, s. 222, ISBN 978-80-7101-695-2

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

### **Internetové zdroje:**

Businessinfo.cz. Portál pro podnikání a export

<http://www.businessinfo.cz>

Česká obchodní inspekce

<http://www.coi.cz>

Český statistický úřad

<http://www.czso.cz>

Ministerstvo průmyslu a obchodu

<http://www.mpo.cz>

Portál Evropské unie

<http://www.europa.eu>

Portál Spotřebitel.cz

<http://www.spotrebitel.cz>

Sdružení obrany spotřebitelů

<http://www.spotrebitel.cz>

Státní zemědělská a potravinářská inspekce

<http://www.szpi.gov.cz>

### **Legislativa:**

Důvodová zpráva k novele obchodního zákoníku č. 152/2010

Novela zákona o rozhodčím řízení

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

Zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů

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

Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon)

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

Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže

Zákon č. 36/2008 Sb., změna zákona o ochraně spotřebitele a změna dalších zákonů

Zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákon

Zákon č. 152/2010 Sb., zákon, kterým se mění zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů

## **Související legislativa**

### **a) Právní předpisy obecné ochrany spotřebitele:**

- ústavní zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky, ve znění pozdějších předpisů,
- usnesení předsednictva ČNR č. 2/1993 Sb., o vyhlášení Listiny základních práv a svobod jako součásti ústavního pořádku České republiky, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 37/2004 Sb., o pojistné smlouvě a o změně souvisejících zákonů,
- zákon č. 321/2001 Sb., o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru,
- zákon č. 114/1995 Sb., o vnitrozemské plavbě, ve znění pozdějších předpisů.

### **b) Právní předpisy upravující organizaci ochrany spotřebitele:**

- zákon ČNR č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných orgánů státní správy České republiky, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci a o změně souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 147/2002 Sb., o Ústředním kontrolním a zkušebním ústavu zemědělském a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 258/2000 Sb. o ochraně veřejného zdraví, ve znění pozdějších předpisů.

### **c) Právní předpisy upravující odpovědnost v právu ochrany spotřebitele:**

- zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákon, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 141/1961 Sb., o trestním řízení soudním (trestní řád), ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 200/1990 Sb., o přestupcích, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 99/1963 Sb., občanský soudní řád, ve znění pozdějších předpisů,

### **d) Právní předpisy horizontální (průřezové) ochrany spotřebitele:**

- zákon č. 505/1990 Sb., o metrologii, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 526/1990 Sb., o cenách, ve znění pozdějších předpisů,



- zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 452/2001 Sb., o ochraně označení původu a zeměpisných označení a o změně zákona o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 185/2001 Sb., o odpadech a změně některých dalších zákonů,
- zákon č. 477/2001 Sb., o obalech a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů,

e) Právní předpisy upravující zvláštní postupy a podmínky při výrobě a prodeji výrobků a poskytování služeb právní normy vertikální ochrany spotřebitele:

- zákon č. 20/1966 Sb., o péči o zdraví lidu, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 79/1997 Sb., o léčivech, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 97/1996 Sb., o ochraně chmele, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 61/1997 Sb., o lihu, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 37/1989 Sb., o ochraně před alkoholismem a jinými toxikomaniemi,
- zákon č. 252/1997 Sb., o zemědělství, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 166/1999 Sb., o veterinární péči a o změně souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 219/2003 Sb., o oběhu osiva a sadby, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 91/1996 Sb., o krmivech, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 154/2000 Sb., o šlechtění, plemenitbě a evidenci hospodářských zvířat, ve znění pozdějších předpisů (plemenářský zákon),
- zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků a změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky a o změně a doplnění některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon ČNR č. 19/1993 Sb., o orgánech státní správy České republiky v oblasti puncovníctví a zkoušení drahých kovů, ve znění pozdějších předpisů,

- zákon č. 539/1992 Sb., o puncovníctví a zkoušení drahých kovů (puncovní zákon), ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 406/2000 Sb., o hospodaření energií, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 458/2000 Sb., o podmínkách podnikání a o výkonu státní správy v energetických odvětvích, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 151/2000 Sb., o telekomunikacích a o změně dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a o změně zákona č. 40/1964, občanský zákoník a zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání,
- zákon č. 21/1992 Sb., o bankách, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 87/1995 Sb., o spořitelních a úvěrních družstvech a některých opatření s tím souvisejících, ve znění pozdějších předpisů
- zákon č. 363/1999 Sb., o pojišťovnictví a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů,
- zákon č. 42/1994 Sb., o penzijním připojištění se státním příspěvkem, ve znění pozdějších předpisů

## 13. Přílohy

### 13.1 Příloha č. 1: Článek 153

**HLAVA XIV**  
**OCHRANA SPOTŘEBITELE**  
**Článek 153 (bývalý článek 129a)**

1. *K podpoře zájmů spotřebitelů a k zajištění vysoké úrovně ochrany spotřebitele přispívá Společenství k ochraně zdraví, bezpečnosti a hospodářských zájmů spotřebitelů, jakož i k podpoře jejich práva na informace, vzdělávání a práva sdružovat se k ochraně svých zájmů.*
2. *Požadavky vyplývající z ochrany spotřebitele budou brány v úvahu při vymezování a provádění jiných politik a činností Společenství.*
3. *Společenství přispívá k dosažení cílů uvedených v odstavci 1 prostřednictvím:*
  - a) *opatření přijatých podle článku 95 v souvislosti s vytvářením vnitřního trhu;*
  - b) *opatření, která podporují, doplňují a sledují politiku členských států.*
4. *Rada postupem podle článku 251 po konzultaci s Hospodářským a sociálním výborem přijímá opatření uvedená v odst. 3 písm. b).*
5. *Opatření přijatá podle odstavce 4 nebrání členskému státu zachovávat nebo zavádět přísnější ochranná opatření. Tato opatření musí být slučitelná s touto smlouvou. Jsou oznamována Komisi.*

Zdroj: <http://www.mpo.cz/dokument7587.html>

## 13.2 Příloha č. 2: Dotazník – nákup zboží přes internet

### 1. Nakupovali jste někdy přes internet?

ano  ne

### 2. Máte přístup na internet? (více možností)

doma  v práci  
 ve škole  bez přístupu  
 jinde

### 3. Jak často nakupujete přes internet?

1x týdně  1 - 2x měsíčně  
 1 - 2x za půl roku  1 - 2x za rok

### 4. Jaké máte zkušenosti s nakupováním přes internet?

výborný  chvalitebný  dobrý  
 dostatečný  nedostatečný

### 5. Jaké zboží nejčastěji nakupujete? (více možností)

elektronika  oblečení, obuv  
 vstupenky, letenky  kosmetika, léky  
 sportovní potřeby  hračky  
 potraviny  ostatní

### 6. Jakým způsobem nejčastěji platíte?

při převzetí (hotově nebo kartou)  platba na dobírku  
 převodem z účtu  platební kartou (online)

### 7. Jaký způsob dopravy nejčastěji volíte?

pošta  kurýr  osobní odběr

### 8. Co je pro Vás nejdůležitější při nakupování přes internet?

nižší cena  úspora času  
 větší výběr zboží  možnost porovnání zboží  
 doprava až domů

**9. Čtete obchodní podmínky, reklamační řád?**

ano  ne

**10. Obdržel (a) jste vždy potvrzení Vaší objednávky?**

ano  ne

**11. Využil (a) jste někdy možnost vrátit koupené zboží do 14 dnů bez uvedení důvodu?**

ano  ne

**12. Jaké jsou podle Vás nevýhody nakupování přes internet?**

<input type="checkbox"/> nemožnost předvedení zboží	<input type="checkbox"/> nemožnost osobního odběru
<input type="checkbox"/> ochrana osobních údajů	<input type="checkbox"/> zabezpečení plateb

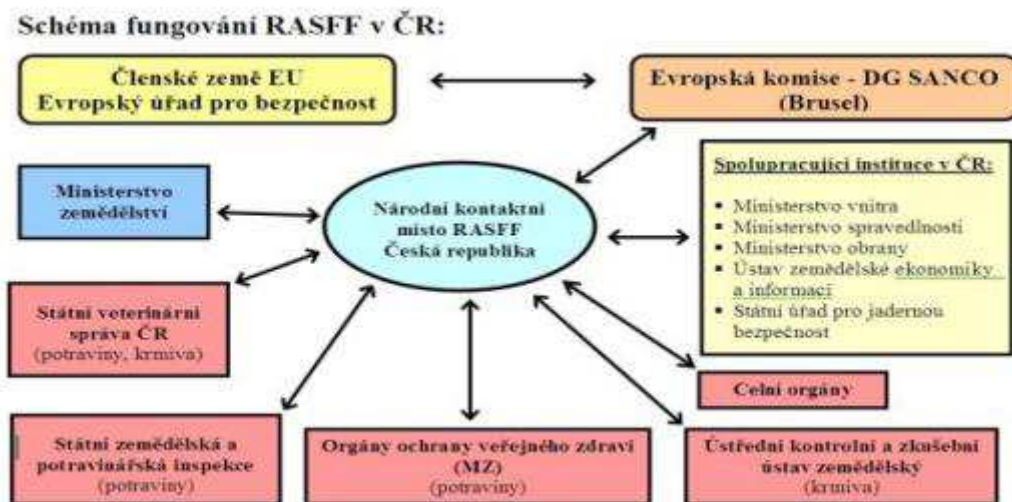
**13. Pohlaví**

žena  muž

**14. Věková kategorie**

<input type="checkbox"/> 15 -25 let	<input type="checkbox"/> 26 -40 let
<input type="checkbox"/> 41 - 55 let	<input type="checkbox"/> nad 56 let

### 13.3 Příloha č. 3: Schéma fungování systému rychlého varování pro potraviny a krmiva



Zdroj:

<http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1002819&docType=ART&nid=11414>