

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
KATEDRA OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU

---

Studijní program: Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

## **MIMOSOUDNÍ ŘEŠENÍ SPOTŘEBITELSKÝCH SPORŮ**

**Vedoucí bakalářské práce:**

Ing. Alena Srbová

**Vypracovala:**

Marie Pardamcová

**2012**

**ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**  
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Marie PARDAMCOVÁ**  
Osobní číslo: **E09130**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Obchodní podnikání**  
Název tématu: **Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů**  
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

**Cíl práce:**

Analýza systému mimosoudního řešení spotřebitelských sporů mezi českými spotřebiteli a českými prodejci nebo prodejci v rámci zemí Evropské unie, Islandu a Norska

**Metodický postup:**

1. Studium teoretických východisek
2. Průzkum formou dotazníkového šetření nebo řízeného hloubkového rozhovoru
3. Analýza získaných dat
4. Vyhodnocení výzkumu
5. Závěry

**Rámcová osnova:**

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metodika. 4. Vlastní práce. 5. Závěr. 6. Seznam literatury. 7. Přílohy. 8. Resumé.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**  
Rozsah pracovní zprávy: **30 - 40 stran**  
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:


- Dupal L. a kol. *Rádce spotřebitele: Rizika při nákupu zboží*. Brno: CP Books, 2005.  
Horová, O. *Ochrana spotřebitele*. Praha: VŠE FPH, 2002.  
Hulva, T. *Ochrana spotřebitele*. Praha: ASPI, 2005.  
Hulva, T. *Právo ochrany spotřebitele pro neprávnický*. Praha: ASPI, 2006.  
Tomančáková, B. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*. Praha: Linde, 2008.  
Veber, J. a kol. *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*. Praha: Grada Publishing, 2007.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Bc. Alena Srbová**  
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **15. února 2011**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **16. dubna 2012**

  
doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.  
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Studentská 13 (25)  
370 05 České Budějovice

  
Ing. Kamil Pícha, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 3. března 2011

### **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem svoji bakalářskou práci na téma Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů vypracovala samostatně pouze s použitím zdrojů a literatury uvedených v seznamu literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledky obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích, dne

.....  
podpis studenta

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala především Ing. Aleně Srbové za odborné vedení, cenné rady, připomínky a velkou trpělivost s jakou mě vedla při zpracování mé bakalářské práce. Děkuji panu Bc. Rejnkovi z Hospodářské komory České Budějovice za jeho čas. Dále děkuji Všem respondentům za vyplnění dotazníku. A také bych ráda poděkovala své rodinně za trpělivost a podporu.

## **OBSAH**

<b>I. ÚVOD .....</b>	<b>3</b>
<b>II. LITERÁRNÍ REŠERŠE .....</b>	<b>4</b>
<b>1. OCHRANA SPOTŘEBITELE V ČESKÉ REPUBLICE .....</b>	<b>4</b>
1.1 Ochrana spotřebitele .....	4
1.2 Koncepce spotřebitelské politiky v České republice .....	4
1.3 Výklad pojmů v oblasti ochrany spotřebitele .....	6
1.4 Legislativní úprava v oblasti ochrany spotřebitele .....	7
1.5 Instituce v oblasti ochrany spotřebitele .....	10
1.6 Spotřebitelské organizace v ČR .....	13
<b>2. OCHRANA SPOTŘEBITELE V EU .....</b>	<b>16</b>
<b>3. REKLAMACE DLE ČESKÉHO PRÁVNÍHO ŘÁDU .....</b>	<b>18</b>
3.1. Postup reklamace .....	19
<b>4. ZPŮSOBY ŘEŠENÍ SPOTŘEBITELSKÝCH SPORŮ .....</b>	<b>20</b>
4.1 Řešení spotřebitelských sporů před soudem (soukromoprávní ochrana) .....	21
4.2 Veřejnoprávní ochrana realizována dozorovými orgány .....	22
<b>5. MIMOSOUDNÍ ŘEŠENÍ SPOTŘEBITELSKÝCH SPORŮ V ČR .....</b>	<b>22</b>
5.1 Výklad pojmů pro účely pravidel řízení mimosoudního řešení spotřebitelských sporů .....	24
5.2 Proces mimosoudního řešení spotřebitelských sporů .....	24
5.3 Předběžné doporučení, poskytnutí kvalifikované rady .....	25
5.4 Mediace .....	25
5.4.1 Postup mediací .....	26
5.5 Rozhodčí řízení .....	27
5.5.1 Postup rozhodčího řízení .....	28
5.6 Výhody systému pro spotřebitele .....	28
5.7 Výhody systému pro podnikatele .....	28
5.8 Stížnost na průběh mimosoudního řešení spotřebitelských sporů .....	29
<b>6. MIMOSOUDNÍ ŘEŠENÍ SPORŮ V EVROPSKÉ UNII .....</b>	<b>29</b>
<b>7. MARKETINGOVÝ VÝZKUM .....</b>	<b>30</b>
7.1 Rozdělení marketingového výzkumu .....	31
<b>III. CÍLE, METODIKA A STANOVENÉ HYPOTÉZY .....</b>	<b>34</b>

<b>III. VLASTNÍ PRÁCE .....</b>	<b>36</b>
1. <b>MARKETINGOVÝ VÝZKUM – PRIMÁRNÍ ZDROJE .....</b>	<b>36</b>
1. 1 Výsledky dotazníkového šetření .....	37
1. 2 Výsledky řízeného hloubkového rozhovoru.....	46
2. <b>MARKETINGOVÝ VÝZKUM – SEKUNDÁRNÍ DATA .....</b>	<b>49</b>
2. 1 Statistické výsledky projektu ADR .....	49
2. 2 Změny v legislativním rámci projektu ADR.....	50
2.2.1 Zákon o mediaci v netrestních věcech.....	50
2.2.2 Zákon o rozhodčím řízení .....	51
2.3 Výběrové řízení na realizátora „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“	52
3. <b>SHRNUTÍ MARKETINGOVÉHO VÝZKUMU A ZHODNOCENÍ STANOVENÝCH HYPOTÉZ...</b>	<b>53</b>
4. <b>NÁVRHY ŘEŠENÍ .....</b>	<b>55</b>
<b>IV. ZÁVĚR.....</b>	<b>57</b>
<b>IV. RESUMÉ.....</b>	<b>59</b>
<b>V. SEZNAM LITERATURY .....</b>	<b>61</b>
<b>VI. SEZNAM OBRÁZKŮ A GRAFŮ.....</b>	<b>66</b>
<b>VII. SEZNAM PŘÍLOH .....</b>	<b>66</b>
<b>PŘÍLOHY .....</b>	<b>67</b>

## I. Úvod

---

Dnešní trh poskytuje spotřebiteli širokou škálu spotřebního zboží. S narůstajícím množstvím nabízených produktů a služeb se zvyšuje podíl nekvalitních výrobků. Spotřebitel se již nemůže spolehnout na to, že cena vypovídá o kvalitě zboží.

Snahou výrobců je vyrobit co nejvíce zboží za co nejnižší ceny. Uspokojení potřeb zákazníka již pro některé z nich není podstatný cíl. Spotřebitel se tak stává snadným terčem nepoctivých výrobců a v řadě případů nezná svá práva.

Já osobně jsem již reklamovala mnoho zboží, ale ne vždy jsem uspěla. Chyběly mi znalosti spotřebitelského práva a jistě i bližší povědomost o organizacích hájících spotřebitelské zájmy.

Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR vytvořilo na podporu spotřebitelů projekt „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“, neboli ADR z anglického Alternative Dispute Resolution. Projekt v průběhu dvouleté pilotní fáze prokázal svou životaschopnost. Nyní bude podstatné upravit legislativní rámec pro správné fungování celého projektu. Dosavadní výsledky ukázaly vzrůstající počet sporů řešených touto cestou. Bohužel i přes tyto výsledky je počet spotřebitelů, kteří mimosoudní cestu řešení sporů využili, velmi malý. Informace o projektu se tedy mezi lidmi rozšiřuje, ale bohužel ne tak rychle, jak by bylo pro spotřebitele vhodné. Stále chybí působivá propagace projektu. Obchodník tedy zůstává nadále ve výhodě, že spotřebitel nezná svá práva. Většina nekvalitního zboží tak končí v koších a ne zpět na pultech obchodníků.

Lidé by se měli zamyslet nad tím, zda si od obchodníků nechají líbit jejich jednání. Je potřeba se začít bránit a vyžadovat za své peníze kvalitu.

Myslím, že vypracování bakalářské práce na téma ADR, pro mě jako pro spotřebitele, bude mít velký přínos. Je to stále aktuální téma, které se neustále vyvíjí. Na základě aktuálnosti tohoto tématu vyvstává otázka, jak spotřebitele účinně informovat o jeho právech. Bylo by možné věnovat více prostoru reklamním spotům? Nebo snad již v rámci základní školní docházky včlenit do osnov předmět, který by člověka vzdělával v oblasti jeho práv?

Ve své praktické části se zaměřím na prozkoumání oblasti spotřebitelských práv, hlavně pak na povědomost o procesu mimosoudního řešení spotřebitelských sporů. Myslím, že výsledek ukáže spíše na neznalost této možnosti.



## II. Literární rešerše

---

### 1. Ochrana spotřebitele v České republice

---

#### 1.1 Ochrana spotřebitele

---

Podle Horové je spotřebitelské právo životně důležitým pilířem správně fungujícího trhu. Spotřebitel je slabším subjektem trhu, který by byl bez přiměřené ochrany svých práv jako jednotlivec vůči podnikům, disponujícím velkými finančními prostředky, právníky, parlamentními lobby atd. naprosto bezmocný. Proto je nutné práva spotřebitele přesně definovat a stanovit pravidla (legislativu) pro jejich uplatňování (Horová, 2007).

#### 1.2 Koncepce spotřebitelské politiky v České republice

---

Vláda České republiky si klade za cíl zajistit, aby ochrana spotřebitele v České republice byla na úrovni, která se bude rovnat nejvyspělejším státům EU a aby odpovídala potřebám 21. století. Proto vláda od roku 2006 předkládá, vždy na období pěti, let koncepci spotřebitelské politiky, kterou připravuje Ministerstvo průmyslu a obchodu.

Cíle spotřebitelské politiky ČR deklarované v Koncepci spotřebitelské politiky pro léta 2006 – 2010 byly:

- zvyšování znalostní úrovně v oblasti ochrany spotřebitelů včetně mapování nových trendů na trhu ovlivňujících ekonomické a další aspekty rozhodování spotřebitelů,
- zvýšení efektivity regulace v oblasti ochrany spotřebitelů,
- podpora uplatňování principů samoregulace, dialogu státních institucí se spotřebiteli a dialogu mezi spotřebiteli a podnikateli,
- zvýšení účinnosti tržního dozoru,
- podpora rozvoje institutu mimosoudního řešení spotřebitelských sporů,
- rozvoj pro-aktivních informačních a vzdělávacích aktivit ve prospěch spotřebitelů,
- podpora činnosti a rozvoje spotřebitelských organizací (Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2006).

Další koncept spotřebitelské politiky na roky 2011 – 2014 pod názvem „Priority spotřebitelské politiky 2011 – 2014“ schválila Vláda České republiky na svém jednání

dne 12.1.2011 usnesením č. 31. Cílem tohoto materiálu je stanovit základní atributy ochrany spotřebitele, které je možné v budoucím období považovat za prioritní. Ovlivňující ochranu spotřebitele zásadním způsobem. Stanovené priority spotřebitelské politiky navazují na stávající pravidla a dále posilují a rozvíjejí úroveň ochrany spotřebitele (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2011).

Stanovené priority se odvíjejí ze základních práv spotřebitelů definovaných ve Směrnici OSN pro ochranu spotřebitele A/RES/39/248, kterými jsou práva na ochranu zdraví a bezpečnost, na ochranu ekonomických zájmů, právo na odškodnění, právo na informace a výchovu, právo na zastoupení při řešení uplatňovaných nároků, právo na sdružování k ochraně zájmů spotřebitelů, právo na odpovědnou volbu ve vztahu k životnímu prostředí a sociálním dopadům spotřeby.

Priority spotřebitelské politiky 2011 - 2014 jsou:

- bezpečnost výrobků a služeb
- odpovídající míra regulace ochrany spotřebitele
- zvyšování znalosti úrovně spotřebitelů, rozvoj informačních a vzdělávacích aktivit ve prospěch spotřebitelů; vzdělávání v oblasti životního prostředí
- podpora samoregulace, dialogu veřejných institucí se spotřebiteli a dialogu mezi podnikateli a spotřebiteli
- zvýšení účinnosti dozoru na trhu, posílení vymahatelnosti práv
- podpora činnosti a rozvoje spotřebitelských organizací
- sledování vývoje vybraných aspektů ochrany spotřebitele na trhu
- institucionální zajištění ochrany spotřebitele

Pro téma mé bakalářské práce je důležitým bodem „Posílení vymahatelnosti práva“. Zde se hovoří právě o podpoře vytváření a fungování systému mimosoudního řešení spotřebitelských sporů. Ze zjištěných výsledků se navrhuje v tomto systému pokračovat, a proto bylo toto pokračování schváleno usnesením vlády č. 367 ze dne 24. 5. 2010.

V návaznosti na zvyšující se počet negativních jevů v oblasti poskytování finančních služeb bude důležité, aby existoval efektivní mechanismus mimosoudního řešení spotřebitelských sporů i na finančním trhu.

Důležitým krokem k úspěšnému fungování projektu mimosoudní řešení spotřebitelských sporů bude schválení změn zákona o rozhodčím řízení a o výkonu rozhodčích nálezů a nového zákona o mediaci v netrestních věcech.

Pro oblast při řešení přeshraničních sporů hraje důležitou roli Evropské spotřebitelské centrum, jehož činnost je z poloviny spolufinancována z prostředků Evropské komise (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2011).

### 1.3 Výklad pojmů v oblasti ochrany spotřebitele

V oblasti ochrany spotřebitele se vyskytují výrazy, které je potřeba definovat přesně, a proto jsou tyto pojmy stanoveny jednoznačně zákony, které upravují ochranu spotřebitele. Vybrala jsem pojmy, jež se v oblasti ochrany spotřebitele vyskytují nejčastěji, a proto jim věnujme pozornost.

**Spotřebitel** je pro účely zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele definován dle § 2 odst. 1) písm. a) „jako fyzická osoba, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání“. Pro účely zákona č. 40/164 Sb., občanského zákoníku je to dle § 52 odst. 3) „osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání“.

**Dodavatel** je definován dle § 2 odst. 1) písm. e) zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele jako každý další podnikatel, který přímo nebo prostřednictvím jiných podnikatelů dodal prodávajícímu výrobky. Dále je také dodavatel definován podle § 52 odst. 2) zákona č. 40/164 Sb., občanského zákoníku jako osoba, která při uzavírání a plnění smlouvy jedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti.

**Výrobce** je podle § 2 odst. 1) písm. c) zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, „podnikatel, který zhotovil výrobek anebo jeho součást nebo poskytl služby, který vytěžil prvotní surovinu nebo ji dále zpracoval, anebo který se za výrobce označil“.

**Výrobek** „je jakákoliv věc, která byla vyrobena, vytěžena nebo jinak získána bez ohledu na stupeň jejího zpracování a je určena k nabídce spotřebiteli“. Takto je výrobek definován pro účely zákona o ochraně spotřebitele dle § 2 odst. 1) písm. f).

**Služba** „je jakákoliv 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

uvedeným v § 23 zákona o ochraně spotřebitele“. Takto je služba definována podle § 2 odst. 1) písm. j) zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.

**Prodávající** dle § 2 odst. 1) písm. b) zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele „je podnikatel, který spotřebiteli prodává výrobky nebo poskytuje služby“. Dále je prodávající definován podle § 2 odst. 2) zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele jako „fyzická osoba, která prodává spotřebiteli rostlinné nebo živočišné výrobky z vlastní drobné pěstitelské nebo chovatelské činnosti anebo lesní plodiny“.

#### 1.4 Legislativní úprava v oblasti ochrany spotřebitele

---

Ochrana spotřebitele v České republice vychází ze zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník a ze zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. Zákon o ochraně spotřebitele se vztahuje na prodej výrobků a poskytování služeb na území České republiky a stanovuje některé podmínky podnikání, které jsou pro ochranu spotřebitele významné. Zákon definuje povinnost při prodeji výrobků a služeb, úkoly veřejné správy, ustanovení pro zřizování sdružení na ochranu spotřebitelů a jiných právnických osob založených na ochranu spotřebitele (Veber, 2007).

V zákoně č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele je v části týkající se povinností při prodeji výrobků a poskytování služeb stanovena poctivost prodeje výrobků a služeb, zákaz diskriminace spotřebitele, zákaz klamání spotřebitele a informační povinnosti prodávajícího. Povinnosti zakotveny v jednotlivých paragrafech jsou:

- podle § 3 odstavce 1) je prodávající povinen prodávat výrobky ve správné hmotnosti, míře a množství a umožnit spotřebiteli překontrolovat správnost těchto údajů, dále prodávat výrobky a poskytovat služby v předepsané nebo schválené jakosti, pokud je závazně stanovena nebo pokud vyplývá ze zvláštních předpisů, nebo v jakosti jím uváděné; není-li jakost předepsána, schválena nebo uváděna, v jakosti obvyklé, a také je povinen prodávat výrobky a poskytovat služby za ceny sjednané v souladu s cenovými předpisy a ceny při prodeji výrobků nebo poskytování služeb správně účtovat,
- z § 9 odst. 1) vyplývají informační povinnosti podnikatel řádně informovat spotřebitele o vlastnostech prodávaných výrobků nebo charakteru poskytovaných služeb, o způsobu použití a údržby výrobku a o nebezpečí, které vyplývá z jeho nesprávného použití nebo údržby, jakož i o riziku souvisejícím s poskytovanou

službou; je-li to potřebné s ohledem na povahu výrobku, způsob a dobu užívání, je prodávající povinen zajistit, aby tyto informace byly obsaženy v příloženém písemném návodu a aby byly srozumitelné

- mezi další informační povinnost patří podle § 12 odst. 1) jednoznačně informovat v souladu s cenovými předpisy a přímo použitelným předpisem Evropských společenství spotřebitele o ceně prodáváných výrobků nebo poskytovaných služeb zřetelným označením výrobku cenou nebo informací o ceně výrobků či služeb jinak vhodně zpřístupnit.
- prodávající je povinen podle § 16 odst. 1) vydat na žádost spotřebitele doklad o zakoupení výrobku nebo o poskytnutí služby s uvedením data prodeje výrobku nebo poskytnutí služby, o jaký výrobek nebo o jakou službu se jedná a za jakou cenu byl výrobek prodán nebo služba poskytnuta, spolu s identifikačními údaji prodávajícího obsahujícími jméno a příjmení nebo název nebo obchodní firmu, případně název prodávajícího, jeho identifikační číslo osoby, pokud zvláštní právní předpis nestanoví jinak
- a podle § 13 je prodávající povinen spotřebitele řádně informovat o rozsahu, podmínkách a způsobu uplatnění odpovědnosti za vady výrobků a služeb, včetně podmínek uplatnění rozporu s kupní smlouvou (dále jen „reklamáce“) spolu s údaji o tom, kde lze reklamaci uplatnit, a o provádění záručních oprav, dále pak informovat při rušení provozovny živnostenský úřad o tom, kde lze vypořádat případné závazky.

Prameny práva ochrany spotřebitele lze členit podle různých kritérií. Pokud jde o rozsah jejich působnosti, působí-li v právu ochrany spotřebitele jako celku, označují se jako předpisy průřezové (horizontální). Mezi ně patří občanský zákoník.

Pokud působí jen na určité úseky ochrany, označují se jako předpisy vertikální.

Právní normy ochrany spotřebitele můžeme seřadit podle určitých kritérií. Toto členění je na základě zvoleného kritéria působnosti právních předpisů:

**Mezi právní předpisy obecné ochrany spotřebitele lze zařadit následující:**

- ústavní zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky,
- usnesení předsednictva ČNR č. 2/1993 Sb., o vyhlášení listiny základních práv a svobod jako součásti ústavního pořádku České republiky,
- zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník (dále jen „OZ“),

- zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník (dále jen „ObZ“),
- zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele,
- a další.

**Právní předpisy, které upravují činnosti organizací ochrany spotřebitele, jsou:**

- zákon ČNR č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných orgánů státní správy ČR,
- zákon č. 146/2002 Sb., o České obchodní inspekci,
- zákon č. 570/1991 Sb., o živnostenských úřadech,
- zákon č. 20/1993 Sb., o zabezpečení výkonu státní správy v oblasti technické, normalizace, metrologie a státního zkušebnictví,
- a další.

**Právní předpisy, které upravují odpovědnost v právu ochrany spotřebitele, jsou:**

- zákon č. 140/1961 Sb., trestní zákon,
- zákon č. 99/1963 Sb., občanský soudní řád,
- patří sem opět OZ, ObZ,
- a další.

**Mezi právní předpisy horizontální (průřezové) ochrany spotřebitele patří:**

- zákon č. 505/1990 Sb., o metrologii,
- zákon č. 526/1990 Sb., o cenách,
- zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy,
- zákon č. 527/1990 Sb., o vynálezech a zlepšovacích návrzích,
- zákon č. 185/2001 Sb., o odpadech,
- zákon č. 77/2001 Sb., o obalech,
- a další.

**Právní předpisy, které upravují 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,
- zákon č. 79/1997 Sb., o léčivech,
- zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích,
- zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků,

- zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky,
- a další.

Dalšími předpisy jsou mezinárodní úmluvy se vztahem k ochraně spotřebitele a směrnice ES se vztahem k ochraně spotřebitele (Hulva, 2005).

### 1.5 Instituce v oblasti ochrany spotřebitele

---

Na zabezpečení spotřebitelských záležitostí dohlíží v České republice vládní instituce, které odpovídají za legislativu a dále dozorové orgány. Pro jednotlivé segmenty trhu bylo potřeba stanovit kompetentní orgány v oblasti spotřebitelských záležitostí. Kompetence jsou rozděleny mezi ministerstva následným způsobem:

**Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR** zastřešuje ochranu spotřebitele v naší zemi, je zodpovědné za celkovou spotřebitelskou politiku také v oblastech ochrany spotřebitele spadající do působnosti jiných orgánů státní správy, tj. v oblastech cestovního ruchu, vyznačování cen, státního dozoru na vnitřním trhu, společný postoj při přejímání evropské legislativy ekonomických zájmů spotřebitele, bezpečnost nepotravinářských výrobků a za reklamu.

Hlavním úkolem **Ministerstva zemědělství ČR** je zajišťovat legislativu ohledně bezpečnosti potravin, nápojů a tabákových výrobků a fytosanitární a veterinární prevence.

**Ministerstvo pro místní rozvoj ČR** se stará o cestovní ruch v naší republice.

**Ministerstvo zdravotnictví ČR** odpovídá za hygienickou prevenci, za léčiva, zdravotnické prostředky a podobné výrobky, dále za hračky, kosmetiku a výrobky určené dětem do tří let

**Ministerstvo financí ČR** má na starosti cenové označení, finanční produkty (Srbová, Vojtko, 2011).

**Česká národní banka** řeší záležitosti týkající se spotřebitelských úvěrů a platebních karet (Vysekalová, 2004).

Na dodržování zákonných opatření v ČR dohlíží orgány státní správy neboli dozorové orgány. Dozorovými orgány v oblasti spotřebitelských záležitostí jsou organizace spadající do působnosti Ministerstva průmyslu a obchodu ČR:

**Česká obchodní inspekce**, jejím hlavním úkolem jsou činnosti dle zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, kterými je kontrola právnických a fyzických

osob, které prodávají nebo dodávají výrobky a zboží a služby, jakosti a zdravotní nezávadnosti zboží a výrobků, ověřenost měřidel používajících při prodeji, dodržování dohodnutých nebo stanovených podmínek a kvality služeb, bezpečnost výrobků a kontrola zda nedochází ke klamání spotřebitele. Česká obchodní inspekce nekontroluje potraviny, pokrmy a tabákové výrobky, s výjimkou kontroly poctivosti prodeje.

**Živnostenským úřadům** je zákonem č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, vymezena dozorová činnost nad plněním povinností v oblasti obchodu a služeb.

**Puncovní úřady**, jejichž činnost se řídí dle zákona č. 19/1993 Sb., o orgánech státní správy České republiky v oblasti puncovníctví vykonávají puncovní kontrolu a puncovní inspekci, přidělují nebo ruší výrobní značky tuzemským výrobcům a přidělují nebo ruší odpovědnostní značky obchodníkům dovážejícím cizí zboží, vedou seznam registrovaných slitin z drahých kovů, ověřují ryzost drahých kovů používaných v různých odvětvích obchodu a služeb, ukládají pokuty podle puncovního zákona a plní další úkoly vyplývající ze zvláštních předpisů.

**Státní energetická inspekce**, podle energetického zákona č. 458/2000 Sb., kontroluje na návrh ministerstva, Energetického regulačního úřadu nebo z vlastního podnětu dodržování výše uvedeného zákona o hospodaření energií. Státní energetická inspekce na základě vlastního zjištění ukládá pokuty za zrušení právních předpisů.

**Úřad pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví**, jehož činnost se upravuje zákonem č. 20/1993 Sb., o zabezpečení výkonu státní správy v oblasti technické normalizace, metrologie a státního zkušebnictví, řídí a zabezpečuje metrologii, zabezpečuje jednotnost a správnost stanovených měřidel a měření a výkon státní metrologie, rozhoduje o opravných prostředcích proti rozhodnutí metrologických orgánů.

**Český úřad pro zkoušení zbraní a střeliva** na základě zákona č. 156/200 Sb., o ověřování střelných zbraní, střeliva a pyrotechnických předmětů ověřuje kontrolované výrobky, vydává certifikáty, zajišťuje označování kontrolovaných výrobků zkušebními značkami, rozhoduje o stažení kontrolovaných výrobků z trhu (Srbová, Vojtko, 2011).

Dozorové orgány spadající do působnosti Ministerstva zemědělství ČR jsou:

**Státní zemědělská a potravinářská inspekce**, jejíž činnost je řízena zákonem č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci kontroluje u fyzických



a právnických osob zemědělské, mydlářské a saponátové výroby a potraviny nebo suroviny k jejich výrobě anebo tabákové výrobky. Zejména se zaměřuje, zda jsou plněny požadavky stanovené zvláštními předpisy nebo mezinárodními smlouvami, kterými je ČR vázána a které jsou ve Sbírce mezinárodních smluv a ve Sbírce zákonů. Dále pak zda nedochází ke klamání spotřebitele, zda výrobky, potraviny nebo suroviny anebo tabákové výrobky uváděné na trh jsou bezpečné, zda nedochází k porušování práva osob jejichž výrobky, potraviny a suroviny anebo tabákové výrobky jsou chráněny zapsáním označení původu nebo zeměpisného označení. Mimo jiné kontroluje inspekce zda čerstvé ovoce, čerstvá zelenina nebo konzumní brambory splňují požadavky na jakost stanovenou zvláštním právním předpisem a soulad a správnost údajů uvedených v původních dokumentech. Důležitou činností je také ukládání pokut kontrolovaným osobám, vydávání osvědčení pro zápis označení původu a zeměpisných označení do rejstříku a mnoho dalších.

**Státní veterinární správa České republiky**, jejíž činnost podléhá zákonu č. 166/1999 Sb., o veterinární péči, který nahradil zákon č. 108/1987 Sb., o působnosti orgánů veterinární prevence vydává veterinární podmínky pro osoby, které organizují sezónní prodej ryb, dováží veterinární zboží a převáží zvířata. Dále může chovateli nařídít předvedení zvířete k veterinárnímu vyšetření nebo ochrannému očkování z důvodu podezření na nákazu.

**Česká plemenářská inspekce** podle zákona č. 154/200 Sb., o šlechtění, plemenitbě a evidenci hospodářských zvířat kontroluje, jak chovatelé, uznaná chovatelská sdružení, chovatelské podniky, oprávněné osoby, provozovatelé jatek, provozovatelé líhni, provozovatelé shromažďovacích středisek, obchodníci, dopravci, uživatelé zařízení, asanační podniky a pověřené osoby dodržují povinnosti stanovené v plemenářském zákoně (Srbová, Vojtko, 2011).

Dozorové orgány spadající do působnosti Ministerstva zdravotnictví ČR jsou:

**Státní ústav pro kontrolu léčiv** je podle zákona č. 79/1997 Sb., o léčivech dozorovým a donucovacím orgánem v oblasti humánních léčiv, zdravotních prostředků a podobných výrobků. Vznikl již v roce 1922. Hlavní činností je registrace, poskytování licencí a kontroly léčiv a zdravotnických prostředků, zaznamenávání nežádoucích účinků, přeprava a změna standardních materiálů a dohled nad správou výrobních praxí ve farmaceutické výrobě, skladech a lékárnách.

**Státní zdravotní ústav** se podle zákona č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví zřizuje k přípravě podkladů pro národní zdravotní politiku, pro ochranu a podporu zdraví, k zajištění metodické a referenční činnosti na úseku ochrany veřejného zdraví, k monitorování a výzkumu vztahů, životních podmínek a zdraví, k mezinárodní spolupráci, ke kontrole kvality poskytovaných služeb, k ochraně veřejného zdraví, k postgraduální výchově v lékařských oborech, k ochraně a podpoře zdraví a pro zdravotní pro zdravotní výchovu obyvatelstva. Státní ústav je příspěvkovou organizací ministerstva zdravotnictví.

**Orgány státního zdravotního dozoru hygienické stanice** pracují v třístupňovém systému, kde je hlavní hygienik, krajský hygienik a okresní hygienik. (Vysekalová, 2004). Hygienické stanice vydávají rozhodnutí, povolení a osvědčení, vykonávají státní zdravotní dozor, nařizují, organizují, řídí a popřípadě i provádí opatření k předcházení vzniku a šíření infekčních onemocnění. Hygienické stanice nařizují mimořádná opatření při epidemiích k ochraně zdraví fyzických osob na základě zákona č. 258/200 Sb., o ochraně veřejného zdraví (Srbová, Vojtko, 2011).

## 1.6 Spotřebitelské organizace v ČR

---

*Občanské spotřebitelské organizace jsou nevládní a neziskové organizace, které vyvíjejí činnost v oblasti ochrany spotřebitelů v České republice. Jsou nezávislými občanskými sdruženími podle zákona č. 83/1900 Sb., o sdružování občanů a jsou řádně registrovány jako právnické osoby na českém statistickém úřadu a příslušném finančním úřadu.*

*Podle charakteru své činnosti se občanské spotřebitelské organizace člení na:*

- nezávislá občanská sdružení, v jejichž činnosti tvoří rozhodující část problematika ochrany spotřebitelů,*
- další nevládní organizace, jejichž činnost s ochranou spotřebitelů souvisí. To jsou skupiny z oblasti ochrany životního prostředí, občanského poradenství, nezávislých aktivit souvisejících s výukou a vzděláváním, apod.*

*V České republice v současné době působí několik občanských spotřebitelských organizací, jejichž význam a postavení se neustále umocňuje.*

*Na tyto organizace se mohou obrátit všichni spotřebitelé, jsou-li v situaci, kdy jsou poškožována jejich spotřebitelská práva (Klabusayová a kol., 2009, str. 106).*

Mezi nejvýznamnější organizace působící v ČR patří:

### **SOS – Sdružení obrany spotřebitelů, o. s. (dále jen „SOS“)**

Toto sdružení je nezávislou, neziskovou a nepolitickou organizací, která vznikla 1. února 1993. Činnost této organizace je v současné době pozastavena z důvodu nedostatku finančních prostředků, neboť organizace nedostala žádné dotace od Ministerstva průmyslu a obchodu ČR.

Webové stránky, poradenskou linku a spotřebitelský audit obchodních podmínek provozuje nyní Sdružení obrany spotřebitelů Jihomoravského kraje (dále jen „SOS JmK“) na základě smlouvy o spolupráci (SOS – sdružení obrany spotřebitelů, 2012).

SOS JmK poskytuje poradenské služby nejen spotřebitelům v Jihomoravském kraji, ale jako hlavní smluvní partner „SOS“ poskytuje poradenství pro spotřebitele celé České republiky. Spotřebitelé mohou navštívit osobní poradnu v Brně, nebo volat poradenskou telefonní linku 900 08 08 08 (Sdružení obrany spotřebitelů Jihomoravského kraje, 2012).

Kontaktní místa, provozovaná SOS, v rámci projektu „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“, byla ze seznamu Ministerstva průmyslu a obchodu ČR vyjmuta. Je to důsledkem finančních potíží této organizace (Hospodářská komora ČR, Praha, 2011).

### **Občanské sdružení spotřebitelů TEST**

Sdružení bylo založeno v roce 1992. Zabývá se převážně testováním výrobků a odhalováním těch nekvalitních na našem trhu. Od svého vzniku každý měsíc vydává časopis dTest, kde výsledky testů publikuje. Jako dobrý výsledek práce je jistě více než 500 odhalených nebezpečných výrobků, zejména se jedná o hračky pro děti. Sdružení poskytuje spotřebiteli telefonickou poradnu a pro předplatitele časopisu dTest i elektronickou poradnu. Na stránkách sdružení je možné nalézt informace o postupech v řešení reklamace (Občanské sdružení spotřebitelů Test, 2011).

### **Spotřebitel.cz**

Organizace zanikla dne 10. 10. 2010, ale jeho činnost v plném rozsahu zajišťuje Asociace spotřebitelských organizací ČR. Sdružení působí od roku 1998. Je to organizace, která hájí práva spotřebitelů, poskytuje bezplatné poradenství a provozuje

poradnu prostřednictvím internetu na svém webovém portálu. V současné době zintenzivnilo své působení v oblasti potravin. Sdružení působí jako elektronická informační platforma pro pracovní skupinu „Potraviny a spotřebitel při České technologické platformě“, jejíž činnost byla znovu obnovena v roce 2009 (Spotřebitel.cz, 2011).

#### **Sdružení českých spotřebitelů (dále jen „SČS“)**

SČS bylo založeno v roce 1990, je to nejstarší organizace v ČR (Sdružení českých spotřebitelů, 2011). Hlavním cílem je hájit oprávněné zájmy a práva českých spotřebitelů. SČS spolupracuje s kontrolními a dozorovými orgány na zvyšování jakosti výrobků a služeb spotřebitelů (Cena sdružení českých spotřebitelů, 2011a).

SČS vydává časopis Průvodce spotřebitele a KonzumentTest. Dále vydává tištěné brožury a letáky na aktuální témata (Sdružení českých spotřebitelů, 2011).

SČS uděluje cenu Sdružení českých spotřebitelů, která vyjadřuje, že firma takto oceněná poskytuje své služby v souladu se zájmy spotřebitelů. Toto ocenění se firmě uděluje na dva roky (Cena sdružení českých spotřebitelů, 2011b).

#### **Asociace občanských poraden (dále jen „AOP“)**

AOP je nástupnická organizace Sdružení pro vybudování sítě občanských poraden, které bylo založeno v roce 1997 a změnilo název na Asociaci občanských poraden v roce 1998. AOP byla zřízena, aby vybuodovala a rozvíjela síť občanských poraden. Tyto poradny poskytují nezávislé, odborné, nestranné a bezplatné sociálně odborné poradenství v rozličných právních oblastech. Poradny upozorňují státní a místní orgány na nedostatky legislativy a na neřešené problémy občanů. Mezi právní oblasti, v kterých je poradenství poskytováno, patří sociální dávky, sociální pomoc, pojištění, pracovní právní vztahy a zaměstnanost, bydlení, rodina a mezilidské vztahy, majetkoprávní vztahy a náhrada škody, finanční a rozpočtová problematika, zdravotnictví, školství a vzdělání, ekologie a právo životního prostředí, ochrana spotřebitele, základy práva ČR, právní systém EU, občanské soudní řízení, veřejná správa, trestní právo a ústavní právo (Asociace občanských poraden, 2011).

## 2. Ochrana spotřebitele v EU

---

Na ochranu zájmů spotřebitelů vydává Rada především tzv. směrnice, které musí být převedeny do zákonodárství členského státu. V ideálním případě by mělo být možné na konci říci spotřebitelům: „Nezáleží na tom, kde se v EU nacházíte, vaše práva jsou stejná“ (EUROPA - European Commission, 2010a).

Pravidla Společenství na ochranu spotřebitele jsou obsažena převážně ve směrnicích, nařízeních a rozhodnutích. Směrnice jsou obecná pravidla, která by měla být převedena do vnitřního práva jednotlivých zemí. Nařízení je právní předpis, který je možno použít ve všech nzemích Evropské unie a rozhodnutí řeší konkrétní otázky osob nebo organizací (EUROPA - European Commission, 2012).

Na těchto pravidlech se v minulosti usnášela Rada, a po přijetí Maastrichtské smlouvy se legislativa tvoří společnými rozhodnutími Rady EU a Evropského parlamentu (Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2006).

Tato pravidla nepředstavují ucelený soubor soukromoprávní úpravy spotřebitelských vztahů, ale jsou převážně jen doplňkem vnitrostátních úprav o nové ochranné prvky anebo o nové - opětně nikoliv komplexně upravené - instituty. Navíc při tvorbě spotřebitelské legislativy Společenství je často nutné hledat kompromisní řešení, neboť v jednotlivých členských státech se i v této oblasti uplatňují dlouholeté právní i zcela praktické tradice (EUROPA – European Commission, 2010b).

Ze spotřebitelské legislativy EU zasluhují připomenutí směrnice o obecné bezpečnosti výrobků č. 2001/95/ES ze dne 3. 12. 2011, o odpovědnosti za vadné výrobky č. 1999/34/ES ze dne 10. 5. 1999, o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách č. 93/12/EHS ze dne 5. 4. 1993, o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených na dálku č. 97/7/ES ze dne 20. 5. 1997, o souborných službách pro cesty, pobyty a zájezdy č. 90/314/EHS ze dne 13. 6. 1990, o klamavé a srovnávací reklamě č. 97/55/ES ze dne 6. 10. 1997, o ochraně spotřebitele při označování cen výrobků nabízených spotřebiteli č. 98/6/ES ze dne 16. 2. 1998 (EUR-Lex, 2012).

V roce 2006 byl zaveden akční program Společenství v oblasti spotřebitelské politiky na základě rozhodnutí Evropského parlamentu a Rady č. 1926/2006/ES. Program si kladě za cíl doplnit, podpořit a sledovat politiku členských států, zejména pak přispět

k vyšší bezpečnosti spotřebitelů, jejich ochraně zdraví, ekonomických a právních zájmů a podporovat jejich právo na informace (EUROPA – European Commission, 2007).

Dne 13.7.2007 bylo vydáno sdělení KOM(2007)99 „Strategie spotřebitelské politiky EU 2007-2013“, které si klade za cíl dosáhnout v celé Evropské unii stejné úrovně bezpečnosti a ochrany spotřebitele a lépe integrovat trh prostřednictvím svých cílů. Mezi tyto cíle patří:

- spotřebitelům poskytnout větší pravomoci prostřednictvím transparentního trhu, který nabídne výběr, především v oblasti cenové a v oblasti kvality,
- pro spotřebitele posílit pohodlí z hlediska kvality, odlišnosti, dostupnosti, bezpečí atd.,
- spotřebitele ochránit před vážnými riziky a hrozbami.

V souvislosti s těmito cíly by mělo dojít ke zlepšení legislativního rámce ochrany spotřebitelů. Právní předpisy by se měly především zjednodušit, proto byla vydána zelená kniha o přezkoumání *acquis communautaire*. Tato kniha má pojednávat o přezkoumání zákonů v oblasti ochrany spotřebitelů. Navrhuje tři řešení takového harmonizace:

- *úplná harmonizace právních předpisů;*
- *minimální současná harmonizace, avšak s ustanovením o vzájemném uznávání;*
- *minimální harmonizace kombinovaná s principem země původu (podniky se sídlem v jiných členských státech by musely splňovat pouze pravidla své země původu)* (EUROPA – European Commission, 2007).

Dále by se měla zlepšit kontrola použití zákonů v oblasti ochrany spotřebitele, proto budou prověřovány vnitrostátní systémy kontroly zákonů v dané oblasti a bude posílena průběžná kontrola mimosoudních mechanismů pro řešení sporů.

Dalšími kroky této strategie bude účinnější kontrola spotřebitelských trhů zejména s využitím systému rychlého varování RAPEX a spolupráce se zeměmi jako je Čína a USA v oblasti bezpečnosti spotřebního zboží.

Evropská komise bude vynakládat finanční prostředky na síť evropských spotřebitelských center, která má účinně informovat spotřebitele o jejich právech (EUROPA – European Commission, 2007).

Jedním ze **základních principů** politiky ochrany spotřebitele EU je uznání spotřebitelů jako rovnoprávných a odpovědných účastníků obchodu na vnitřním trhu,

kterým má být umožněno činit informovaná rozhodnutí ohledně nákupu zboží a služeb. Jejich zájmy jsou chráněny zejména s ohledem na zvyšující se komplexitu trhů, na kterých operují. Spotřebitelům má být umožněno vyhledávat nejvýhodnější obchody po celé Evropě a tím podporovat kvalitu hospodářské soutěže v rámci Unie.

Evropská komise, s cílem seznámit občany s jejich spotřebitelskými právy, zveřejnila pod názvem „Deset základních pravidel“ pravidla ochrany spotřebitele v Evropské unii.

**1. Nakupujte co chcete, kde chcete**

**2. Pokud je zboží vadné, vraťte ho**

**3. Vysoké standardy v oblasti bezpečnosti potravin**

**4. Informujte se o tom, co jíte**

**5. Smlouvy musí být vůči zákazníkům férové**

**6. Spotřebitelé mohou někdy měnit svá rozhodnutí**

**7. Možnost jednoduššího porovnání cen**

**8. Spotřebitelé nemají dostávat zavádějící informace**

**9. Ochrana spotřebitele během dovolené**

**10. Účinné urovnávání přeshraničních sporů** (EUROPA - European Commission, 2010c).

### 3. Reklamace dle českého právního řádu

---

Bohužel se na českém trhu stále více objevuje nekvalitní zboží. To je skutečnost, která přispěla k tomu, že téměř každý spotřebitel stál již před rozhodnutím, zda reklamovat či nereklamovat. Dle českého právního řádu má sice zákonné právo zboží reklamovat, bohužel však nemá šanci se zorientovat ve spoustě zákonů a posoudit objektivně, zda je jeho reklamace oprávněná či ne. Pokud bude reklamace neúspěšná má nyní spotřebitel kromě soudní cesty možnost mimosoudního řešení sporu.

Současná právní úprava vychází při vymezování odpovědnosti za vady zboží prodaného v obchodě z pojmu „shoda s kupní smlouvou“.

Prodávající dle § 616 odst. 1 ObčZ odpovídá kupujícímu za to, že prodávaná věc je při převzetí kupujícím ve shodě s kupní smlouvou, zejména je bez vad. Objeví-li se za zákonem předvídaných podmínek u věci rozpor s kupní smlouvou, vzniká odpovědnost prodávajícího za vady (Houdek, 2007).

Kupní smlouva je jedním ze závazkových právních vztahů. Zvláštností závazkového právního vztahu je to, že působí pouze mezi osobami, které do tohoto vztahu vstoupili, tedy mezi kupujícím a prodávajícím v obchodě. To znamená, že pouze ten, kdo věc koupil má právo uplatňovat jakákoli práva spojená s touto smlouvou – zejména věc reklamovat (Tomančáková, 2008).

Obvyklou součástí obchodní činnosti je řešení reklamací a stížností. V tomto směru je užitečné mít k dispozici postup pro vyřizování reklamací (reklamační řád). Ten může přesně určovat, jaké podklady (stanoviska) jsou nutné pro projednání reklamace, stanovovat odpovědnost za dílčí kroky při vyřizování reklamací, včetně příslušných termínů (Veber, 2007).

Při reklamaci se lze často setkat s tím, že prodávající odkazuje na vlastní reklamační řád, ve kterém má být spotřebitel informován, jaká má práva, zejména v případě reklamace. V některých případech však mají podnikatelé ve svých provozovnách reklamační řády zastaralé, které nereflktují novou právní úpravu (touto „novou“ úpravou se myslí pět let stará novela občanského zákoníku!). V jiných případech mají podnikatelé reklamační řády sice podle nové právní úpravy, nicméně jsou zde uvedena jen některá práva spotřebitele podle občanského zákoníku. Na ty ostatní, která jsou ve většině případů podstatná, podnikatelé ve svých reklamačních řádech zapoměli (Tomančáková, 2008).

Zákonem stanovená délka záruční doby dle § 620 odst. 1 ObčZ činí při prodeji spotřebního zboží 24 měsíců. Záruční list jakožto dokument potvrzující písemnou formou záruku na věc je prodávající povinen poskytnout kupujícímu nejen v případě smluvní záruky, ale na žádost kupujícího, jak je uvedeno v § 620 odst. 3 ObčZ, i tehdy, nejde-li o rozšíření záruky na úroveň přiznanou zákonem. Umožňuje-li to povaha věci, postačuje na místo záručního listu vydat kupujícímu doklad o zakoupení věci, má-li všechny náležitosti záručního listu.

Nejen občanský zákoník, ale i zákon o ochraně spotřebitele se věnuje reklamacím.

### 3.1. Postup reklamace

Reklamace se uplatňujeme výhradně u prodejce, u kterého bylo zboží zakoupeno. Proávající by měl přijmout reklamaci ve všech svých provozovnách. Před reklamací



se doporučuje pořídit fotokopie všech dokladů pro případ dalšího řízení. Z důvodu, že může dojít později ke sporu, je vhodné provést reklamaci písemnou formou, a to hlavně v případech, kdy není rozhodnuto o reklamaci ihned. Spotřebitel by měl vždy vyžadovat od prodejce potvrzení o provedené opravě a o době jejího trvání. Pokud reklamáce není vyřízena, včetně opravy, do 30 dnů od jejího podání (pokud se nedohodnou strany jinak), je reklamovaná vada posuzována jako neodstranitelná a kupujícímu vzniká nárok na vrácení peněz.

Reklamační doklad by měl obsahovat následující údaje:

- identifikaci reklamujícího a prodávajícího,
- identifikaci reklamovaného výrobku, včetně uvedení data prodeje (zvlášť u drahých výrobků doporučujeme výrobek konkretizovat co nejpodrobněji),
- konkretizaci rozporu s kupní smlouvou, popř. reklamovaných vad,
- požadavek spotřebitele na způsob vyřízení reklamáce,
- datum uplatnění reklamáce a předpokládaný termín vyřízení reklamáce,
- podpisy reklamujícího i zástupce prodávajícího či přijímající servisní organizace, případně jejich razítko.

Často se při uplatnění reklamáce setkáváme s požadavkem prodávajícího na předání prodejního dokladu. Takový požadavek však není od prodávajícího oprávněný. Prodávající má však právo do dokladu nahlédnout, aby ověřil prodávajícího a datum prodeje, popřípadě si může udělat kopii (BusinessInfo.cz, 2011).

#### 4. Způsoby řešení spotřebitelských sporů

*Způsoby obrany spotřebitele se odvíjejí od skutečnosti, zda hmotněprávní normy, jež jsou chováním porušitele dotčeny, spadají do některého ze soukromoprávních odvětví či do některého z právních odvětví práva veřejného. Takové rozčlenění má též své zákonné zakotvení, neboť ust. § 7 odst. 1 občanského soudního řádu dává pro řešení soukromoprávních sporů pravomoc právě obecným soudům (Hulva, 2006, str. 33).*

Hlavním pilířem právní úpravy ochrany spotřebitele je úprava soukromého práva, které se uplatňuje soudní cestou v případech, kdy podnikatel nedostal svým závazkům. Veřejnoprávní úprava má na rozdíl od soukromoprávní úpravy vyšší preventivní účinek a k postihům dochází i v případech, kdy se občan neobrací na soud, protože své

poškození nepovažuje za závažné, nebo se mu soudní řešení zdá neefektivní nebo nemá dostatek zkušeností a znalostí (Horová, 2002, str. 12).

Právní ochranu poskytují spotřebitelům orgány veřejné moci na bázi:

- soukromoprávní a
- veřejnoprávní.

Pro soukromoprávní ochranu je typickým orgánem ochrany soud. Aby byla ochrana realizována, je nutný návrh poškozeného k provedení ochrany a jeho aktivní snaha o zdárné provedení všech stadií ochranných prostředků. Je to ochrana konkrétní a relativní. Každý subjekt, jehož právo bylo porušeno, se musí sám domáhat nápravy. Poškozený je rovnou stranou soudního řízení a musí se starat o jeho průběh (Pelikán, 2004).

Soukromoprávní ochrana je tedy ochrana následná. K poškození spotřebitele již došlo a náprava směřuje proti konkrétnímu škůdci (Hulva, 2005).

Ochrana veřejnoprávní je pro poškozeného podstatně méně náročná, neboť od něj nevyžaduje prakticky žádnou iniciativu ani odborné znalosti. To však má své úskalí v tom, že je omezena možnost jeho kontroly nad vyřízením věci. Provádění prostředků ochrany koná orgán veřejné moci a neumožňuje většinou poškozenému do řízení zasahovat. Poškozený není „pánem sporu“, jak je tomu v řízení soukromoprávním. Neexistuje tu nárok na provedení ochrany, což se zdá být velice důležitým nedostatkem. Vyplývá to ze základního principu, že veřejné právo nezakládá povinnosti určitých subjektů jako protiváhu subjektivních práv jiných subjektů. Veřejné právo ukládá povinnosti ve vztahu ke správnímu orgánu, který má také pravomoci ke kontrole dodržování těchto povinností. Ochrana má obecný a absolutní charakter, protože většinou nepřinese odčinění případné konkrétní způsobené újmy (Pelikán, 2004).

#### 4.1 Řešení spotřebitelských sporů před soudem (soukromoprávní ochrana)

Nepodaří-li se kupujícímu domoci svého práva u prodávajícího (ten se odmítne reklamaci zabývat, odmítne reklamaci jako neoprávněnou, neodstraní vadu věci ve stanovené lhůtě apod.), může se kupující domáhat svých práv u soudu žalobou dle § 79 zákona č. 99/1963 Sb., občanského soudního řádu, a to v obecné promlčecí lhůtě plynoucí dle § 102 ObčZ od uplatnění práv z vady u povinného, tj. nejpozději do 3 let

ode dne, kdy zákazník řádně reklamoval vady u prodávajícího, aniž by byl jeho nárok uspokojen. Věcně a místně příslušným soudem k projednávání nároků z vadného plnění je okresní soud, v jehož obvodu má žalovaný sídlo nebo místo podnikání, v případě fyzické osoby, v jehož obvodu má fyzická osoba bydliště. Soudní řízení je zahájeno dnem, kdy byla žaloba doručena soudu. Žalobu lze podat písemně, elektronicky nebo faxem. Žaloba musí obsahovat:

- označení soudu
- označení žalobce a žalovaného
- označení věci
- vyličení rozhodujících skutečností a označení důkazů, jejichž se žalobce dovolává
- to, čeho se žalobce dovolává (žalobní petit)
- datum a podpis žalobce

V případě, že je nárok kupujícího shledán soudem v plné výši jako oprávněný, náleží mu právo, aby mu prodávající nahradil náklady na soudní poplatek, jakož i další náklady, které v souvislosti se soudním řízením účelně vynaložil k uplatnění svého práva. Pokud soud dospěje k závěru, že nároky kupujícího jsou neoprávněné, je kupující povinen nést nejen své náklady, ale uhradit také náklady, které prodávající v soudním řízení vznikly. Z tohoto důvodu by měl kupující vždy důkladně zvážit, než podá žalobu, zda je jeho nárok skutečně oprávněný, a má tak naději na úspěch (Houdek, 2007).

Drtivá většina spotřebitelů je tímto faktem odrazena od řešení sporu podáním žaloby.

#### 4.2 Veřejnoprávní ochrana realizována dozorovými orgány

Veřejnoprávní ochrana má v souvislosti s ochranou spotřebitele zejména funkci preventivní. Dohled státu v této oblasti zabezpečuje Česká obchodní inspekce a další. Pokud se zákazník obrátí na tyto orgány, nemohou sice zasahovat do sporů mezi kupujícím a prodávajícím, ale formou sankcí mohou podnikatele motivovat k dodržování zákonem stanovených povinností (Houdek, 2007).

#### 5. Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů v ČR

Vedle možných způsobů řešení spotřebitelských sporů, kterými je soudní cesta nebo veřejnoprávní ochrana prostřednictvím dozorových orgánů je nový projekt,

„Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“ (dále jen „ADR“ z anglického Alternative Dispute Resolution). Je to systém, který při řešení sporů umožňuje alternativní postup, tedy jiný postup než klasickou soudní cestou. V tomto systému jsou řešeny spory, které vznikají z neplnění smluvních závazků. Na jedné straně pak stojí podnikatel a na druhé straně spotřebitel. Běžným spotřebitelským sporem jsou například spory o uznání reklamace vad zboží koupeného v obchodě, ale i jiné spory, které vznikají z právních vztahů mezi podnikateli a spotřebiteli.

Projekt ADR, jehož pilotní dvouletá fáze byla spuštěna 1. dubna 2008, připravilo Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR ve spolupráci s Hospodářskou komorou České republiky, spotřebitelskými sdruženími, Rozhodčím soudem při Hospodářské komoře ČR a Agrární komoře ČR, Asociací mediátorů, Ministerstvem financí ČR a Ministerstvem spravedlnosti ČR. Cílem projektu bylo nastavit funkční systém, který zrychlí a zjednoduší řešení spotřebitelských sporů (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2008a).

Zhodnocení pilotní fáze bude součástí praktické části méj bakalářské práce.

Při Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR byla ministrem zřízena Platforma pro mimosoudní řešení spotřebitelských sporů (dále jen „Platforma“). Platforma je poradním orgánem ministra pro oblast spotřebitelských sporů. Platforma byla zřízena na dobu neurčitou a má sedm členů:

- ministerstvo jako ústřední orgán,
- Hospodářská komora ČR jako organizace, která hájí zájmy podnikatelů,
- Rozhodčí soud při Hospodářské komoře ČR a Agrární komoře ČR jako nezávislý stálý rozhodčí soud,
- spotřebitelská organizace nominovaná Spotřebitelským poradním výborem jako subjekt hájící zájmy spotřebitelů,
- Asociace mediátorů ČR jako nezisková organizace hájící zájmy mediátorů,
- Ministerstvo spravedlnosti ČR jako ústřední orgán státní správy pro věci mediačního a rozhodčího řízení
- Ministerstvo financí jako orgán státní správy pro ochranu zájmů spotřebitelů na finančním trhu (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2008a).

Celý systém stojí na třech základních pilířích (způsobech řešení sporu), a to na poskytnutí kvalifikované informace a doporučení, mediaci a rozhodčím řízení.

## 5.1 Výklad pojmů pro účely pravidel řízení mimosoudního řešení spotřebitelských sporů

---

**Projektem** se rozumí projekt „Mimosoudní řešení spotřebitelských vztahů“, který byl schválený Opatřením ministra průmyslu a obchodu č. 58/2007 ze dne 14. listopadu 2007.

**Platforma** je poradním orgánem pro ADR, zřízeným Opatřením ministra průmyslu a obchodu č. 58/2007 ze dne 19. prosince 2007.

**Kontaktní místo** je to místo uvedené na seznamu kontaktních míst Platformou.

**Podnět** je vyplněný a podaný formulář. Tento formulář je uveden v Příloze 5 této bakalářské práce.

**Protistrana** je strana, která podnět k mimosoudnímu řešení nepodala.

**Rozhodčí smlouva** je písemná dohoda mezi stranami, že spor bude řešen před Rozhodčím soudem.

**Rozhodčí soud** je stálý rozhodčí soud, jehož postavení upravují zákony č. 301/1992Sb., a zákon č. 223/1994 Sb.

**Spotřebitelská smlouva** je definována v § 52 zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, jako smlouva kupní, smlouvy o dílo, případně jiná smlouva, pokud smluvními stranami jsou na jedné straně spotřebitel a na druhé straně dodavatel

**Strana** je strana konkrétní spotřebitelské smlouvy, ze které vznikl spor (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2010).

## 5.2 Proces mimosoudního řešení spotřebitelských sporů

---

Celý proces mimosoudního řešení spotřebitelských sporů začíná výhradně podáním podnětu (viz Příloha 5) kontaktnímu místu. Podnět může být podán poštou, osobně do protokolu, telefonicky nebo elektronicky. Řízení se zahajuje dnem, kdy kontaktní místo obdrželo podnět jedné ze stran. Pokud již byla podána soudní žaloba nebo jiný zákonný prostředek k uplatnění práv, není pak možné řízení zahájit.

Po přijetí podnětu pracovník kontaktního místa kontaktuje protistranu (telefonicky nebo jiným vhodným způsobem) a zašle jí podnět k vyjádření na poštovní nebo

elektronickou adresu. Nevyjádří-li se protistrana do 15 dnů má se za to, že se nechce protistrana zúčastnit.

Proses nabízí tři možnosti řešení sporu. Předběžné doporučení nebo-li kvalifikovaná rada, mediační řízení a rozhodčí řízení. Pokud se spor řeší mediačním nebo rozhodčím řízením trvá obvykle 60 dnů u složitějších sporů 90 dnů.

Řízení končí dohodnou-li se strany na smírném řešení sporu nebo vydáním rozhodčího nálezu nebo usnesením Rozhodčího soudu. Řízení může dále končit vyjádří-li některá ze stran neochotu nadále se řízení účastnit, nebo vyplýváli to z vůle strany z jejího jednání. Proces nelze ukončit rozhodnutím protistran, pokud již byla sepsána rozhodčí smlouva (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2010).

### 5.3 Předběžné doporučení, poskytnutí kvalifikované rady

---

Spotřebitel má možnost obrátit se na kontaktní místo, tato místa jsou v seznamu uveřejněném Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR (viz Příloha 1). Zde mu bude pracovníkem kontaktního místa doporučeno, jakým způsobem například odstoupit od smlouvy v případě opakovaně zamítnuté reklamace, aby toto odstoupení mělo všechyn náležitosti (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2010).

### 5.4 Mediace

---

Mediace je způsob, jak se dorozumět s tím, s kým jsme v konfliktu. Průvodcem při jednání je mediátor - nezávislý a neutrální profesionál ovládající komunikační dovednosti. Mediátor podporuje účastníky mediace v hledání řešení (AAA Mediator, 2011).

Mediátor je „mezičlánkem“, který jako nestranný prostředník, odborník na komunikaci, pomáhá stranám v obtížných situacích hledat společnou řeč, naslouchat si, pochopit se a najít vzájemně vyhovující řešení situace. Slovo mediace pochází z latinského medi = mezi (Mediační centrum, 2011).

Mediace se v Čechách rozšířila počátkem 90. let 20. století díky skupinám odborníků ze západních demokracií, kteří s ní měli již třicetileté zkušenosti. Cílem bylo šířit mediaci na nestátní úrovni v celé oblasti mimosoudního vyjednávání (Asociace mediátorů České republiky, 2011).

Pro správné fungování celého mechanismu bude nezbytně nutné přijmout nový zákon o mediaci v netrestních vědech. Tento zákon je v současné době ve fázi přípravy a podrobnější informace o jeho schválení budu komentovat v praktické části této bakalářské práce.

Hlavní podmínkou mediace v rámci procesu projektu „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“ je dobrovolná účast. Mediační řízení je zahájeno na základě podání podnětu protistranou. Pracovník kontaktního místa odešle podnět spolu s Pravidly řízení protistraně. Pokud se protistrana nevyjádří do 15 dnů, má se za to, že se nechce účastnit.

Pokud se strany sporu dohodnou, že spor řešit chtějí, bude jim poskytnut seznam mediátorů, ze kterého si protistrany vyberou. Po vybrání mediátora (viz Příloha 2) se určí datum a místo schůzky všech zúčastněných. Po skončení mediace informuje mediátor kontaktní místo, o tom zda protistrany dospěly k dohodě.

Mediace je zdarma a odměna mediátora je hrazena Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2010).

#### 5.4.1 Postup mediace

---

Mediace má předem stanovený postup, který má tři fáze:

- Přípravná fáze, v této fázi na základě podnětu zahájí mediátor nebo pracovník kontaktního místa proces mediačního řízení oslovovacím dopise nebo emailem. Na základě oslovovacího dopisu se musí protistrana vyjádřit ve lhůtě 15ti dnů. Poté je proces zahájen (Rejnek, 2011).
- Průběh jednání je zahájen přistoupením stran k dohodě o mediaci, ta může mít i formu písemnou. Je stanoveno datum schůzky a místo (obvykle je to pracoviště kontaktního místa). K celému procesu je veden spis, který obsahuje pouze záznam o jednotlivých úkonech, které mediátor učinil. Dále záznam z jednotlivých jednání se stranami a výslednou dohodou, ke které strany dospěly. Se souhlasem obou stran se mediace se může zúčastnit třetí osoba.
- Ukončení jednání nastane buď uzavřením dohody, nebo odstoupením jedné ze stran. Strany mohou odstoupit kdykoliv v průběhu mediace (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2008d)

## 5.5 Rozhodčí řízení

---

Rozhodčí řízení je alternativní řešení majetkového sporu nezávislým rozhodcem, jehož výsledkem je vydání závazného rozhodčího nálezu. Takto vydaný rozhodčí nález je pravomocný a možnost soudního přezkumu je dána jen z procesních důvodů.

Rozhodčí řízení v českém právním řádu upravuje zákon č. 216/1994 Sb., o rozhodčím řízení a o výkonu rozhodčích nálezů, v platném znění, dále jen „Zákon o rozhodčím řízení“, který nabyl účinnosti dnem 1. 1. 1995 (Asociace pro rozhodčí řízení, 2011).

S účinností od 1. 4. 2012 bude tento zákon nahrazen zákonem č. 19/2012 Sb., zásadní změny tohoto zákona budou komentovány v praktické části této bakalářské práce.

Podstatou rozhodčího řízení je přenesení projednávání a rozhodování určitého okruhu majetkových sporů, které mohou být rozhodovány v rozhodčím řízení z pravomoci obecných soudů, do níž tyto spory jinak patří, na rozhodce, rozhodující spory v rozhodčím řízení dle zákona o rozhodčím řízení a to na základě skutečnosti, že si strany sjednaly rozhodčí smlouvu (Asociace pro rozhodčí řízení, 2011).

Dále se rozhodčí řízení upravuje pro potřeby ADR „Zvláštním Dodatkem Řádu pro rozhodčí řízení pro spotřebitelské spory“, který vychází z Doporučení Evropské Komise č. 98/257/ES ze dne 30. března 1998 a z Doporučení Evropské komise č. 2001/310/ES ze dne 4. dubna 2001.

V případě, že existuje spor mezi podnikatelem a spotřebitelem a strany sporu se domnívají, že by bylo snazší, aby byl tento spor řešen jinak než soudní cestou, mají možnost obrátit se na kontaktní místo pro mimosoudní řešení spotřebitelských sporů.

Pokud se nedosáhne dohody v rámci mediace, je možné pokusit se spor vyřešit rozhodčím řízením.

Celý systém je postaven na dobrovolné účasti stran. K tomu, aby rozhodčí řízení mohlo být zahájeno, je třeba, aby se svojí účastí souhlasily obě strany sporu. Výsledkem rozhodčího řízení je vydání rozhodčího nálezu (Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008c).



V případě rozhodčího řízení, strana podávající žalobu zaplatí poplatek za rozhodčí řízení 3 % z hodnoty předmětu sporu, nejméně 800,-Kč. Odměnu za práci rozhodce pak hradí Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2008a).

#### 5.5.1 Postup rozhodčího řízení

---

Proces rozhodčího řízení začíná podáním žaloby Rozhodčímá soudu na administrační místo. Pro spotřebitelské spory je rozhodčí řízení vedeno výhradně elektronicky. Poplatek za řízení je splatný do pěti dnů od doručení žaloby. Poté je sepsána rozhodčí smlouva (viz Příloha 6), kde je uvedeno číslo jednací, žalovaná částka a emailové adresy účastníků řízení.

Do pěti pracovních dnů sdělí emailem Rozhodčí soud účastníkům řízení adresu sudiště a patřičné přístupové parametry.

Obě strany mají možnost se k procesu vyjádřit ve lhůtě deseti dnů ode dne vyrozumění. Po ukončení řízení vydá Rozhodčí soud rozhodčí nález, který se považuje za vydaný dnem, kdy byl vyvěšen na sudišti. Rozhodčí nález musí obsahovat datum, kdy bude na sudišti vyvěšen. Rozhodčí nález je závazný pro obě strany. Na žádost účastníka může Rozhodčí soud vydat rozhodčí nález i v listinné podobě. Sudiště zůstane účastníkům přístupné 30 dnů od uveřejnění rozhodčího nálezu (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2008c).

#### 5.6 Výhody systému pro spotřebitele

---

Snahou celého systému je najít levné, efektivní a rychlé řešení spotřebitelských sporů. Očekávaným výsledkem ADR je závazná dohoda (v případě mediace) nebo vykonatelný rozhodčí nález (v případě rozhodčího řízení). Výhody, které celý systém přináší, jsou především v tom, že mediace je zdarma a odměna za činnost mediátora je hrazena Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR. Další nespornou výhodou je i rychlost řízení (Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008a).

#### 5.7 Výhody systému pro podnikatele

---

Stejně tak jako pro spotřebitele, přináší ADR výhody i pro podnikatele. Základní výhodou je rychlost řízení. Dá se předpokládat, že celé mimosoudní řešení sporu proběhne v poměrně krátké lhůtě.

Další výhodou pro podnikatele je, že dobrovolná účast v mimosoudním řešení spotřebitelských sporů může napomoci jeho zviditelnění na trhu a posílení jeho dobrého jména i posílení jeho pozice na trhu. Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR do budoucna předpokládá zveřejňování podnikatelů, kteří se zapojili do systému mimosoudního řešení spotřebitelských sporů (Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008a).

#### 5.8 Stížnost na průběh mimosoudního řešení spotřebitelských sporů

Pokud některá ze stran sporu nebude spokojena s průběhem procesu mimosoudního řešení spotřebitelského sporu nebo by se domnívala, že v průběhu řízení došlo k porušení Pravidel pro mimosoudní řešení spotřebitelských sporů, může podat stížnost na adresu Ministerstva průmyslu a obchodu ČR nebo na e-mailovou adresu [adr@mpo.cz](mailto:adr@mpo.cz). Stížnost je možné podat do 30 dní ode dne, kdy se stěžovatel dozvěděl o důvodu procesní stížnosti. Nejpozději může být procesní stížnost podána 1 rok ode dne, kdy důvod procesní stížnosti nastal. Stížnost následně bude projednána Platformou pro mimosoudní řešení spotřebitelských sporů. Stížnost bude vyřešena nejpozději do 60 dnů ode dne, kdy byla stížnost doručena (Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008a).

#### 6. Mimosoudní řešení sporů v Evropské unii

Mimosoudní řešení sporů se v EU rozvíjí již od devadesátých let minulého století. I přes dobu, po kterou mimosoudní řešení sporů v EU funguje, není možné ho bez legislativní úpravy přijmout pro Českou republiku.

Způsob mimosoudního řešení spotřebitelských sporů (dále jen ADR z anglického *Alternative dispute resolution*), byl v Evropě vyvinut proto, aby pomohl občanům, kteří vstoupili do spotřebitelských sporů, protože nejsou schopni dosáhnout dohody s obchodníkem. Výhodou alternativního řešení sporů je, že nabízí větší flexibilitu a může lépe reagovat na potřeby spotřebitelů i obchodníků. V porovnání s možností využít soudní cestu je mimosoudní řešení spotřebitelských sporů levnější, rychlejší a má neformální charakter. (Evropská komise, 2011)

Společenství velmi důsledně rozlišuje mezi dvěma kategoriemi alternativních způsobů řešení sporů, kterých mohou spotřebitelé použít při řešení svých sporů s obchodníky.

První kategorií jsou postupy, v nichž třetí strana pomáhá stranám sporu se dohodnout, avšak nezaujímá přitom formálně stanovisko k případnému jednomu nebo jinému řešení sporu. Komise se ujala iniciativy, aby měla jistotu, že v mimosoudních postupech pro urovnání spotřebitelských sporů jsou dodržovány určité zásady. Komise za tímto účelem vydala dne 4. dubna 2001 doporučení o zásadách pro mimosoudní řešení spotřebitelských sporů, označené K(2001)1016, týkající se postupů, v nichž třetí strana nezaujímá stanovisko, ale pouze pomáhá stranám sporu, aby samy našly řešení. Toto doporučení uvádí čtyři zásady: nestrannost, transparentnost, účinnost a spravedlnost.

Druhou kategorií jsou postupy, v nichž sama třetí strana nalézá řešení, která pak předkládá stranám sporu, cílem iniciativy Evropské komise je zajistit, aby se při těchto postupech dodržovaly určité zásady. Pro účely toho postupu vydala Evropská komise dne 30. března 1998 doporučení o zásadách pro orgány příslušné pro mimosoudní vyrovnání spotřebitelských sporů, označené 98/257/ES, týkající se postupů, v nichž třetí strana ve sporu rozhodne, a to způsobem pro strany buď závazným nebo nezávazným. Toto doporučení se vztahuje rovněž na rozhodčí řízení v oblasti spotřebitelských sporů. Toto doporučení obsahuje sedm základních zásad: nezávislost, transparentnost, možnost vyjádření obou stran, účinnost, zákonnost, svobodu a zastupování. Členské státy vytvořily soupis orgánů zodpovědných za mimosoudní řešení spotřebitelských sporů, které podle jejich názoru splňují doporučení Evropské komise. Tyto vnitrostátní soupisy byly předány Evropské komisi a jsou k nahlédnutí na internetových stránkách Generálního ředitelství pro zdraví a ochranu spotřebitele (Evropská komise, 2007).

## 7. Marketingový výzkum

---

Podle American Marketing Association – (AMA) je marketingový výzkum definován jako funkce, která spojuje spotřebitele, zákazníka a veřejnosti s marketingovým pracovníkem prostřednictvím informací používaných k zjišťování a definování marketingových příležitostí a problémů, k tvorbě, zdokonalování

a hodnocení marketingových akcí, sledování marketingového úsilí a k zlepšení pochopení marketingu jako procesu. Marketingový výzkum specifikuje požadované informace podle vhodnosti k řešení vytváření metody pro sběr informací, řídí a uskutečňuje proces sběru dat, analyzuje výsledky, sděluje zjištěné poznatky a jejich důsledky (American Marketing Association, 2004).

Celý proces marketingového výzkumu se skládá ze třech základních etap. První etapou je plánovací etapa a druhou je realizační etapa a třetí je hodnotící etapa. Každá z etap zahrnuje další kroky.

V plánovací etapě si určíme výzkumnou otázku. Stanovíme si hypotézy. To znamená, co a proč chceme zjistit. Jako druhý krok plánovací etapy je posouzení sekundárních dat, to jsou data již známá a dále získání dat primárních, tedy dat, která budeme získávat našim výzkumem. Dalším krokem plánovací fáze je stanovení způsobu práce s cílovou skupinou. Tedy o kom chceme informace zjistit, kde se cílová skupina vyskytuje apod. Pro tyto účely můžeme provádět vyčerpávající šetření (census) nebo výběrové šetření. Vyčerpávající šetření je prováděno na celém základním souboru, výběrové šetření se provádí na vzorku ze základního souboru. Vzorek může být pravděpodobností nebo nepravděpodobnostní. Důležitým krokem je správné stanovení velikosti vzorku. Jako poslední krok plánovací fáze je určení časového harmonogramu a provedení rozpočtu.

Druhou fází marketingového výzkumu je realizační fáze. Základem je sběr a zakódování dat. Po této fázi následuje analýza, na základě které bychom měli dojít k potvrzení nebo vyvrácení hypotéz. Poté zpracujeme závěrečnou zprávu.

Třetí fází je fáze hodnotící. Posuzujeme, zda jsme skutečně zjistili to, co jsme zjistit chtěli. Tedy zda byl výzkum validní či nikoliv (Vojtko, 2008).

## 7.1 Rozdělení marketingového výzkumu

Na základě způsobu, kterým data získáváme, se dělí výzkum na kvalitativní a kvantitativní.

**Kvalitativní výzkum** je zaměřen na analýzu vztahů, závislostí a příčin u zkoumání hodnoty a na jejich zobecnění. Používá sociologické a psychologické metody. Má odpovědět na otázku proč. Metody kvalitativního výzkumu jsou:

Focus group je výzkum v uzavřené skupině od 8 do 12 účastníků. Tato skupina je vedena zkušeným moderátorem a je zaměřena na určité téma.

Hlubkové rozhovory, jedná se o interview jeden na jednoho. Hledají se detailní odpovědi na dané otázky. Často jsou využívány nepřímé techniky, které mají pomoci odkrýt skryté motivační faktory.

Projektivní techniky zjišťují nejhlubší pocity respondenta pomocí projekce do nestrukturované simulace.

Případové studie do hloubky zkoumají konkrétní událost, aktivitu, proces.

Etnografický výzkum je výzkum určité skupiny lidí v přirozených podmínkách, během určitého časového období převážně za použití pozorování. Zkoumáme především její kulturní odlišnost (Vojtko, 2008).

**Kvantitativní výzkum** zjišťuje faktické údaje a dále je analyzuje statistickými metodami, zkoumá jejich závislosti a vztah mezi příčinami a následky. Metodami kvantitativního výzkumu jsou:

Pozorování je metoda, při které je zaznamenáváno reálné chování a jednání pozorovaného subjekt. Pozorování se provádí buď osobně, nebo pomocí elektronických přístrojů.

Experiment je založen na simulaci nějaké situace, která má měřitelné parametry.

Dotazování je metoda pro kterou je typické, že tazatel je v přímém kontaktu s respondentem. Podklady k výzkumu jsou získávány kladením otázek. Dotazování může být provedeno formou osobního rozhovoru, písemnou formou, telefonicky nebo elektronicky (Vojtko, 2008).

Důležitou podstatou dotazování je vytvoření dotazníku pro respondenty. Při tvorbě dotazníku musíme vědět, koho se budeme ptát, na co se budeme ptát a způsob jakým se budeme ptát. Tazatel musí správně zvolit typ otázky. To, jakým způsobem budou otázky formulovány, může významným způsobem ovlivnit výsledek celého výzkumu.

Mezi typy otázek řadíme:

Otevřené otázky umožňují respondentovi odpovídat volně, podle svého názoru. Z těchto otázek se tazatel dozví často více než z uzavřených. Otevřené otázky mohou být zcela nestrukturované, zde tazatel odpovídá úplně volně. Dále mohou být tyto otázky typu dokončování vět, slovní asociace a další.

Uzavřené otázky dávají tazateli výběr z předem specifikovaných odpovědí, na tyto otázky se tazateli odpovídá nejlépe, jejich vyhodnocení je pro nás jednodušší. Uzavřené otázky mohou být dichotomické, tedy otázky které nabízejí pouze dvě možné odpovědi, nebo takzvané „Multiple choice“ nabízející tři a více možností.

Pro uzavřené otázky používáme různé typy škál. Škálování je technika, s jejíž pomocí přiřazujeme číselné hodnoty jevům, které nemůžeme přímo měřit na intervalové nebo poměrové stupnice (Kotler, Keller, 2007)

Níže jsou uvedeny příklady škál:

- grafické škály např. smajlíci...
- jednotková hodnotící škála - „důležité 1 2 3 4 5 nedůležité“
- přiřazení pořadí - „oznámkujte následující produkty podle toho, jak vám chutnají“
- párové srovnávání - „Který produkt preferujete?“
- škála s konstantním součtem - „Rozdělte 100 bodů“
- sémantický diferenciál - „Horký 1 2 3 4 5 Chladný“
- likterova škála - „Zcela souhlasím / Částečně souhlasím / Částečně nesouhlasím / Zcela nesouhlasím“ (Vojtko, 2008)

### III. Cíle, metodika a stanovené hypotézy

---

Cílem celé bakalářské práce je analýza projektu „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“. Jedná se konkrétně o řešení spotřebitelských sporů mezi českými spotřebiteli a českými obchodníky. Dalšími cíly jsou vyhodnocení statistických dat, sledování vývoje potřebné legislativy a aktuální dění okolo ADR na základě získaných sekundárních dat.

Pro celou bakalářskou práci byla stanovena následující metodika.

V teoretické části bylo použito studium teoretických východisek na základě dostupné literatury a internetových zdrojů. Zde se zjišťovaly základní informace nejen o realizaci mimosoudního řešení spotřebitelských sporů v rámci České republiky, ale i o ochraně spotřebitele v České republice a v Evropské unii. Nejčastějším zdrojem byly internetové stránky Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a internetové stránky spotřebitelských organizací.

Pro praktickou část byla použita jak primární data, tak sekundární data s využitím marketingového výzkumu. Primární data byla získána prostřednictvím dotazníkového šetření s českými respondenty-spotřebiteli a také na základě řízeného hloubkového rozhovoru se zaměstnancem Jihočeské hospodářské komory v Českých Budějovicích s Bc. Petrem Rejnkem. Tato osoba je kontaktním pracovníkem pro mimosoudního řešení spotřebitelských sporů v rámci výše uvedené instituce.

Sekundární data byla získána jako výsledek statistického šetření Jihočeské hospodářské komory v Českých Budějovicích, které se vztahovalo k hodocení projektu „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“. Dalším zdrojem, který byl použit pro sekundární data, byly informace z internetových stránek Ministerstva průmyslu a obchodu ČR ohledně aktuálního vývoje systému a také legislativních změn, které byly uskutečněny v návaznosti na hodocení pilotní fáze projektu. Pro sledování vývoje legislativního rámce pro mimosoudní řešení sporů byly využity informace z Úřadu vlády České republiky.

Analýza jak sekundárních dat, tak primárních dat byla použita pro zhodnocení stanovených hypotéz pro tuto bakalářskou práci. Následně byly uvedeny návrhy

na zlepšení systému mimosoudního řešení spotřebitelských sporů v rámci České republiky.

Pro tuto baklářskou práci byly stanoveny následující hypotézy:

**Hypotéza č. 1:**

Pojem ADR zná méně než 10% respondentů.

**Hypotéza č. 2:**

Více jak polovina podaných návrhů v systému ADR skončí nesoučinností protistrany.

**Hypotéza č. 3:**

Více než polovina spotřebitelů, kteří znají pojem ADR, nemá o něm dostatečné informace.



### III. Vlastní práce

---

#### 1. Marketingový výzkum – primární zdroje

---

Jak bylo již výše uvedeno, tak pro získání primárních dat byla vybrána jak kvantitativní, tak kvalitativní forma marketingového výzkumu. Jednalo se o dotazníkové šetření a řízený hloubkový rozhovor.

V rámci dotazníkového šetření byl vytvořen dotazník (viz Příloha 1). Ten obsahoval 25 otázek jak otevřených, tak uzavřených a byl rozdělen na čtyři části. První část dotazníku byla zaměřena na znalost spotřebitelských práv. Druhá část byla věnována samotné znalosti ADR. Třetí a poslední část dotazníku byly otázky identifikační.

Dotazník byl tvořen v průběhu října 2011. V týdnu od 24. 10. do 28. 10. 2011 proběhla pilotáž dotazníku. Na základě konzultace se svými kolegy ve svém zaměstnání, jsem dotazník ještě upravila a vytvořila finální verzi. Takto byl dotazník respondentům odeslán 1.11.2011. V průběhu vyplňování dotazníku byl respondent na základě odpovědi vždy posunut na logicky navazující otázku a nemusel tak pročitat otázky, na které nezná odpověď. Tuto funkci umožňuje doména Google-dokumenty, kde byl celý dotazník vložen. Dotazník byl s krátkými instrukcemi a spolu s prosbou o další distribuci na přátelé, rodinu a známé elektronicky rozeslán respondentům z mého soukromého a částečně i pracovního adresáře. Celkem bylo použito 131 emailových adres ze soukromého adresáře a 335 adres ze služebního adresáře. Dále byl dotazník uveřejněn na nejznámější sociální síti Facebook se žádostí o sdílení.

Počet respondentů, kteří dotazník vyplnili je poměrně vysoký. Celkový počet dotazníků, které jsem odeslala je 466. Toto číslo se samozřejmě liší od konečného počtu všech rozeslaných dotazníků, neboť někteří respondenti přeposlali dotazník na další osoby. Přesný počet rozeslaných dotazníků tedy není možné zjistit. Proto nemůžeme vyjádřit procentuelně počet vrácených dotazníků. V průběhu měsíce listopadu 2011 se podařilo získat odpovědi od 113 respondentů. Z těchto 113 dotazníků bylo pro vyhodnocení použito 111. Dva dotazníky obsahovaly odpovědi pouze na identifikační otázky, proto byly z dalšího zpracování vyřazeny.

Aby dotazník obsáhl danou problematiku, byl poměrně časově náročný. O to více si vážím odpovědí, které se vrátily. Odpovědi budou pro větší přehlednost následně prezentovány pomocí grafů s komentáři.

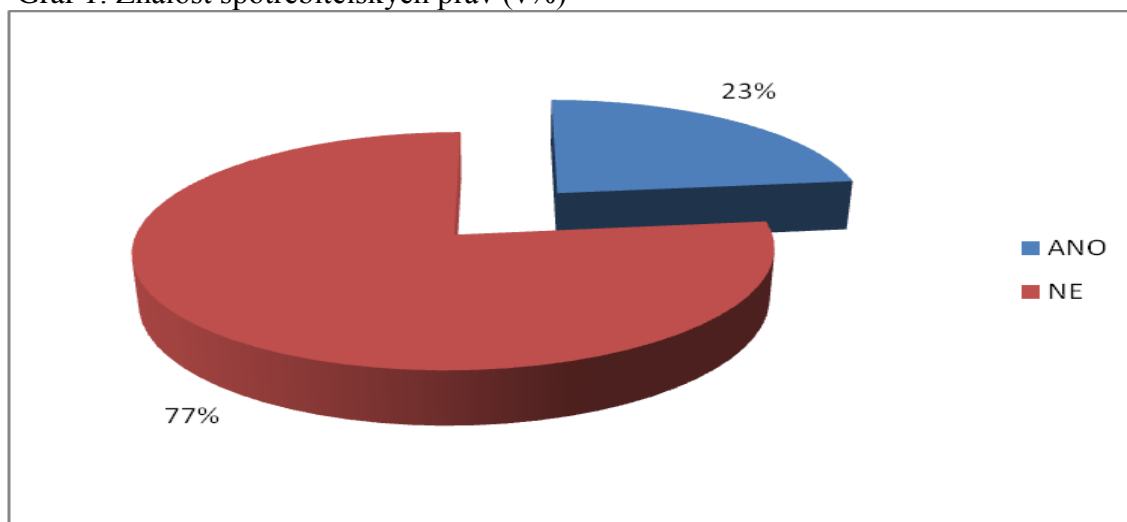
Dalším zdrojem primárních dat je řízený hloubkový rozhovor s pracovníkem Jihočeské hospodářské komory v Českých Budějovicích s panem Rejnkem. Bc. Rejnek je pracovníkem kontaktního místa za Jihočeskou hospodářskou komoru a odpovídal na předem připravené otázky. Následně jsme volně diskutovali na téma mimosoudního řešení spotřebitelských sporů.

## 1. 1 Výsledky dotazníkového šetření

---

### Otázka č. 1: Znáte svá spotřebitelská práva ?

Graf 1: Znalost spotřebitelských práv (v%)



Zdroj: vlastní výzkum

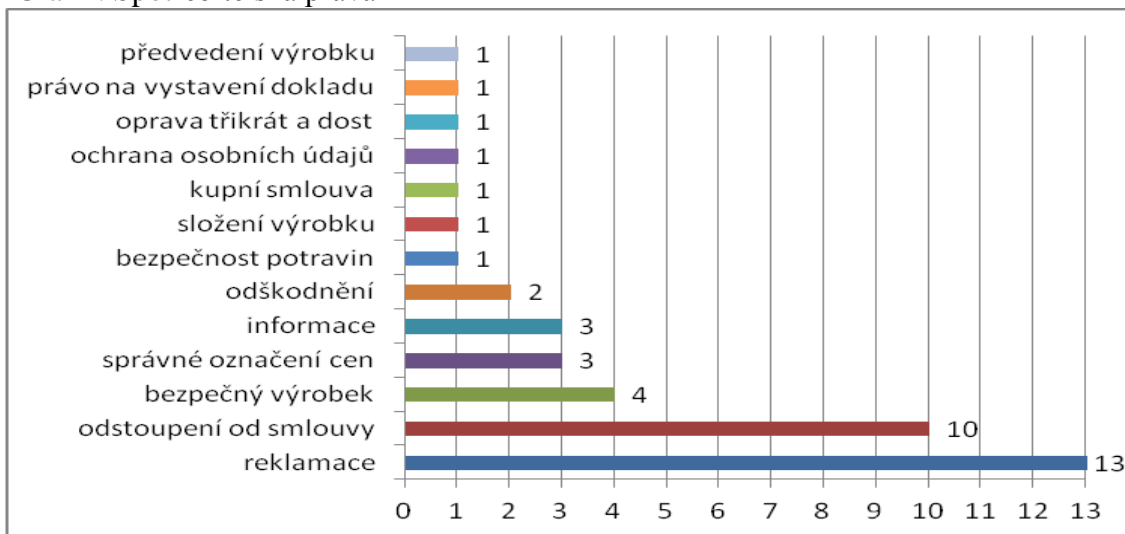
Z grafu vyplývá, že z celkového počtu 111 respondentů zná svá práva 25 dotazovaných (23 %) a 86 dotazovaných (77 %) svá práva nezná. Z daného vyvozují, že znalost spotřebitelských práv je v České republice nízká.

### Otázka č. 2: Prosím uveďte jaká spotřebitelská práva znáte.

Z celkového počtu 25 respondentů, kteří uvedli že svá práva znají, pouze 23 respondentů dále tyto práva uvedlo. Respondeti uvedli celkem třináctkrát právo na reklamaci a celkem desetkrát právo na odstoupení od smlouvy. Další práva byla

zastoupena vždy jen malým počtem odpovědí. Většina respondentů mohla uvádět současně více práv.

Graf 2: Spotřebitelská práva

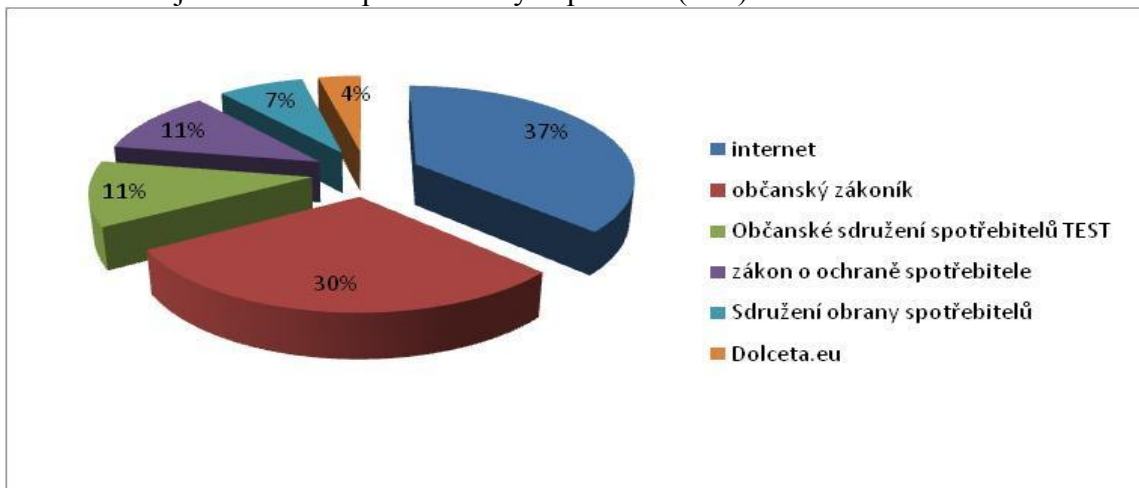


Zdroj: vlastní výzkum

### Otázka č. 3: Víte, kde hledat informace o svých spotřebitelských právech ?

Na tuto otázku odpovídali pouze osoby, které v dotazníku odpověděly ano na otázku číslo 1. Respondenti uváděli především internet, ten byl uveden celkem 10 respondenty. Jako druhý největší zdroj informací byl uveden občanský zákoník a to celkem 8 respondenty. Zákon na ochranu spotřebitele uvedli 3 respondenti.

Graf 3: Zdroj informací o spotřebitelských právech (v %)

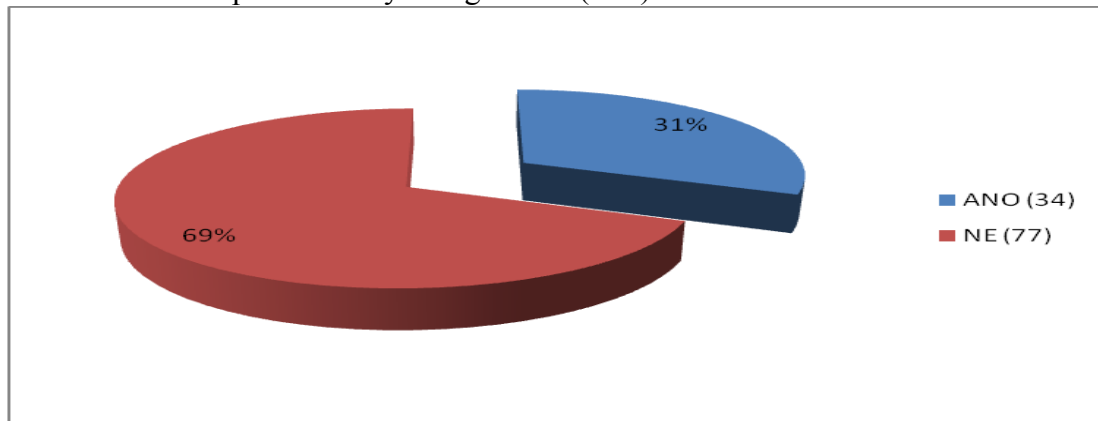


Zdroj: vlastní výzkum

#### Otázka č. 4: Znáte některé spotřebitelské organizace?

Na otázku odpovědělo 34 respondentů ano. Zbytek respondentů uvedl, že nezná žádnou spotřebitelskou organizaci.

Graf 4: Znalost spotřebitelských organizací (v %)

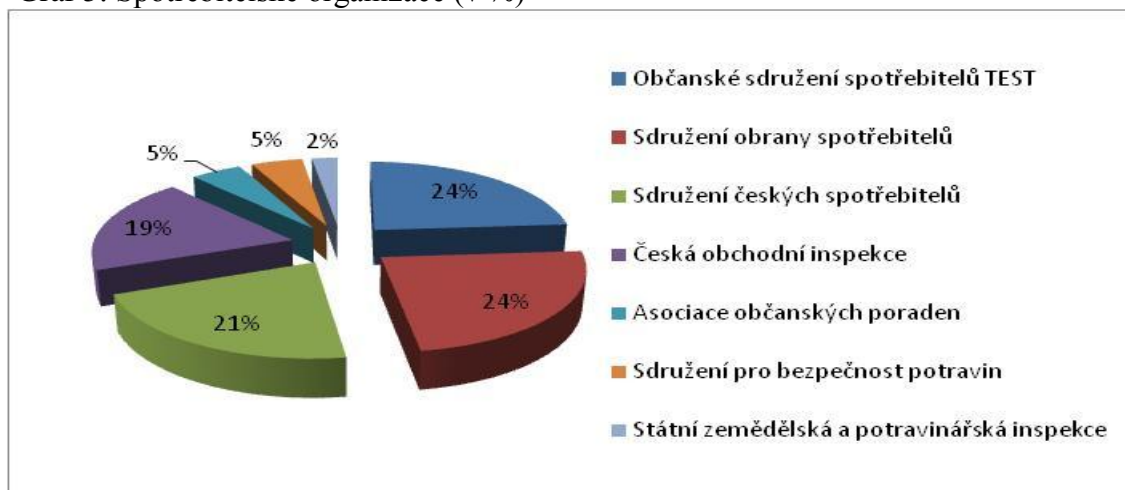


Zdroj: vlastní výzkum

#### Otázka č. 5: Prosím, uveďte, jaké spotřebitelské organizace znáte.

Zde uváděli respondenti nejčastěji Občanské sdružení spotřebitelů TEST, Sdružení obrany spotřebitelů a Sdružení českých spotřebitelů. Celkem osmkrát byla uvedena i Česká obchodní inspekce a jedenkrát Státní zemědělská a potravinářská inspekce. Poslední dvě organizace jsou dozorovými orgány, spotřebitel v tomto případě nezná přesný rozdíl mezi spotřebitelskou organizací a organizací vykonávající dozor nad činností obchodníků

Graf 5: Spotřebitelské organizace (v %)



Zdroj: vlastní výzkum

**Otázka č. 6: Kontaktoval/a jste již někdy spotřebitelskou organizaci ?**

Na tuto otázku odpovídali pouze respondenti, kteří uvedli v otázce č. 4 „Znáte některé spotřebitelské organizace“ ano. Z celkového počtu 34 odpověděl pouze jeden spotřebitel ano. Tento respondent odpověděl na následující **otázku č. 7:**

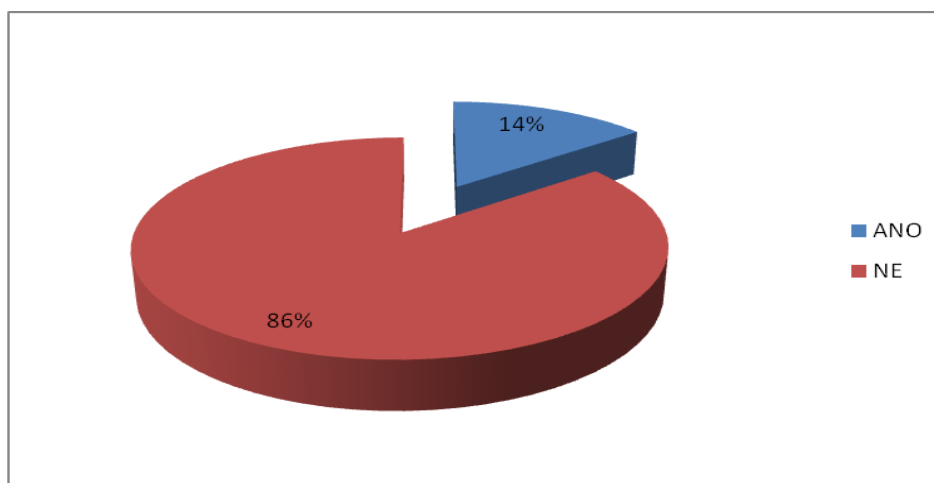
**Pomohl Vám tento kontakt k vyřešení vašeho problému s obchodníkem ?**

Daný respondent kontaktoval Českou obchodní inpekci, která není spotřebitelskou organizací. Proto nelze brát jeho odpověď za vhodnou pro analýzu dotazníkového šetření.

**Otázka č. 8: Víte co je projekt „Mimosoudní řešení sptřebitelských sporů“?**

Celkem odpovědělo 16 respondentů ano a 95 respondentů projekt nezná.

Graf 6: Kolik respondentů zná projekt „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“  
(v %)

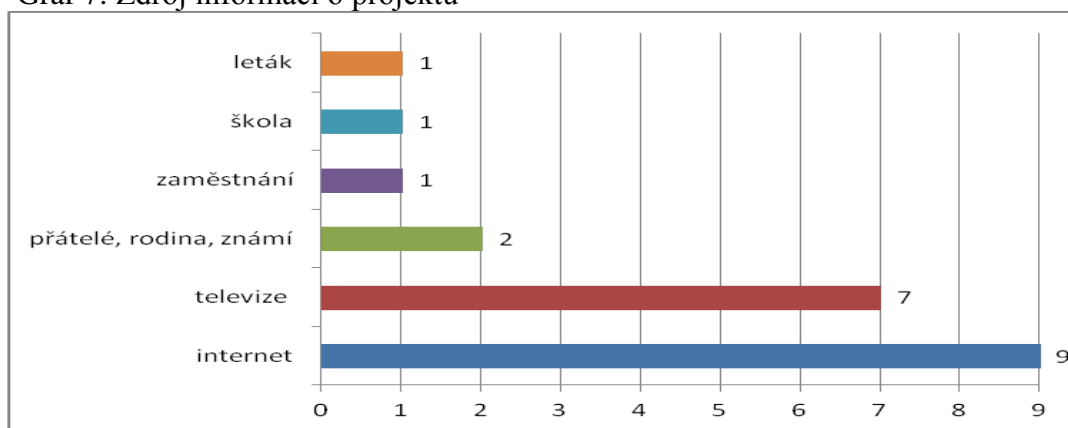


Zdroj: vlastní výzkum

**Otázka č. 9: Z jakého zdroje jste se o projektu dozvěděl/a ?**

Na tuto otázku odpovídali jen ti, kteří odpověděli kladně na otázku č. 8, tedy ti, kteří znají projekt ADR. Z uvedených odpovědí je jednoznačné, že nejúčinnější je pro informovanost internet a televize. Celkem byl uveden internet 9 respondenty a televize 7 respondenty, další odpovědi byly 1 respondent v zaměstnání, 2 respondenti se o projektu dozvěděli od svých přátel, rodiny nebo známých, jeden respondent ve škole a 1 respondent uvedl leták. Někteří respondenti uváděli více možných zdrojů informací.

Graf 7: Zdroj informací o projektu

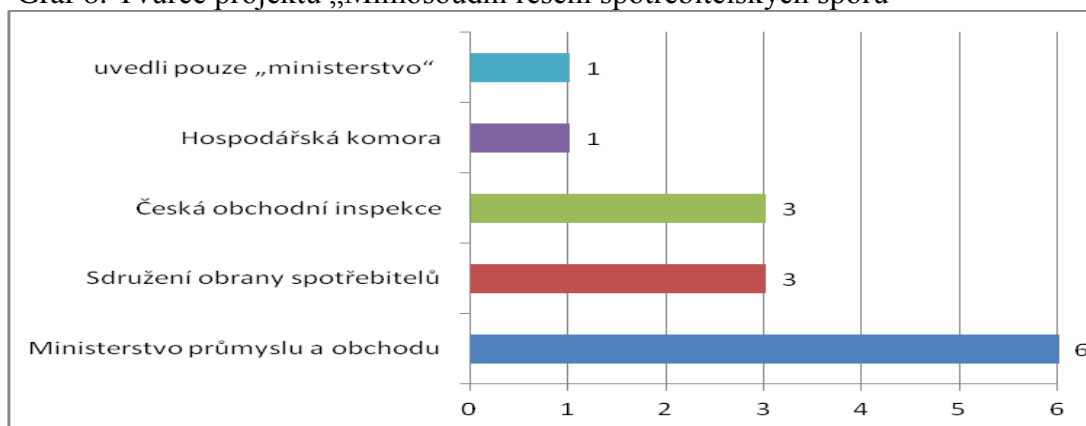


Zdroj: vlastní výzkum

### Otázka č. 10: Víte, která instituce tento projekt připravila ?

K této otázce se z počtu 16 respondentů, kteří odpověděli, že znají projekt „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“ vyjádřilo jen 14. Zřejmě to byli respondenti, kteří nevěděli odpověď a tak raději neodpovídali. Z tohoto lze vyvodit závěr, že u této otázky mohla být pro respondenta další možnost a to „nevím“. Z celkového počtu 14 odpovědí, znalo správnou jen 6 respondentů a uvedli Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR (dále jen „MPO ČR“). Ve čtyřech případech uvedli respondenti organizace, které na tomto projektu s MPO ČR spolupracují. Jeden uvedl Hospodářskou komoru ČR (dále jen „HK“) a 1 respondent spotřebitelskou organizaci Sdružení obrany spotřebitelů. Další respondenti uvedli již odorganizace, které nemají přímou souvislost s projektem. 3 respondenti napsali Českou obchodní inspekci a 1 respondent uvedl pouze „ministerstvo“ bez dalšího upřesnění.

Graf 8: Tvůrce projektu „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“

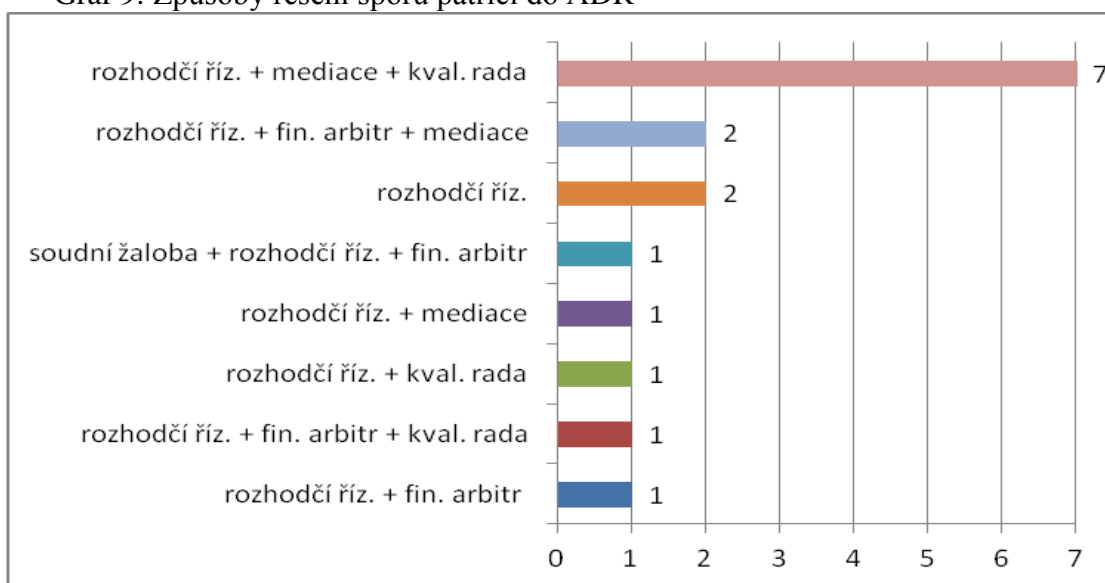


Zdroj: vlastní výzkum

**Otázka č. 11: Víte, které 3 způsoby řešení sporů patří do projektu „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“?**

Z 16 respondentů, kteří odpověděli, že znají projekt, skutečně tuto znalost prokázalo jen 7 dotazovaných a odpověděli správně rozhodčí řízení, kvalifikovaná rada a mediace. Další kombinace odpovědí jsou uvedeny v grafu. I přes to, že otázka zněla, které 3 způsoby řešení sporu patří do projektu, odpovídali někteří pouze dvě z nabídnutých možností. Jeden respondent dokonce uvedl, že do projektu patří soudní žaloba.

Graf 9: Způsoby řešení sporů patřící do ADR



Zdroj: vlastní výzkum

**Otázkač. 12: Je účast na řešení sporů v rámci tohoto projektu dobrovolná?**

Na tuto otázku věděli téměř všichni respondenti správnou odpověď, že účast na ADR je dobrovolná. Celkem z 16 respondentů odpovědělo 13 ano a 3 nevim.

**Otázka č. 13: Využil/a jste již tento projekt pro řešení Vašeho sporu s obchodníkem?**

Zde odpověděli všichni respondenti shodně ne.

Následujících sedm otázek bylo určeno pouze pro spotřebitele, kteří již projekt ADR využili. Takového respondenta bohužel ve své anketě nemám, proto jsou následující otázky bez odpovědí.

**Otázky bez odpovědi:**

**Otázka č. 14: Zboží, jež jste u obchodníka reklamoval/a, bylo jakého charakteru?**

**Otázka č. 15: V jakém obchodě jste toto zboží zakoupil/a ?**

**Otázka č. 16: Vyřešil/a jste prostřednictvím projektu „Mimosoudního řešení spotřebitelských sporů“ Váš problém s obchodníkem?**

**Otázka č. 17: Byl/a jste spokojen/a s průběhem řešení problému s obchodníkem pomocí projektu „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“?**

**Otázka č. 18: Jakým způsobem byl Váš problém s obchodníkem vyřešen?**

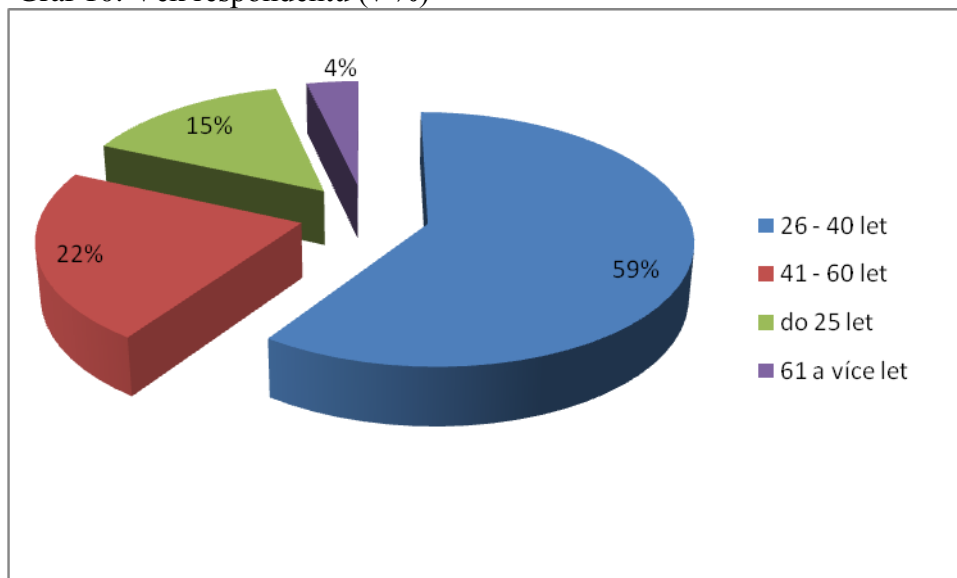
**Otázka č. 19: Prosím sdělte v krátkosti své připomínky k projektu „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“.**

**Otázka č. 20: Jakým způsobem by podle Vás měl tvůrce o projektu „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“ informovat spotřebitele?**

Následovaly takzvané otázky identifikační:

**Otázka č. 21: Kolik je vám let?**

Graf 10: Věk respondentů (v %)

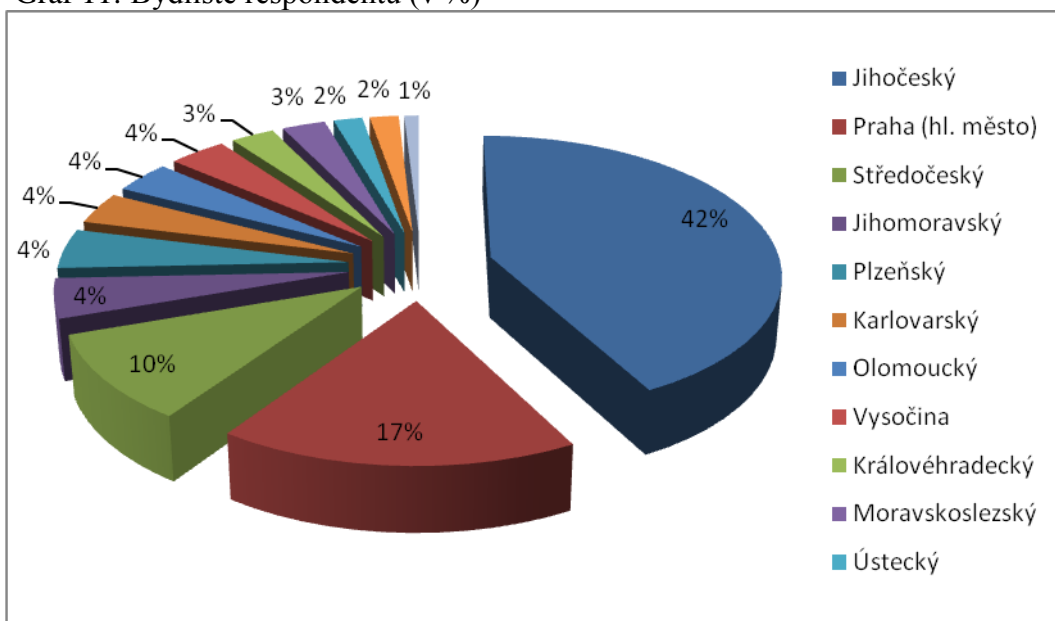


Zdroj: vlastní výzkum



### Otázka č. 22: V jakém žijete kraji?

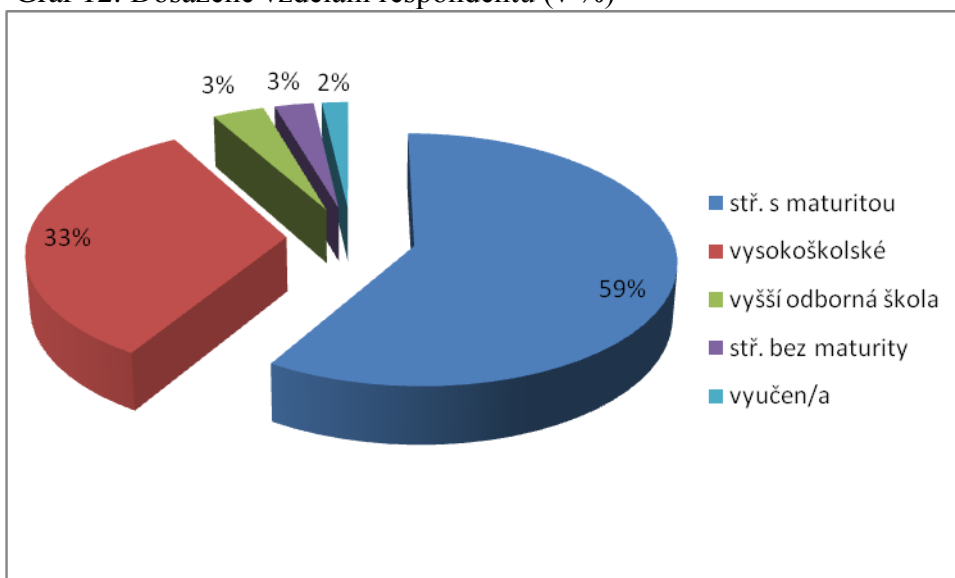
Graf 11: Bydliště respondentů (v %)



Zdroj: vlastní výzkum

### Otázka č. 23: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

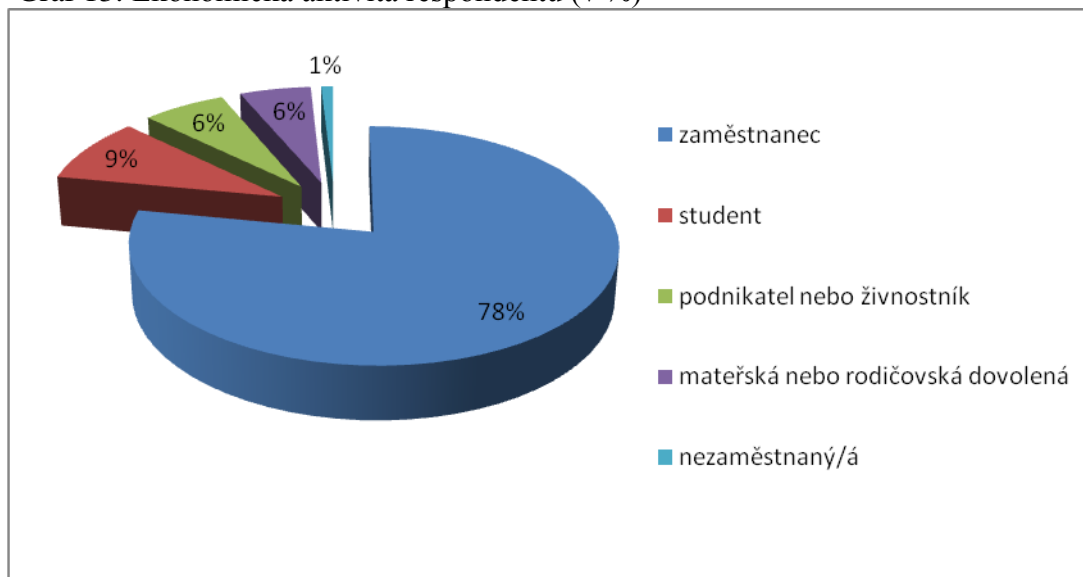
Graf 12: Dosažené vzdělání respondentů (v %)



Zdroj: vlastní výzkum

## Otázka č. 24: Jaká je Vaše současná ekonomická aktivita?

Graf 13: Ekonomická aktivita respondentů (v %)



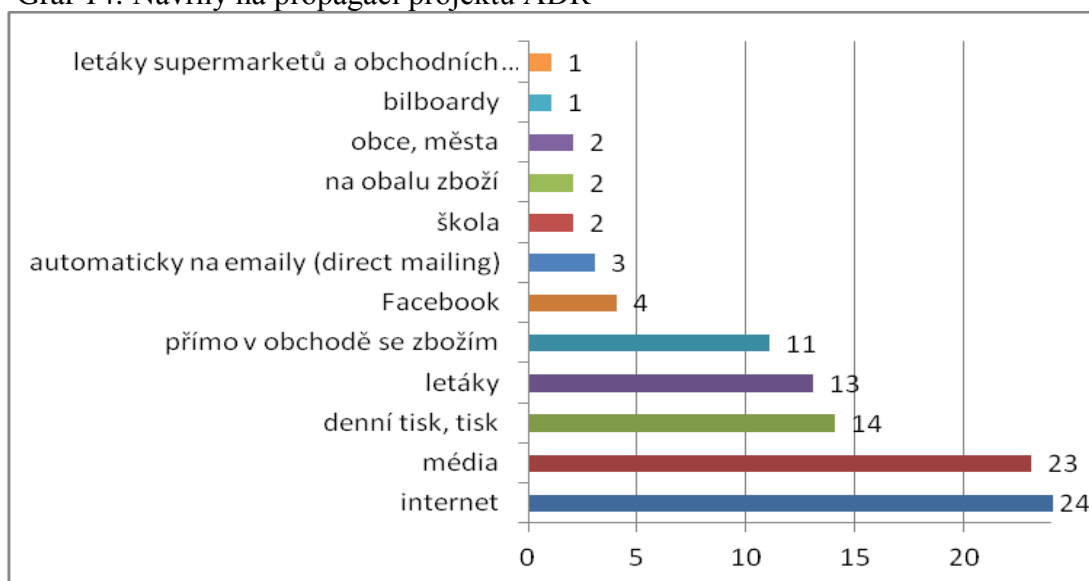
Zdroj: vlastní výzkum

Poslední otázka č. 25 uvedena v dotazníku (jedná se spíše o informaci s následnou otázkou), byla společná pro všechny respondenty a zněla:

**Projekt „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“ byl spuštěn Ministerstvem průmyslu a obchodu v roce 2008. Má pomoci spotřebitelům řešit jejich problémy s obchodníkem. K dispozici jsou spotřebitelům pracovníci kontaktních míst. Tato pomoc je bezplatná. Napadá Vás způsob, jakým by měli být spotřebitelé o tomto projektu účinně informováni?**

Respondentům bylo v krátkosti vysvětleno, o co se jedná, a následně byli požádáni, aby popsali svůj návrh, jak by měli být spotřebitelé o tomto projektu informováni. Z výsledků vychází, že nejvíce se respondenti shodují na způsobu propagace v médiích, televizi a na internetu. Respondenti zde mohli odpovídat volně a většina odpovědí, byla kombinace různých možností. Zarážející je, že pouze 2 respondenti uvedli možnost informování ve škole. Zde by byl prostor, nejen pro informace o projektu, ale i pro vzdělávání obyvatel ČR v oblasti jejich spotřebitelských práv. Jako přínosné vidím to, že jeden respondent odpověděl, že ADR nezná a velmi děkuje za můj dotazník, jehož prostřednictvím se o projektu dozvěděl. Vzhledem k jeho řešeným problémům s reklamací, by byla zpětná vazba skvělá. Bohužel je dotazník anonymní.

Graf 14: Návrhy na propagaci projektu ADR



Zdroj: vlastní výzkum

## 1. 2 Výsledky řízeného hloubkového rozhovoru

Rozhovor se uskutečnil 14. 9. 2011 na Jihočeské hospodářské komoře v Českých Budějovicích (dále jen „JHK v Českých Budějovicích“) s Bc. Petrem Rejnkem. Bc. Rejnek odpovídal na kladené otázky a dále jsme volně diskutovali o projektu „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“.

**První otázka byla věnována tomu, zda si Bc. Rejnek myslí, že je mezi českými spotřebiteli dobrá znalost jejich spotřebitelských práv.**

Bc. Rejnek:

„Spotřebitelé na tom nejsou se znalostí svých práv dobře. Starší generace žije stále ve své době a o svá práva se nezajímají. Spotřebitelům chybí při využití možnosti odstoupení od smlouvy správná formulace“.

**Dále jsem se pana Rejnika ptala, zda spotřebitelé znají projekt „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“ (dále jen „ADR“).**

Bc. Rejnek tvrdil, že znalost tohoto projektu je mezi spotřebiteli nedostatečná. Jednoznačně jsme se shodli na tom, že je zde nedostatečná propagace projektu. Bc. Rejnek uvádí, že občas Sdružení obrany spotřebitelů, které vystupuje se svými případy v médiích, zmiňuje ADR.

**V pořadí třetí otázka se týkala toho, jaké jsou nejčastější typy sporů, které jsou řešeny prostřednictvím ADR.**

Podle pana Rejčka a jejich evidence případů ADR se jedná především o závady výrobků, dále i o reklamace služeb (dům na klíč, různé opravy). V případě, že by se na JHK v Českých Budějovicích obrátil spotřebitel s žádostí o pomoc ohledně finanční služby, říká Bc. Rejček: „Na finanční služby se JHK nespécializuje a doporučujeme spotřebitelům využití finančního arbitra“.

**Další otázka se zaměřila na to, jaká skupina lidí se na JHK v Českých Budějovicích obrací:**

Podle pana Rejčka se toto nedá blíže specifikovat. Podle něho je to napříč celou populací. Jako nejčastější věkovou skupinu uvedl spotřebitele ve věkové skupině 30 let a více.

**Má další otázka se týkala toho, zda vědí spotřebitelé, že se mohou obrátit na JHK v Českých Budějovicích?**

Zde Bc. Rejček jednoznačně uvedl, že ne. Řekl, že nejvíce spotřebitelů se v prvním kroku obrací na Sdružení obrany spotřebitelů, kterou znají nejvíce a odtud jsou odkázáni k nim.

**Dále mě zajímalo, jakým způsobem JHK v Českých Budějovicích oslovuje obchodníka.**

Bc. Rejček vysvětlil, že po podání podnětu spotřebitelem je obchodníkovi odesláno oznámení, že spotřebitel takto učinil a ve lhůtě 15 dnů se musí obchodník vyjádřit. Dále je mu sděleno, že stěžovatel preferuje mediaci. Ve většině případů obchodník neodpoví ve lhůtě do 15 dnů, nebo odpoví, že se nechce procesu zúčastnit.

**Na základě odpovědi na předchozí otázku jsem se ptala, jak reagují prodejci na dopis z JHK v Českých Budějovicích.**

Zde Bc. Rejček musel bohužel konstatovat, že obchodník, který dopis z HK obdrží se nejdříve zděsí, ale když zjistí, že je celý proces, ke kterému byl vyzván dobrovolný, uklidní se a dopis většinou zahodí. Dále bylo panem Rejčkem uvedeno, že obchodníci zatím ve většině případů k mediaci nepřistoupí.

**Vzhledem k tomu, že obchodníci na vyřešení sporu se spotřebitelem prostřednictvím ADR ve většině případů odmítnou přistoupit, mne zajímalo,**

**jakou výhodu by měl obchodník, kdyby se zapojil do řešení sporu se spotřebitelem mimosoudní cestou.**

Bc. Rejnek vidí ve vstřícném postoji obchodníků šanci se určitým způsobem zviditelnit, pokud by dohoda vedla ke spokojenosti zákazníka. Samozřejmě v případě, že je reklamacie ze strany spotřebitele oprávněná. Zajímavým nápadem, o kterém JHK v Českých Budějovicích uvažovala je tzv. „White list“, což by byla listina, na které by se uváděli obchodníci, kteří jsou ke svým spotřebitelům vstřícní a snaží se řešit problémy. Podle něho se toto již používá v některých severských zemích.

**Vzhledem k poměrně malému počtu spotřebitelů, kteří projekt využili jsem se zeptala, zda si Bc. Rejnek myslí, že propagace projektu je dostatečná.**

Zde Bc. Rejnek potvrdil, mou domněnku, že v pilotní fázi ADR byla medializace projektu podceněna.

Další otázky směřovaly k průběhu procesu ADR.

**Jako první jsem chtěla vědět, jakým způsobem se vybírá osoba mediátora.**

Podle pana Rejnika jsou mediátoři, rozdělení především územně a pro Jihočeský kraj jsou k dispozici 3 mediátoři.

**Další otázka se týkala délky procesu mediace.**

Zde jsem dostala odpověď, že průměrná doba mediace je od dvou hodin výše a mediaci je možno odročit. Dále bylo také uvedeno, že mediace probíhá v prostorách JHK v Českých Budějovicích.

**Další způsob řešení sporu je rozhodčí řízení, proto jsem se zeptala jak probíhá.**

Na tuto otázku Bc. Rejnek odpověděl: „Jako první musí být podán podnět stěžovatelem-spotřebitelem. Poté je sepsána rozhodčí smlouva a podána žaloba“. Dále Bc. Rejnek uvedl, že poté jsou obě strany vyzvány rozhodcem k účasti na sporu. Tyto spory jsou vedeny výhradně elektronicky. Poplatek za rozhodčí řízení platí stěžovatel, ale jak uvádí Bc. Rejnek dále: „Do rozhodčí smlouvy je možné dopsat, že poplatek zaplatí v případě prohry obchodník“.

**Poslední otázkou byla otázka, jakým způsobem probíhá výběr rozhodců do seznamu rozhodců.**

Bc. Rejnek uvedl, že pro rozhodce není předepsáno požadované vzdělání, ani žádné vzdělání s konkrétním zaměřením.

## 2. Marketingový výzkum – sekundární data

---

V této části bakalářské práce zhodnotím sekundární data získaná při rozhovodu s Bc. Rejnkem na internetových stránkách Ministerstva průmyslu a obchodu a na stránkách Úřadu vlády České republiky.

### 2.1 Statistické výsledky projektu ADR

---

Jedním z poskytnutých materiálů panem Rejnkem byla zpráva o projektu „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“ za období 1. 4. 2008 – 31. 1. 2011.

Podle zprávy bylo za toto období bylo evidováno celkem 3 633 případů. Z tohoto počtu jich bylo 317 zaevidováno omylem a 2 případy byly zaevidovány jako testovací.

Celkem 2750 zaevidovaných podnětů bylo k 31. 1. 2011 ukončeno. Poměrně velká část případů, dohromady 1711, bylo ukončeno pro nesoučinnost protistrany. Z těchto případů pak bylo ukončeno 880 pro nevyslovení protistrany ve stanovené lhůtě 15-ti dnů, 751 pro výslovný nesouhlas a 80 případů bylo ukončeno nesoučinností stěžovatele.

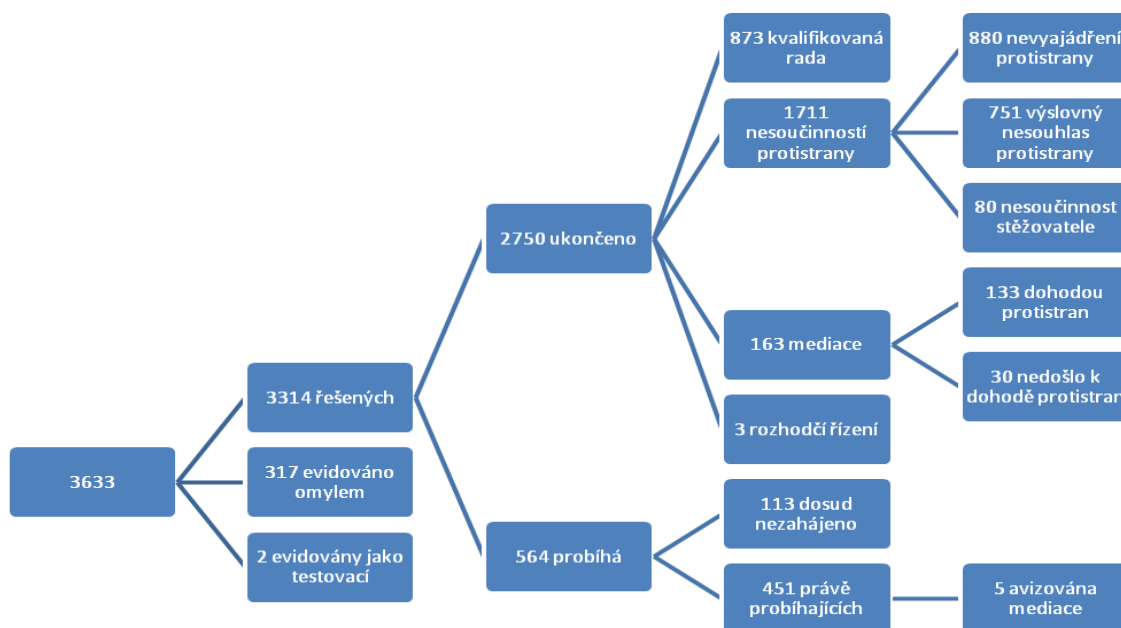
Zbýlý počet ukončených případů byl vyřešen v 873 případech kvalifikovanou radou, kdy ke spojekonosti spotřebitele stačilo vysvětlení věci. V 163 případech bylo řešení dosaženo mediací, přičemž celkem ve 133 procesech došlo k dohodě a v 30 sporech skončila mediace bez dohody mezi protistranou a stěžovatelem.

Rozhodčí řízení bylo využito jen ve 3 případech. Výsledky těchto řízení mi sděleny nebyly.

Z celkového počtu 3633 případů bylo k 31. 1. 2011 564 případů v řešení. Přičemž 113 bylo ve stavu nezahájeno, 451 ve stavu probíhají. Z právě probíhajících případů bylo avizováno 5 mediací a žádné rozhodčích řízení.

Do dne konečné verze bakalářské práce jsem bohužel nezískala žádné aktuálnější údaje o počtu případů. Veškeré statistiky vedla pouze Hospodářská komora ČR, a ta již novější statistiky nemá. Podle informace pana Rejnka pokračuje projekt spíše svou setrvačností. Čeká se na další kroky Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a především na to, zda se podaří nalézt realizátora projektu ADR.

Obrázek 1: Přehled spotřebitelských sporů řešených pomocí ADR (období od 1. 4. 2008 do 31. 1. 2011)



Zdroj: Jihočeská hospodářská komora v Českých Budějovicích, 2011

## 2. 2 Změny v legislativním rámci projektu ADR

### 2.2.1 Zákon o mediaci v netrestních věcech

V České republice prozatím chybí právní úprava mediace jakožto alternativy k soudnímu řízení. Pojem mediace je u nás znám především z oblasti trestního práva. Jak stanoví zákon č. 257/2000 Sb., o probační a mediační službě, ve znění pozdějších předpisů, se mediací rozumí mimosoudní zprostředkování směřující k řešení sporu mezi obviněným a poškozeným a činnost směřující k urovnání konfliktního stavu vykonávaná v souvislosti s trestním řízením. Mediace pak lze provádět jen s výslovným souhlasem obviněného a poškozeného.

Pro účely projektu „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“ (dále jen „ADR“) je nutné schválení nového zákona o mediaci v netrestních věcech. Přípravou tohoto zákona bylo pověřeno Ministerstvo spravedlnosti Usnesením vlády ze dne 24. května

2010 č. 367 (viz Příloha 7). Ministerstvu bylo uloženo předložit vládě návrh zákona do 30. června 2011.

Návrh zákona o mediaci v netrestních věcech byl vládou schválen usnesením ze dne 15. června 2011 pod číslem 446. Na základě tohoto usnesení byl 7. července návrh zákona předložen Poslanecké sněmovně Parlamentu České republiky a jako tisk 426/0 rozeslán dne 18. července 2011 poslancům. Předseda sněmovny projednání zákona doporučil 9. srpna 2011. První čtení proběhlo 21. září a návrh zákona byl přikázán k projednání výborům. Ústavně právní výbor zařadil projednávání návrhu zákona na pozvánku na jednání, které se bude konat 1. prosince 2011.

Dne 10. 2. 2012 byl návrh zákona schválen Poslaneckou sněmovnou ČR usnesením č. 1050 a dne 20. 2. 2012 byl postoupen Senátu ČR. Projednávání návrhu zákona bylo zařazeno na pořad 19. schůze Senátu ČR dne 15. 3. 2012. Návrh byl vrácen sněmovně s pozměňovacími návrhy a dne 20. 3. 2012 byl rozeslán poslancům (Parlament ČR Poslanecká sněmovna, 2011a).

### *2.2.2 Zákon o rozhodčím řízení*

---

Druhým zákonem, který bylo pro účely ADR nutné přepracovat je zákon č. 216/1994 Sb., o rozhodčím řízení a o výkonu rozhodčích nálezů, ve znění pozdějších předpisů. Nový zákon pod číslem 19/2012 Sb. ze dne 20. 12. 2012 je vyhlášen ve Sbírce zákonů v částce 5 a nabývá účinnosti dne 1.4.2012 (Parlament ČR Poslanecká sněmovna, 2011b).

Pro účely projektu „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“ bude důležité, že všechny rozhodčí řízení započatá před 1. 4. 2012 budou dokončena podle dosavadních právních předpisů. Platnost rozhodčí smlouvy bude posouzena podle zákona ve znění účinném v době uzavření rozhodčí smlouvy.

Podstatnou změnou je fakt, že rozhodčí smlouva pro řešení sporů ze spotřebitelských smluv musí být uzavřena a podepsána na samostatné listině než je hlavní kupní smlouva, jinak je neplatná.

Dalšími změnami je například povinnost uvádět v rozhodčí smlouvě informaci o veškerých předpokládaných nákladech spojených s rozhodčím řízením, náležitě informovat spotřebitele před podpisem rozhodčí doložky o všech následcích plynoucích



pro něj z rozhodčí smlouvy. Jedná se i o změny, které zpřísňují podmínky kvalifikace na osobu rozhodce. Další změnou je možnost podat žalobu na zrušení rozhodčího nálezu na obecný soud, a to ve lhůtě 3 měsíců od doručení tohoto nálezu (zákon č.19/2012 Sb., o rozhodčím řízení).

### 2.3 Výběrové řízení na realizátora „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“

Dne 15.8.2011 byla Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR vyvěšena veřejná zakázka s názvem „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů – Alternative dispute resolution (ADR)“ (viz Příloha 4). Zakázka byla v předpokládané hodnotě 11,2mil. Kč bez DPH. Cílem tohoto řízení bylo uzavření rámcové smlouvy s dodavatelem jako realizátorem projektu ADR.

Rámcová smlouva měla být uzavřena s účinností do konce čtvrtého kalendářního roku následujícího po jejím podpisu oběma stranami. Tato smlouva vymezuje podmínky konkrétní prováděcí smlouvy o poskytování konkrétních služeb.

Podle podmínek zadávacího řízení by měl vybraný uchazeč zajistit pro fungování ADR služby 14 kontaktních míst ve všech krajích ČR. Pro tato místa jsou přesně určena konkrétní města. Dále pak by měl dodavatel zajišťovat provoz Informačního systému, který bude obstarávat sběr a zpracování dat od spotřebitelů výhradně na náklady dodavatele systému. Třetí službou v rámci výběrového řízení bude zabezpečení mediální podpory a školení. Mediální podpora by měla podle návrhu rámcové smlouvy spočívat v propagaci projektu ADR zejména prostřednictvím tisku, rozhlasu, televize a internetu. MPO jako objednatel předpokládá, že by měla být mediální podpora a propagace v rozsahu výdajů přibližně 100 tisíc Kč ročně. Dne 17.11.2010 byla na stránkách Ministerstva průmyslu a obchodu ČR uveřejněna zpráva, že výběrové řízení bylo zrušeno, neboť ve stanoveném termínu nebyly doručeny žádné nabídky.

Vzhledem k tomu, že výběrové řízení bylo zrušeno z důvodu nedoručení žádné nabídky, rozhodlo se Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR oslovit 7 subjektů. Toto oslovení bylo bez uveřejnění. Mezi těmito sedmi subjekty byly mimo jiné Česká pošta, Hospodářská komora, Občanské sdružení spotřebitelů TEST a další. Bohužel ani tímto způsobem nebyl nalezen nový provozovatele ADR. Není pochyb, že jediným důvodem

proč se nedaří najít subjekt, který by měl zájem projekt dále provozovat, je nedostatečné finanční zajištění (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2012).

### 3. Shrnutí marketingového výzkumu a zhodnocení stanovených hypotéz

---

Pro zhodnocení stanovených hypotéz byly použity výsledky dotazníkového šetření a informace získané z řízeného hloubkového rozhovoru.

Analýza primárních dat z dotazníkového šetření byla provedena z celkového počtu 111 vrácených dotazníků. Z výsledků především vyplynula velmi nedostatečná znalost spotřebitelských práv mezi občany České republiky. Pouze 23 % dotázaných odpovědělo, že svá práva zná a umělo je dále blíže specifikovat. Přehled o spotřebitelských organizacích má jen 30% dotázaných a u těchto se prokázalo, že ne všichni vědí přesně jaký je rozdíl mezi spotřebitelskými organizacemi a dozorovými orgány. Nejznámějšími organizacemi hájícími práva spotřebitelů jsou Občanské sdružení spotřebitelů TEST (uvedlo 24 %), Sdružení obrany spotřebitelů (uvedlo 24 %) a Sdružení českých spotřebitelů (uvedlo 21 %).

Výsledky dotazníku ukazují, že povědomost o projektu ADR je mezi spotřebiteli nízká. Jen 16 respondentů z celkového počtu 111 dotázaných projekt zná. Nepodařilo se získat žádného respondenta, který by přímo využil k vyřešení problému s obchodníkem tento postup. Vzhledem k počtu 3314 řešených případů za celou dobu existence projektu jsem ani nepředpokládala, že by se toto podařilo. Spotřebitelé získávají informace nejčastěji na internetu a z televize. Na otázku, která organizace připravila projekt ADR odpovědělo správně jen 6 tázaných. Další respondenti uváděli organizace, které na projektu spolupracují. O dobrovolnosti zúčastnit se případného projednávání mimosoudní cestou, mají téměř všichni odpovídající jasno. Třináct dotazovaných uvedlo, že je účast dobrovolná. Vzhledem k tomu, že se nepodařilo dotazníkem podchytit nikoho, kdo by tuto cestu využil, zůstalo celkem sedm otázek na konkrétní průběh ADR nezodpovězeno.

Věková struktura respondentů byla 59% v kategorii 26–40 let, 22 % v kategorii 41-60 let, 15% dotazovaných bylo ve věku do 25 let a 4% byli nad 61 více. Použitím služebního adresáře, kdy naše firma působí po celé ČR, pocházeli respondenti z různých krajů. Nejvíce však z kraje Jihočeského, kde žiji i já. Drtivá většina spotřebitelů, kteří

odpovídali jsou v zaměstnaneckém poměru (78%) a mají středoškolské vzdělání ukončené maturitou (59%).

Zpráva o počtu zaevidovaných případů od pana Rejnka za období od 1.4.2008 do 31.1.2011 předkládá fakt, že každý den se zaevidují asi 3 nové podněty. Bohužel je jich více než polovina ukončena pro nesoučinnost protistrany. Zde by bylo jistě vhodné nabídnout obchodníkům, kteří se procesu zúčastní a budou se snažit se spotřebitelem dohodnout, nějakou protislužbu. Nápad, který uvedl Bc. Rejnek, zavést „White list“ se mi jeví jako řešení, jež by obchodníci uvítali. Tento seznam by vstřícným obchodníkům jistě udělal dobré jméno. „White list“ je pojem, který v překladu do češtiny znamená bílý seznam a je často používán v jiných oborech. Jako protiklad se používá i „Black list“ - černý seznam. Tento list by zřejmě žádným přínosem pro ADR nebyl. V souvislosti s projektem ADR se tento bílý seznam již používá v zahraničí.

Pro praktickou část bakalářské práce byly stanoveny tři hypotézy. Prostřednictvím marketingového výzkumu, tedy primárních dat, se podařilo vyvrátit hypotézu č. 1, která uváděla, že ADR zná méně než 10% respondentů. Pro potvrzení nebo vyvrácení této hypotézy jsme použili odpovědi na otázku č. 8: Víte co je projekt „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů?“. Z celkového počtu 111 odpovědí v dotazníku pro spotřebitele, bylo 16 odpovědí kladných. Pojem ADR tedy zná celkem 14,4% dotázaných. Toto zjištění se shoduje s tvrzením pana Rejnka z Jihočeské hospodářské komory v Českých Budějovicích. Bc. Rejnek také uvedl, že neznalost ADR a také spotřebitelských práv je patrná především u starší generace. Důvodem jejich neznalosti může být fakt, že nepoužívají internet do takové míry jako mladí lidé, kteří internet uváděli jako nejčastější zdroj informací. Tyto výsledky potvrzuje i zpráva o ADR, poskytnutá panem Rejnkem, která uvádí, že od počátku ADR bylo podáno celkem 3314 podnětů. Z tohoto čísla vyplývá, že každý den existence projektu jsou zaevidovány v průměru 3 případy. Vzhledem k celkovému počtu reklamací, které se v České republice každý den uskuteční, je to nízká bilance. Bohužel nikdo z dotazovaných, kteří ADR znají, ho nevyužil.

Hypotéza č. 2 tvrdila, že více jak polovina návrhů v systému ADR skončí nesoučinností protistrany. Na základě zprávy o statistických údajích za období 1. 4. 2010 do 31. 1. 2011, poskytnutých panem Bc. Rejnkem z Jihočeské

hospodářské komory v Českých Budějovicích a jejich následnou analýzou bylo zjištěno, že skutečně více jak polovina podaných návrhů skončí tímto způsobem. Celkem je z 2750 ukončených podnětů 1711 ukončeno pro nesoučinnost protistrany, což je 62,2%. Toto číslo je poměrně vysoké a možná by právě „White list“ a nebo lepší propagace projektu přispěli ke snížení takto vysokého čísla. Tyto výsledky potvrdil i Bc. Rejnek odpovědí na otázku: „Jak reagují prodejci na dopis z Hospodářské komory?“ Neuvedl přímo číslo, ale jeho slova: „Že se obchodník nejprve zděsí a poté co zjistí, že není mediace povinná, dopis vyhodí“, to bylo více než jasné. Zpráva o stavu ADR to dokládá.

Třetí hypotéza praví, že více než polovina spotřebitelů, kteří znají pojem ADR nemá o něm dostatečné informace. Bohužel se tato hypotéza potvrdila, a to pomocí dotazníkového šetření. Respondenti, kteří odpověděli kladně na otázku zda ví co je to projekt „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“ odpovídali dále na otázku, kdo je tvůrcem toho projektu. Tuto odpověď znalo ještě 7 respondentů. Další otázkou č. 11 jsem zjišťovala, zda tito spotřebitelé ví, které 3 způsoby řešení sporů jsou využívány v rámci ADR. Zde již zbyly jen 3 respondenti, kteří tyto způsoby znali. Znamená to, že velmi malou povědomost o projektu má celkem 81,3% dotázaných. Hypotéza je tedy potvrzena.

#### 4. Návrhy řešení

---

Vzhledem k výsledkům marketingového výzkumu je jednoznačné, že je potřeba zvýšit mezi spotřebiteli povědomost o projektu „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“. Spotřebitelé sami v dotazníku odpovídali na otázku, jakým způsobem by měli být o projektu informováni. Nejčastěji navrhovali televizi a internet. V případě televize se jedná o velmi silné médium, které by v tomto případě působilo nejúčinněji. Navrhovala bych krátké televizní spoty v nejsledovanějších časech tzv. „prime time“.

Dále bych navrhovala zavedení tzv. „White listu“, o kterém se zmínil Bc. Rejnek z Jihočeské hospodářské komory v Českých Budějovicích. Na tomto seznamu by byli uvedeni obchodníci, kteří jsou vstřícní při řešení sporů se spotřebiteli. Obchodník by mohl skutečnost, že je uveden na „White listu“ využít k propagaci svého obchodu. Větší

obchody jako supermarkety by mohly tuto informaci zveřejnit na reklamních letácích s akčním zbožím.

Dalším návrhem je systematické zvyšování spotřebitelské gramotnosti týkající se jejich práv formou medializovaných rozhovorů s odborníky na toto téma. Například v době, kdy spotřebitelé uskutečňují nejvíce nákupů, tedy o vánočních svátcích, bych zařazovala tyto rozhovory do medií, jako jsou rádia.

Leták s informacemi o ADR, který v pilotní fázi projektu tisklo Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, byl distribuován bez většího efektu. Vzhledem k velmi se rozmáhajícímu internetovému obchodu by bylo jedním z možných způsobů vyvěšení toho letáku na stránkách internetových odchodů.

## IV. ZÁVĚR

---

Projekt „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“ (dále jen “ADR”) přináší do České republiky inovativní a účinný nástroj obrany spotřebitele. Projekt působí od roku 2008, kdy proběhla nejprve pilotní fáze a poté došlo ke zhodnocení výsledků. Jednoduchý postup a hlavně bezplatnost jsou pro spotřebitele jistě kladnou stránkou projektu. Každý má nárok na bezplatnou radu na kontaktních místech, která jsou uvedena na internetových stránkách Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, ale také u dalších organizací, které na projektu s tímto ministerstvem spolupracují. Především se jedná o Hospodářskou komoru ČR. U projektu ADR je velkým problémem to, že oba způsoby řešení, jak mediace tak rozhodčí řízení, jsou dobrovolné, a proto více než 80 % podaných podnětů skončí nesoučinností protistrany. I kdyby k dohodě při mediaci došlo, je tato dohoda nezávazná. Rozhodčí řízení je za poplatek a většina spotřebitelů si ho stále stotožňuje se soudním řízením. Je zde však velký časový rozdíl v porovnání se soudním řízením, které může trvat i roky. Rozhodčí řízení a mediace v rámci ADR jsou obvykle dokončeny do 60 dnů u složitějších případů do 90 dnů. Toto je u soudního řízení nedosažitelné. Pokud ale na rozhodčí řízení dojde, je výsledný rozhodčí nález závazný pro obě protistrany.

Celá bakalářská práce byla zaměřena především na znalost ADR a spotřebitelských práv. Ukázalo se, že čtvrtina dotazovaných svá práva nezná. Znalost ADR byla také velmi slabá. Z výsledků výzkumu vyplynulo, že pouhých 14,4 % dotazovaných ví, co tento pojem znamená.

Nicméně výsledky hodnocení ADR za období od 1. dubna 2008 do 31. ledna 2011 ukazují, že projekt má budoucnost. Podkladem pro toto tvrzení je statistika zaevidovaných případů, která má stále stoupající tendenci, ale na druhou stranu bez účinné propagace bude trvat dlouho, než se povědomí o této možnosti rozšíří mezi další spotřebitele.

Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR vydalo v rámci pilotní fáze projektu informační leták, který však nebyl správným způsobem distribuován mezi spotřebitele.

V České republice je důvodem nevzdělanosti spotřebitelů především náročné vyhledávání právních předpisů. Legislativa je pro českého spotřebitele nejen těžko k nalezení, ale je především nesrozumitelná.

Dnes již naštěstí existuje mnoho internetových stránek, kde se dá potřebná informace v rychlosti a v kratší verzi nalézt. Podle vlastní zkušenosti však vím, že drtivá většina spotřebitelů vyhledává rady až po té, co například neuspěli s reklamací nebo se vyskytl jiný problém s obchodníkem.

**Klíčová slova:** Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů, kvalifikovaná rada, mediace, rozhodčího řízení, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, spotřebitel, obchodník

## IV. Resumé

---

The project of „Alternative dispute resolution“ imports an innovative and effective instrument of consumer protection to the Czech Republic. The ADR works in Czech Republic since 2008. The whole procedure is easy and it is not obligatory for adverse parties. There are three methods of disputes resolution: qualified counsel, mediation and arbitration. Concerning mediation, the problem is the willingness of the procedure. That is the reason, why more than 80 % of delivered suggestions end with non-cooperation from the adverse party. Even if an agreement were found during the mediation, this agreement is not binding. Arbitration is on payment and most of the consumers identify it with the juridical process. But in case of arbitration, the resulting arbitration award is binding for both adverse parties. The fee is paid by the party who has lost the dispute.

The work focuses above all on the awareness of ADR and on consumers' rights. The work revealed that a quarter of all respondents don't know their rights. The awareness of ADR is very poor also. The research results showed that only 14.4 % of respondents know what ADR is.

Nevertheless, the results from the period of 1<sup>st</sup> April 2011 to 31<sup>st</sup> January 2012 show, that the project has a future, because the statistics of registered cases have a rising tendency. But without an effective publicity, it will take a long time before the consumers' awareness of this possibility extends.

The Ministry of industry and commerce issued an informative leaflet within the pilot period of the project. However, it was not distributed to the consumers in the right way.

In the Czech Republic, there is a lack of consumers' education due to a difficult access to legal regulation. The legislation is for a Czech consumer hardly findable but above all, it is incomprehensible.

Nowadays, fortunately there exist a lot of web sites where all needed information can be found rapidly and in a shorter version. Due to my own experience I know, that an overwhelming majority of consumers looks for advices only after they did not succeed with a claim or after another problem with a vendor occurred.



**Key words:** Alternative dispute resolution, qualified counsel, mediation, arbitration, Ministry of industry and commerce of Czech Republic, consumer, vendor

## V.Seznam literatury

---

### Publikace:

1. HOROVÁ, O. *Ochrana spotřebitele*. První vydání, Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002. 137 s. ISBN 80-245-0290-9
2. HULVA, T. *Ochrana spotřebitele*. První vydání, Praha: ASPI, 2005. 452 s. ISBN 80-7357-064-5
3. HOUDEK, D. *Jak úspěšně reklamovat: rádce spotřebitele i obchodníka*. První vydání, Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. 164 s. ISBN 978-80-247-2201-6
4. KOTLER, P. KELLER, K. *Marketing Management*. Dvanácté vydání, Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. 792s. ISBN 978-80-247-1359-5
5. TOMANČÁKOVÁ, B. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*. První vydání, Praha: LINDE a.s., 2008. 222 s. ISBN 978-80-7101-695-2
6. VEBER, J. *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*. Druhé vydání, Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. 201 s. ISBN 978-80-247-1782-1
7. VOJTKO, V. *Marketingový výzkum v kognitivních mapách*. První vydání, Zeleneč: Profess Consulting s.r.o., 2008. 95s. ISBN 978-80-7259-060-5
8. VYSEKALOVÁ, J. *Psychologie spotřebitele: Jak zákazníci nakupují*. První vydání, Praha: Grada Publishing a.s., 2004. 283 s. ISBN 80-247-0393-9
9. SRBOVÁ, A. VOJTKO, V. *Spotřebitelské teorie a realie*. První vydání, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích EF, 2011. 146 s. ISBN 978-80-7394-266-3

### Internetové zdroje:

1. AAA MEDIÁTOR. *Úvod* [online]. 2011 [cit. 2011-10-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.aaamediator.cz/>>
2. AMERICAN MARKETING ASSOCIATION. *Definition of Marketing* [online]. říjen 2004 [cit. 2011-10-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.marketingpower.com/AboutAMA/Pages/DefinitionofMarketing.aspx>>
3. ASOCIACE MEDIÁTORŮ ČESKÉ REPUBLIKY. *Co je to mediace* [online]. 2011 [cit. 2011-10-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.amcr.cz/co-je-to-mediace/>>

4. ASOCIACE OBČANSKÝCH PORADEN. *Úvod* [online]. 2011 [cit. 2011-10-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.obcanskeporadny.cz/>>
5. ASOCIACE PRO ROZHODČÍ ŘÍZENÍ. *Rozhodčí řízení* [online]. 2011 [cit. 2011-10-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.asrr.cz/orr-if.html>>
6. BUSINESSINFO.CZ. *Reklamace zboží a služeb* [online]. 2011 [cit. 2011-10-15]. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/pravni-ochrana/reklamace-zbozi-a-sluzeb/1001142/43038/>>
7. CENA SDRUŽENÍ ČESKÝCH SPOTŘEBITELŮ. Základním posláním Sdružení českých spotřebitelů [online]. 2011ab [cit. 2011-10-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.regio.cz/cena/?loc=sdruzeni>>
8. EUR-LEX. Ochrana spotřebitele [online]. Březen 2012 [cit. 2012-04-01]. Dostupné z WWW: <[http://eur-lex.europa.eu/cs/dossier/dossier\\_22.htm](http://eur-lex.europa.eu/cs/dossier/dossier_22.htm)>
9. EUROPA - EUROPEAN COMMISSION. *Alternativní způsoby řešení (ADR)* [online]. Leden 2011 [cit. 2011-10-06]. Dostupné z WWW: <[http://ec.europa.eu/consumers/redress\\_cons/adr\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/redress_cons/adr_en.htm)>
10. EUROPA - EUROPEAN COMMISSION. *Alternativní způsoby řešení sporů - Právo Společenství*. [online]. 6. 8. 2007 [cit. 2011-10-06]. Dostupné z WWW: <[http://ec.europa.eu/civiljustice/adr/adr\\_ec\\_cs.htm](http://ec.europa.eu/civiljustice/adr/adr_ec_cs.htm)>
11. EUROPA - EUROPEAN COMMISSION. *Jaká mám práva jako spotřebitel na trhu EU* [online]. 30. 10. 2010c [cit. 2011-10-05]. Ochrana spotřebitelů. Dostupné z WWW: <[http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/index\\_cs.htm](http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/index_cs.htm)>
12. EUPROPA - EUROPEAN COMMISSION. *Ochrana spotřebitele v EU a ČR* [online]. 30. 10. 2010b [cit. 2011-10-05]. Informační centrum EU. Dostupné z WWW: <[http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/article\\_494\\_cs.htm](http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/article_494_cs.htm)>
13. EUROPA - EUROPEAN COMMISSION. *Zájmy spotřebitelů* [online]. 30. 10. 2010a [cit. 2011-10-05]. Ochrana spotřebitele. Dostupné z WWW: <[http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/art\\_4832\\_cs.htm](http://ec.europa.eu/ceskarepublika/service/consumer/art_4832_cs.htm)>
14. EUROPA - EUROPEAN COMMISSION. *Legislativa* [online]. 2012 [cit. 2012-03-11]. Dostupné z WWW: <[http://ec.europa.eu/legislation/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/legislation/index_en.htm)>
15. EUROPA - EUROPEAN COMMISSION. *Akční program společenství se zaměřením na spotřebitelskou politiku (2007–2013)* [online]. 2007 [cit. 2012-03-11]. Dostupné

- z WWW: <[http://europa.eu/legislation\\_summaries/consumers/general\\_framework\\_and\\_priorities/132052\\_cs.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/general_framework_and_priorities/132052_cs.htm)>
16. EUROPA - EUROPEAN COMMISSION. *Strategie spotřebitelské politiky na období 2007-2013* [online]. 2007 [cit. 2012-03-11]. Dostupné z WWW: <[http://europa.eu/legislation\\_summaries/consumers/general\\_framework\\_and\\_priorities/132054\\_cs.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/general_framework_and_priorities/132054_cs.htm)>
  17. MEDIAČNÍ CENTRUM. *O mediaci* [online]. 2011 [cit. 2011-10-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.mcova.cz/o-mediaci/?sid=c33816e9b7c76198f0e43b8b83778d5b>>
  18. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR. *Koncepce spotřebitelské politiky na léta 2006 - 2010* [online]. 2006 [cit. 2011-10-05]. Dostupné z WWW: <[download.mpo.cz/get/26603/28537/312404/priloha001.doc](http://download.mpo.cz/get/26603/28537/312404/priloha001.doc)>
  19. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR. *Co je mimosoudní řešení spotřebitelských sporů/ADR* [online]. 1. 7. 2008a [cit. 2011-10-05]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument42173.html>>
  20. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR. *Mediační řád* [online]. 1. 7. 2008d [cit. 2011-10-05]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument41818.html>>
  21. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Pravidla řízení pro mimosoudní řešení spotřebitelských sporů* [online]. 14.10.2010abc [cit. 2011-10-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument79754.html>>
  22. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Priority spotřebitelské politiky 2011 - 2014* [online]. 25.1.2011a [cit. 2011-10-05]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument83648.html>>
  23. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR. *Statut a jednací řád Platformy pro mimosoudní*. [online]. 28. 3. 2008b [cit. 2011-10-05]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument42189.html>>
  24. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR. *Zvláštní dodatek Řádu pro rozhodčí řízení i pro spotřebitelské spory* [online]. 1. 7. 2008c [cit. 2011-10-05]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument41818.html>>

25. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR. *Spotřebitelská legislativa EU* [online]. 12. 1. 2006 [cit. 2012-03-11]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument4369.html>>
26. OBČANSKÉ SDRUŽENÍ SPOTŘEBITELŮ TEST. O dTestu [online]. 2011 [cit. 2011-10-07]. Dostupné z WWW: <<http://www.dtest.cz/clanek-2/o-dtestu>>
27. PELIKÁN, T. *Prostředky ochrany* [online]. 10. 2. 2004 [cit. 2011-10-06]. Dostupné z WWW: <[http://www.spotrebitel.cz/index.php?option=com\\_content&view=article&id=101229&catid=78&Itemid=225](http://www.spotrebitel.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=101229&catid=78&Itemid=225)>.
28. SDRUŽENÍ ČESKÝCH SPOTŘEBITELŮ. *Informace o Sdružení českých spotřebitelů* [online]. 2011a [cit. 2011-10-07]. Dostupné z WWW: <[http://www.konzument.cz/informace\\_o\\_scs.php](http://www.konzument.cz/informace_o_scs.php)>
29. SDRUŽENÍ OBRANY SPOTŘEBITELŮ JIHOMORAVSKÉHO KRAJE. *Novinky* [online]. 2012 [cit. 2012-03-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.asociace-sos.cz/>>
30. SOS - SDRUŽENÍ OBRANY SPOTŘEBITELŮ. *Informace o SOS* [online]. 2012 [cit. 2012-03-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.spotrebitele.info/>>
31. SPOTŘEBITEL.CZ. *Představení* [online]. 2011 [cit. 2011-10-07]. Dostupné z WWW: <[http://www.spotrebitel.cz/index.php?option=com\\_content&view=article&id=19&Itemid=421](http://www.spotrebitel.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=19&Itemid=421)>
32. Parlament ČR Poslanecká sněmovna. *Sněmovní tisk 426* [online]. 2011a [cit. 2011-11-29]. Dostupné z WWW: <<http://www.psp.cz/sqw/historie.sqw?o=6&t=426>>
33. Parlament ČR Poslanecká sněmovna. *Sněmovní tisk 371* [online]. 2011b [cit. 2011-11-29]. Dostupné z WWW: <<http://www.psp.cz/sqw/historie.sqw?o=6&t=371>>

#### **Právní předpisy:**

1. zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník v pozdějších zněních
2. zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele v pozdějších zněních
3. zákon č 19/2012 Sb., o rozhodčím řízení v pozdějším znění

**Rozhovory:**

1. Osobní rozhovor s pracovníkem Hospodářské komory Bc. Petrem Rejnkem, České Budějovice, 14. 9. 2011
2. Telefonický rozhovor s pracovníkem Hospodářské komory, Praha, 7. 10. 2011
3. Telefonický rozhovor s pracovníkem Ministerstva průmyslu a obchodu, Praha, 26. 3. 2012

## **VI. Seznam obrázků a grafů**

---

### **Seznam obrázků**

Obrázek 1: Přehled spotřebitelských sporů řešených pomocí ADR (období od 1. 4. 2008 do 31. 1. 2011) .....	50
---	----

### **Seznam grafů**

Graf 1: Znalost spotřebitelských práv (v%).....	37
Graf 2: Spotřebitelská práva .....	38
Graf 3: Zdroj informací o spotřebitelských právech (v %).....	38
Graf 4: Znalost spotřebitelských organizací (v %) .....	39
Graf 5: Spotřebitelské organizace (v %).....	39
Graf 6: Kolik respondentů zná projekt „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“ (v %) .....	40
Graf 7: Zdroj informací o projektu .....	41
Graf 8: Tvůrce projektu „Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů“ .....	41
Graf 9: Způsoby řešení sporů patřící do ADR.....	42
Graf 10: Věk respondentů (v %).....	43
Graf 11: Bydliště respondentů (v %) .....	44
Graf 12: Dosažené vzdělání respondentů (v %) .....	44
Graf 13: Ekonomická aktivita respondentů (v %) .....	45
Graf 14: Návrhy na propagaci projektu ADR.....	46

## **VII. Seznam příloh**

---

Příloha 1: Dotazník pro českého spotřebitele .....	67
Příloha 2: Seznam kontaktních míst ADR (aktualizace k 30.9.2010) .....	70
Příloha 3: Seznam mediátorů pro Projekt mimosoudního řešení spotřebitelských sporů (aktualizace k 25. 1. 2011).....	71
Příloha 4: Veřejná zakázka Ministerstva průmyslu a obchodu ČR .....	72
Příloha 5: Leták Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů.....	73
Příloha 6: Formulář podnětu pro mimosoudní řešení spotřebitelských sporů .....	74
Příloha 7: Doporučená rozhodčí smlouva pro on-line řízení pro spotřebitelské smlouvy .....	76
Příloha 8: Usnesení vlády České republiky ze dne 24. Května 2010 č. 367 .....	77

## Příloha 1: Dotazník pro českého spotřebitele

### SPOTŘEBITELSKÉ SPORY A JEJICH ŘEŠENÍ

Dobrý den, v rámci zpracování mé bakalářské práce na téma Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů jsem sestavila dotazník. Jeho vyhodnocením bych se ráda dozvěděla, jaká je mezi Vámi, coby spotřebiteli povědomost o Vašich právech a možnostech se hájit. A dále také, zda znáte projekt "Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů". Žádám Vás laskavě o vyplnění tohoto dotazníku. V dotazníku označte vždy jednu nebo více odpovědí podle typu otázky. U otázek, kde je zaškrťávací políčko označené kolečkem, označte vždy jen jednu možnost. U otázek, kde je zaškrťávací políčko ve tvaru čtverečku, je možné označit více odpovědí.

Děkují za Váš čas strávený nad tímto dotazníkem.

Marie Pardamcová, tel. 776 039 585

**1. Znáte svá spotřebitelská práva?**

ANO

NE

**2. Prosím uveďte, jaká spotřebitelská práva znáte.**

**3. Víte, kde hledat informace o svých spotřebitelských právech?**

ANO

NE

**4. Znáte některé spotřebitelské organizace?**

ANO

NE

**5. Prosím, uveďte, jaké spotřebitelské organizace znáte.**

**6. Kontaktoval/a jste již někdy spotřebitelskou organizací?**

ANO

NE

**7. Pomohl Vám tento kontakt k vyřešení Vašeho problému s obchodníkem?**

ANO

NE

**8. Víte, co je projekt "Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů"?**

ANO

NE

**9. Z jakého zdroje jste se o projektu dozvěděl/a ?**

z internetu

z televize

z letáku

od svých přátel, rodiny, známých

ve svém zaměstnání

ve škole

Jiné:



10. Víte, která instituce tento projekt připravila?

- Česká obchodní inspekce
- Sdružení obrany spotřebitelů
- Hospodářská komora ČR
- Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR
- Asociace mediátorů ČR
- Ministerstvo spravedlnosti ČR

11. Víte, které 3 způsoby řešení sporů patří do projektu "Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů"?

- soudní žaloba
- rozhodčí řízení
- finanční arbitr
- mediace
- kvalifikovaná rada

12. Je účast na řešení sporů v rámci tohoto projektu dobrovolná?

- ANO
- NE
- NEVÍM

13. Využil/a jste již tento projekt pro řešení Vašeho sporu s obchodníkem?

- ANO
- NE

14. Zboží, jež jste u obchodníka reklamoval/a, bylo jakého charakteru?

- výrobek
- služba
- finanční služba
- Jiné:

15. V jakém obchodě jste toto zboží zakoupil/a ?

- kamenný obchod
- internet
- tržnice
- Jiné:

16. Vyřešil/a jste prostřednictvím projektu "Mimosoudního řešení spotřebitelských sporů" Váš problém s obchodníkem?

- ANO
- NE

17. Byl/a jste spokojen/a s průběhem řešení problému s obchodníkem pomocí projektu "Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů"?

- ANO
- NE
- Jiné:

18. Jakým způsobem byl Váš problém s obchodníkem vyřešen?

---

19. Prosím sdělte v krátkosti své připomínky k projektu "Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů".

---

20. Jakým způsobem by podle Vás měl tvůrce o projektu "Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů" informovat spotřebitele?

---

21. Kolik je Vám let?

- do 25
- 26 - 40
- 41 - 60
- 61 a více

22. V jakém kraji žijete?

23. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- vyučen/a
- středoškolské bez maturity
- středoškolské s maturitou
- vyšší odborná škola
- vysokoškolské

24. Jaká je Vaše současná ekonomická aktivita?

- student
- zaměstnanec
- na mateřské nebo rodičovské dovolené
- podnikatel nebo živnostník
- v starobním důchodu
- v invalidním důchodu
- nezaměstnaný/á

25. Projekt "Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů" byl spuštěn Ministerstvem průmyslu a obchodu v roce 2008. Má sloužit spotřebitelům řešit jejich problémy s obchodníkem. K dispozici jsou spotřebitelům pracovníci kontaktních míst. Tato pomoc je bezplatná. Napadá Vás způsob, jakým by měly být spotřebitelé o tomto projektu účinně informováni?

*bližší informace můžete nalézt na stránkách "<http://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/mimosoudni-reseni/>"*

---

Zdroj: vlastní

**Příloha 2: Seznam kontaktních míst ADR (aktualizace k 30.9.2010)**

<b>Organizace</b>	<b>Místo</b>	<b>Adresa</b>	<b>Telefon</b>
SIC Brno	Brno	Mečová 5 602 02 Brno	543 255 371
SIC České Budějovice	České Budějovice	Senovážné náměstí 13 370 01 České Budějovice	386 353 542
Jihočeská hospodářská komora	Jihočeský kraj	RM Č.B. Husova tř. 1256/9 370 01 České Budějovice	387 699 325 725 757 413
Regionální hospodářská komora Brno	Jihomoravský kraj	RM Brno (výstaviště) Výstaviště 1 (areál BVV) 648 04 Brno	532 194 923
SČS - RKM Jihomoravský kraj	Jihomoravský kraj	Nám. Svobody 18/210 669 02 Znojmo	515 224 923
Regionální hospodářská komora Poohří	Karlovarský kraj	RM Karlovy Vary, U spořitelny 2 361 20 Karlovy Vary	353 569 173
Krajská Hospodářská komora Královéhradeckého kraje	Královéhradecký kraj	RM Hradec Králové Škroupova 957/4, 500 02	495 521 682
SČS - RKM Hradec Králové	Královéhradecký kraj	Tř. Karla IV. 430 500 02 Hradec Králové	495 215 266
Okresní Hospodářská komora Liberec	Liberecký kraj	RM Liberec Rumunská 655/9, 460 01 Liberec	485 100 148
SIC Olomouc	Olomouc	tř. Svornosti 57 779 00 Olomouc	585 750 704
Okresní hospodářská komora Olomouc	Olomoucký kraj	RM Olomouc Opletalova 364/1, 772 00 Olomouc	585 223 231 585 223 554
SIC Ostrava	Ostrava	Střelniční 8 702 00 Ostrava	596 111 252
Hospodářská komora Plzeňského kraje	Plzeňský kraj	RM Plzeň Tylova 57, 316 00 Plzeň	266 721 419
SIC Praha	Praha	Rytířská 10 110 00 Praha 1	224 211 948
Hospodářská komora České Republiky Praha	Středočeský kraj	Freyova 27 190 00 Praha 9	266 721 419
SIC Uherský Brod	Uherský Brod	ZOČSOP 63/01 Centaurea Větrná 2469, 688 01 Uherský Brod	571 891 739
Okresní hospodářská komora Ústí nad Labem	Ústecký kraj	Velká Hradební 8 400 01 Ústí nad Labem	266 721 419
Hospodářská komora Jihlava	Vysočina	RM Jihlava Benešova 1256/13, 586 01 Jihlava	567 215 806
Krajská Hospodářská komora Zlínského kraje	Zlínský kraj	RM Zlín Vavrečkova 5262 (budova 23) 760 01 Zlín	572 154 553

Zdroj: Hospodářská komora ČR, 2011

**Příloha 3: Seznam mediátorů pro Projekt mimosoudního řešení spotřebitelských sporů (aktualizace k 25. 1. 2011)**

	Příjmení a jméno	Kontakty	Místo působení
1	Mgr. Bláha Zdeněk	zblaha@mbi.cz 606 812 359	Brno Jihomoravský kraj
2	JUDr. Capoušková Eva	capouskovi@volny.cz 603 360 191	Praha
3	Ing. Desbrosseová Ludmila	Desbrosse@volny.cz 603 176 796	Praha, Královehradecký kraj
4	PhDr. Hájek Miroslav	mirhajek@atlas.cz 602 818 743	Praha, Středočeský kraj, Liberec, Pardubice, Ústí nad Labem, Vysočina
5	PhDr. Hejný Jiří	Jiri.hejny@tiscali.cz 777 804 333	Praha, Středočeský kraj
6	PhDr. Holá Lenka	lenka.hola@email.cz 775 63 77 14	Pardubický kraj Olomoucký kraj Moravskoslezská kraj
7	Ing. Jarolímková Šárka	jarolimkova.sarka@seznam.cz 605 486 428	Jihočeský kraj
8	MUDr. Jelínková Věra	verajel@gmail.com 602 183 385	Brno
9	PaedDr. Jilemická Jitka	jilem@konsens.cz 608 806 082	Praha, výjimečně Střední Čechy
10	Ing. Jilemický Jaroslav	jilem@iol.cz 602 282 004	Praha, výjimečně Střední Čechy
11	Mgr. Joklová Dana	Dana@jokl.cz 605 483 985	Zlínský kraj, dle dohody celá Morava
12	Ing. Jurištová Karin	karinj@iol.cz	Praha, Středočeský kraj
13	Kocura Ivan	Ivan.kocura@mensa.cz 775 333 966	Praha Středočeský kraj
14	Kokoška Vladimír	vkoska@seznam.cz 723 070 279	Plzeň
15	Kouklová Naděžda	nadejka@centrum.cz 728 381 788	Praha, Středočeský kraj
16	Mgr. Ing. Krejčí Radim	radim.krejci@adr-mediace.cz 604 529 603	Praha
17	Ing. Krejčová Radana	Radana.krejcova@tiscali.cz 739 737 635	Praha, Středočeský kraj
18	Mgr. Křížková Jarmila	Krizkova.jarmila@seznam.cz 604 111 468	Praha, Středočeský kraj
19	PhDr. Morawská Eva	morawska@vos-kh.cz 606 539 854	Praha, Středočeský kraj

Zdroj: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2011

## Příloha 4: Veřejná zakázka Ministerstva průmyslu a obchodu ČR

IS VZ - uveřejňovací subsystém - Windows Internet Explorer

http://www.isvz.us/uisvz/uisvz01037.do

historie mediace

Obilbené položky | Navrhované weby | Galerie oblastí Web Slice

Co je to mediace | MPO | Mimosoudní... | Facebook | AAA Mediátor | IS VZ - uveřejň... | Rozhodčí řízení - Pr...

**Výraz** mimosoudní řešení

**Vyhledávat v**  Název VZ  Zadavatel  Místo plnění/realizace

**Datum uveřejnění** od:  do:   
(dd.mm.rrrr) (dd.mm.rrrr)

**Druh formuláře** nezadáno

[Rozšířené vyhledávání](#)

**Tipy pro vyhledávání:**  
Výraz - prohledávají se názvy veřejných zakázek, názvy zadavatelů a místo plnění.

Počet odpovídajících zakázek: 1

<a href="#">Evid. číslo v IS VZ US 60064156</a>			
<b>Typ formuláře:</b>	Řádný		
<b>Druh řízení:</b>	Otevřené	<b>Předmět VZ:</b>	Služby
<b>Hlavní předmět činnosti:</b>	Hospodářské a finanční záležitosti		
<b>Název zadavatele:</b>	Česká republika - Ministerstvo průmyslu a obchodu, organizační složka státu		
<b>Sídlo zadavatele:</b>	Praha I		
<b>Zadavatel dle zákona č. 137/2006 Sb. nebo č. 139/2006 Sb.:</b>	Ano		
<b>Název VZ:</b>	Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů - Alternative dispute resolution (ADR)		
<b>Místo plnění / realizace:</b>	Česká republika		
<b>Kód hlavního předmětu veřejné zakázky dle klasifikace CPV:</b>	79000000-4		
<b>Název kódu CPV:</b>	Obchodní služby; právní, marketingové, poradenské služby, nábor zaměstnanců, tiskařské a bezpečnostní služby		
<b>Předpokládaná hodnota bez DPH:</b>	11 200 000.00 CZK		
<b>Lhůta pro podání nabídek / doručení žádostí:</b>	do 06.10.2011	<b>Aktuální:</b>	Ano
<b>Doba plnění od:</b>	01.01.2012	<b>do:</b>	31.12.2015
<b>Datum zveřejnění:</b>	15.08.2011		

Tisk

**Nabídková řízení pro výběr dopravce**

**Nad rámec povinného uveřejňování**

**MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR**

Správce Informačního systému o veřejných zakázkách je v souladu se zákonem č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách Ministerstvo pro místní rozvoj  
Ministerstvo pro místní rozvoj ČR  
Staroměstské náměstí 6  
110 15 Praha 1

**Metodická podpora**

tel: 556 316 285 556 316 280  
(v pracovních dnech od: 06.00 - 16.00 hod.)  
Fax: 556 301 233

Internet 100%

Start | Portál ČHMÚ : Home ... | IS VZ - uveřejňovací ... | Bakalářka | 2 Microsoft Office ... | příloha002[1].pdf - A... | CS | 13:28

Zdroj: Informační systém o veřejných zakázkách, 2011

## Příloha 5: Leták Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů



Evropské  
spotřebitelské  
centrum  
pro ČR



Ministerstvo  
průmyslu  
a obchodu

EUROPEAN  
CONSUMER  
CENTRES  
NETWORK

EVROPSKÉ  
SPOTŘEBITELSKÉ  
CENTRUM  
PRO ČR



Evropské  
spotřebitelské  
centrum  
pro ČR



Ministerstvo  
průmyslu  
a obchodu



Evropské  
spotřebitelské  
centrum  
pro ČR



Ministerstvo  
průmyslu  
a obchodu

**Sdružení českých spotřebitelů**  
Nám. Svobody 18/210, 669 02 Znojmo  
tel.: +420 515 224 923  
e-mail: jmoravaj@regio.cz

■ **Olomoucký kraj**  
**Krajská hospodářská komora Olomouckého kraje**  
RM Olomouc  
Jereňkova 40/8, 771 09 Olomouc  
e-mail: RM.Olomouc@tmpp.cz  
tel.: +420 585 223 555  
fax: +420 585 226 211

**Sdružení obrany spotřebitelů**  
ul. Slovanská 37, 779 00 Olomouc  
tel.: +420 585 730 704  
e-mail: olomouc@spotrebitele.info

■ **Moravskoslezský kraj**  
**Krajská hospodářská komora Moravskoslezského kraje**  
RM Ostrava  
Výhlední 2224/R, 709 09 Ostrava - Mar. Hory  
e-mail: RM.Ostrava@tmpp.cz  
tel.: +420 597 479 330  
fax: +420 597 479 334

**Sdružení obrany spotřebitelů**  
Sádkovská 8, 702 00 Ostrava  
tel.: +420 596 111 192  
e-mail: ostrava@spotrebitele.info

**Sdružení českých spotřebitelů**  
Revoluční 45, 794 01 Knosv. D.N.O. - NEOR  
tel.: +420 773 096 7 - 03/30  
e-mail: neor@afk.cz

■ **Zlínský kraj**  
**Krajská hospodářská komora Zlínského kraje**  
RM Zlín  
Vareckova 5262, 23. budova areálu SVK, 760 01 Zlín  
e-mail: RM.Zlin@tmpp.cz  
tel.: +420 573 776 005  
fax: +420 573 776 003

**Sif ekoporađen**  
Chrástský lán  
tel.: +420 571 891 739  
e-mail: ekog@ekoporađenah.info

*při Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR  
za finanční podpory Evropské komise*



**Evropské  
spotřebitelské  
centrum  
pro ČR**

*Poskytuje informace o spotřebitelských právech  
na společném trhu,  
pomáhá při řešení přeshraničních reklamací.*

Vydání letáku je hrazeno z rozpočtu Evropského spotřebitelského centra pro ČR, spolufinancovaného MPO a Evropskou komisí.  
Evropská komise neodpovídá za obsah letáku.  
duben 2008



**MIMOSODNÍ  
ŘEŠENÍ  
SPOTŘEBITELSKÝCH  
SPORŮ  
V ČESKÉ REPUBLICE**

Spotřebitelské spory jsou obvykle spory nízké hodnoty. Jejich řešení před soudem bývá komplikované, drahé a zdoluhavé.

Alternativu nabízí Projekt mimosoudního řešení spotřebitelských sporů. Tento leták vám poradí, jak můžete nový systém využít.

*Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO) ve spolupráci s Hospodářskou komorou ČR, Asociací mediátorů ČR, Rozhodčím soudem při Hospodářské komoře a Agrární komoře, Ministerstvem financí, Ministerstvem spravedlnosti a zástupci spotřebitelů připravilo Projekt, který nabízí spotřebitelům i podnikatelům alternativní postup při řešení jejich sporů. Projekt funguje od 1. dubna 2008.*

**Přínosy mimosoudního řešení sporů**

- ◆ Pro obě strany sporu - spotřebitele i podnikatele: Rychlé, jednoduché, levné řešení sporu.
- ◆ Pro podnikatele navíc: Budování dobré pověsti, získání konkurenční výhody.
- ◆ Pro společnost: Odlehčení zátěže soudům.

**Základní principy mimosoudního řešení spotřebitelských sporů**

- ◆ dobrovolnost
- ◆ objektivita a nestrannost řízení
- ◆ časová úspora
- ◆ nižší finanční náročnost
- ◆ jednodušší postup pro vyřízení sporu

**Základní formy řešení sporů**

- ◆ kvalifikované doporučení
- ◆ medace
- ◆ rozhodčí řízení

Žádost o řešení přeshraničních spotřebitelských sporů mimosoudní cestou sprostředkuje Evropské spotřebitelské centrum pro ČR (esc@mipo.cz).



Ministerstvo  
průmyslu  
a obchodu

www.mipo.cz/esc - česká verze  
www.mipo.cz/esc - anglická verze  
esc@mipo.cz  
tel.: 224 852 017, 224 852 046  
fax: 224 852 114

Zdroj: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2011

## Příloha 6: Formulář podnětu pro mimosoudní řešení spotřebitelských sporů

### MIMOSODNÍ ŘEŠENÍ SPOTŘEBITELSKÝCH SPORŮ



#### Identifikace subjektu, který podává stížnost (stěžovatel)

stěžovatelem je podnikatel\*  Ano  Ne

jméno

příjmení / název firmy\*

ulice + čp

obec\*  PSČ

e-mail

Zadáním e-mailové adresy budete informováni o průběhu řešení Vaší stížnosti.

telefon\*

#### Identifikace subjektu, proti kterému stížnost směřuje

jméno

příjmení / název firmy\*

IČ

ulice + čp

obec\*  PSČ

e-mail

telefon

#### Kontaktní místo\* (označte pouze jednu možnost)

Brno (Hospodářská komora)	Ostrava (Hospodářská komora)
Brno (SOS)	Ostrava (SOS)
České Budějovice (Hospodářská komora)	Pardubice (Hospodářská komora)
České Budějovice (SOS)	Pízeň (Hospodářská komora)
Hradec Králové (Hospodářská komora)	Praha (Hospodářská komora)
Hradec Králové (SOS)	Praha (SOS)
Jihlava (Hospodářská komora)	Sokolov (Hospodářská komora)
Krnov (SČS)	Uherský Brod (poradna)
Liberec (Hospodářská komora)	Ústí nad Labem (Hospodářská komora)
Olomouc (Hospodářská komora)	Zlín (Hospodářská komora)
Olomouc (SOS)	Znojmo (SČS)

**Charakter stížnosti\*** (označte pouze jednu možnost)

<input type="checkbox"/>	reklamace
<input type="checkbox"/>	odstoupení od smlouvy
<input type="checkbox"/>	náhrada škody
<input type="checkbox"/>	ostatní (cena kvalita množství)

**Předmět stížnosti** (označte pouze jednu možnost)

<input type="checkbox"/>	výrobek
<input type="checkbox"/>	služba
<input type="checkbox"/>	finanční služba

**Upřesnění předmětu** (označte pouze jednu možnost)

<input type="checkbox"/>	obuv	<input type="checkbox"/>	čistírny a prádelny
<input type="checkbox"/>	oděvy, textil, kůže	<input type="checkbox"/>	cestování, pohostinství
<input type="checkbox"/>	mobilní telefony	<input type="checkbox"/>	telekomunikace
<input type="checkbox"/>	elektronika	<input type="checkbox"/>	bydlení a energie
<input type="checkbox"/>	spotřebiče	<input type="checkbox"/>	zakázková výroba
<input type="checkbox"/>	auto, moto, kočárky	<input type="checkbox"/>	pojištění
<input type="checkbox"/>	potraviny	<input type="checkbox"/>	vkladové a spořicí produkty
<input type="checkbox"/>	potřeby pro doma, hobby	<input type="checkbox"/>	úvěry na bydlení
<input type="checkbox"/>	šperky, brýle, hodinky	<input type="checkbox"/>	ostatní úvěry
<input type="checkbox"/>	nábytek	<input type="checkbox"/>	cenné papíry
<input type="checkbox"/>	opravy	<input type="checkbox"/>	ostatní
<input type="checkbox"/>	stavební služby		

**Text stížnosti\***

**Doložitelné doklady (např. reklamační list, doklad o zaplacení...)**

Svým podpisem uděluji souhlas, aby Ministerstvo průmyslu a obchodu a Hospodářská komora České republiky a jimi pověřená kontaktní místa zpracovávaly všechny mé osobní údaje, které jsem sdělil/a v souvislosti s návrhem o mimosoudní řešení spotřebitelských sporů, a které jsem uvedl/a ve formuláři žádosti.

Veškeré osobní údaje jsou považovány za důvěrné a budou zpracovávány pouze za účelem řešení spotřebitelských sporů a to po dobu nezbytnou k vyřešení případu nebo do odvolání souhlasu registrované osoby. Beru na vědomí, že svůj souhlas mohu kdykoliv písemně odvolat a Ministerstvo průmyslu a obchodu a Hospodářská komora v takovém případě zajistí likvidaci mnou poskytnutých osobních údajů. Ministerstvo průmyslu a obchodu a Hospodářská komora České republiky se zavazují, že osobní údaje nebudou bez souhlasu dané osoby poskytnuty jiným subjektům.

Datum \_\_\_\_\_

Podpis \_\_\_\_\_

Zdroj: Jihočeská hospodářská komora v Českých Budějovicích, 2011



## Příloha 7: Doporučená rozhodčí smlouva pro on-line řízení pro spotřebitelské smlouvy

### Doporučená rozhodčí smlouva pro on-line řízení pro spotřebitelské spory

(č. j. ....)

Sporné strany uzavřely tuto smlouvu a dohodly se, že spor

- a) ohledně zaplacení částky ....., jejíž výše vyplývá z .....
- b) týkající se .....

bude s vyloučením pravomoci obecných soudů rozhodnut s konečnou platností v rozhodčím řízení u Rozhodčího soudu při Hospodářské komoře České republiky a Agrární komoře České republiky podle jeho Řádu pro spotřebitelské spory jedním rozhodcem určeným předsedou Rozhodčího soudu při Hospodářské komoře České republiky a Agrární komoře České republiky, pokud nebude toto řízení zastaveno dle § 3 odst. 6 zastaveno usnesením. Strany souhlasí s tím, že v takovém případě došlo k zániku této rozhodčí smlouvy dle § 15 odst. 2 zákona č. 216/1994 Sb. Strany dále souhlasí s tím, že kopie rozhodčího nálezu nebo usnesení rozhodčího soudu, kterým rozhodčí řízení končí, bude zaslána také na adresu Ministerstva průmyslu a obchodu.

Strany pro toto řízení volí tyto emailové adresy pro vedení řízení on-line pro spotřebitelské spory:

.....

.....

V.....

V.....

.....  
podpis

.....  
podpis

Zdroj: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2008

## VLÁDA ČESKÉ REPUBLIKY



### USNESENÍ

VLÁDY ČESKÉ REPUBLIKY  
ze dne 24. května 2010 č. 367

o mimosoudním řešení spotřebitelských sporů

Vláda

I. bere na vědomí mimosoudní řešení spotřebitelských sporů, obsažené v části III materiálu č.j. 460/10;

II. ukládá

1. ministru průmyslu a obchodu zahájit realizaci systému mimosoudního řešení spotřebitelských sporů podle části III materiálu č.j. 460/10 a zajistit nezbytné podmínky pro činnost v rozsahu navrženého systému s tím, že do doby jeho plné realizace bude zajištěno plynulé pokračování stávajícího systému pro mimosoudní řešení spotřebitelských sporů,

2. ministru průmyslu a obchodu a ministryni spravedlnosti zpracovat a předložit vládě do 30. června 2011 návrhy změn právních předpisů upravujících mediační a rozhodčí řízení pro spotřebitelské spory podle části III materiálu č.j. 460/10.

Provedou:

ministr průmyslu a obchodu,  
ministryně spravedlnosti

Předseda vlády

Ing. Jan Fischer, CSc., v. r.