

**ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI**  
**FAKULTA EKONOMICKÁ**

Bakalářská práce

**Ochrana spotřebitele v České republice**

**Consumer protection in the Czech republic**

Jaroslav Pytloun

Plzeň 2019

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI  
Fakulta ekonomická  
Akademický rok: 2018/2019

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jaroslav PYTLOUN**  
Osobní číslo: **K16B0167P**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Management obchodních činností**  
Název tématu: **Ochrana spotřebitele v České republice**  
Zadávací katedra: **Katedra marketingu, obchodu a služeb**

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

1. Zpracujte teoretický úvod do problematiky ochrany spotřebitele.
2. Charakterizujte politiku ochrany spotřebitele v České republice a implementaci norem EU.
3. Analyzujte porušování práv spotřebitele ve vybraných případech a uveďte jejich řešení.
4. Formulujte doporučení a závěr ze zjištěných poznatků.

Rozsah grafických prací: **neuveden**  
Rozsah kvalifikační práce: **40-60**  
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

- **RABAN, Přemysl.** *Občanské právo hmotné : závazkové právo.* Brno: Václav Klemm, 2014. ISBN 978-80-87713-11-2.
- **TOMANČÁKOVÁ, Blanka.** *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady.* 2. vyd. Praha: Linde, 2011. ISBN 978-80-7201-864-2.
- *Sbírka zákonů České republiky.*
- *Nařízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 254/2014 o víceletém programu pro spotřebitele na období 2014-2020.*

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Hana Kunešová, Ph.D.**  
Katedra marketingu, obchodu a služeb

Datum zadání bakalářské práce: **23. října 2018**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **23. dubna 2019**



Doc. Ing. Michaela Krechovská, Ph.D.  
děkanka



Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Plzni dne 23. října 2018

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

*„Ochrana spotřebitele v České republice“*

vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucí bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

V Plzni dne .....

.....

Jaroslav Pytloun

Na tomto místě bych rád poděkoval mé vedoucí práce Ing. Haně Kunešové, Ph.D. za odborné připomínky a rady, za čas, který věnovala vedení mé bakalářské práce a také za její vstřícnost a ochotu.

Jaroslav Pytloun

# Obsah

Úvod.....	7
1 Právní úprava ochrany spotřebitele.....	10
1.1 Primární právo Evropské unie.....	10
1.2 Sekundární právo Evropské unie .....	11
1.3 Česká právní úprava ochrany spotřebitele .....	12
2 Základní pojmy .....	15
2.1 Spotřebitel .....	15
2.2 Podnikatel.....	16
2.3 Spotřebitelská smlouva .....	17
2.4 Nekalá soutěž .....	18
2.5 Agresivní obchodní praktika .....	19
2.6 Klamavá obchodní praktika .....	19
3 Instituce sloužící k ochraně spotřebitele v ČR.....	21
3.1 Instituce Evropské unie .....	21
3.2 Státní organizace a instituce.....	22
3.2.1 Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky .....	22
3.2.2 Česká obchodní inspekce .....	23
3.2.3 Státní zemědělská a potravinářská inspekce.....	24
3.2.4 Státní veterinární správa .....	25
3.2.5 Úřad pro ochranu hospodářské soutěže.....	26
3.2.6 Ostatní státní organizace a instituce .....	26
3.3 Občanské organizace a instituce .....	27
3.3.1 Sdružení obrany spotřebitelů.....	27
3.3.2 Organizace dTest .....	28
3.3.3 Další občanské organizace a instituce .....	28
4 Konkrétní příklady porušování práv spotřebitelů .....	29
4.1 Dvojitá kvalita výrobků .....	29
4.2 Aféra Dieselgate.....	30
5 Postup státních orgánů v konkrétních příkladech .....	33
5.1 Neodpovídající stav tachometru u automobilu .....	33
5.2 Odpovědnost za prodávané zboží.....	34

5.3 Nesprávná míra nápoje.....	35
5.4 Nabídka zájezdu .....	36
5.5 Nesprávné označení ceny a země původu výrobku .....	37
5.6 Vyprodání zásob v rámci slevové akce .....	39
5.7 Doručování zásilky.....	40
5.8 Částečně poškozené zboží.....	42
5.9 Soutěž v rámci teleshoppingu .....	43
5.10 Odmítnutí reklamace obkladů koupelny .....	44
5.11 Spor o jméno čokolády.....	46
5.12 Smlouva o spotřebitelském úvěru .....	47
6 Rozhovor s vedoucím pobočky Sdružení obrany spotřebitele.....	48
7 Doporučení pro podnikatele a spotřebitele .....	51
Závěr .....	53
Seznam použité literatury a dalších zdrojů .....	55
Seznam příloh .....	60

# Úvod

Tato bakalářská práce se zaměřuje především na ochranu spotřebitele. Ochrana spotřebitele je celospolečenskou otázkou a zároveň je v každé době aktuálním tématem. Jsem toho názoru, že spotřebitelem může být kdokoliv, jelikož téměř každý obyvatel skoro denně vystupuje jako kupující spotřebitel. Při nákupu zboží či služby nás chrání právní předpisy Evropské unie a České republiky, které mají za úkol vyrovnávat naši pozici slabší strany ve vztahu k prodávajícímu podnikateli. Právní předpisy totiž předpokládají, že prodávající podnikatel je ve svém oboru profesionálem, a proto má více zkušeností a informací, které by mohl využít v neprospěch spotřebitele. Vstupem České republiky do Evropské unie v roce 2004 se Česká republika musela přizpůsobit politice ochrany spotřebitele v rámci Evropské unie, což se následně promítlo i do úpravy české legislativy.

Cílem této bakalářské práce je s využitím informací získaných z teorie analyzovat konkrétní příklady porušování práv spotřebitelů, které jsou zpracovány v praktické části, a na základě zjištěných poznatků formulovat doporučení pro podnikatele a pro spotřebitele.

V první kapitole je vymezen systém platné právní úpravy ochrany spotřebitele. Tato kapitola je rozdělena na tři podkapitoly: Primární právo Evropské unie, Sekundární právo Evropské unie a Česká právní úprava ochrany spotřebitele. Ochrana spotřebitele se věnuje politika Evropské unie na ochranu spotřebitele, jelikož se jedná o velice důležitý institut, který slouží ke správnému fungování vnitřního trhu Evropské unie. Česká právní úprava ochrany spotřebitele pak reflektuje primární právo Evropské unie i sekundární právo Evropské unie a implementuje příslušné směrnice a nařízení do platných zákonů České republiky.

Druhá kapitola je zaměřena na vysvětlení základních pojmů, které úzce souvisejí s ochranou spotřebitele. V rámci správného pochopení ochrany spotřebitele je důležité definovat pojmy jako spotřebitel, podnikatel, spotřebitelská smlouva, nekalá soutěž, agresivní obchodní praktika nebo klamavá obchodní praktika. Tyto výše zmíněné pojmy jsou nejčastějšími pojmy, se kterými se můžeme při studiu problematiky ochrany spotřebitele setkat.

Ve třetí kapitole této bakalářské práce jsou charakterizovány nejdůležitější instituce sloužící k ochraně spotřebitele. Jedná se o instituce Evropské unie, mezi které



patří například Evropská komise, Rada Evropské unie nebo Evropský parlament. Dále jsou také podrobně popsány instituce a jejich funkce v oblasti ochrany spotřebitele, které působí v rámci České republiky. Tyto instituce je možné rozdělit na státní instituce a občanské organizace. Do státních institucí České republiky lze zařazovat například Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky, Českou obchodní inspekci, Státní zemědělskou a potravinářskou inspekci, Státní veterinární správu nebo Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. Mezi občanské organizace zabývající se ochranou spotřebitele pak můžeme zařadit neziskové organizace, kterými jsou především Sdružení obrany spotřebitelů nebo Organizace dTest.

Čtvrtá kapitola se věnuje dvěma konkrétním příkladům porušování práv spotřebitelů. Jedná se asi o dvě nejznámější aféry, které zasáhly celou Evropskou unii. Jsou jimi aféra s dvojitou kvalitou výrobků na trhu Evropské unie, které jsou prodávány pod stejným označením od stejných firem, a světoznámá aféra Dieselgate, která zasáhla automobilový průmysl po celém světě.

V páté kapitole jsou analyzovány případy porušování nebo zdánlivého porušování práv spotřebitele a jsou vysvětlena rozhodnutí státních orgánů České republiky a orgánů Evropské unie při posuzování uvedených příkladů.

Šestá kapitola je zaměřena na rozhovor s vedoucím plzeňské pobočky neziskové organizace Sdružení obrany spotřebitele panem Ondřejem Zelenkou. Ondřej Zelenka odpověděl na otázky, které se týkaly plzeňské pobočky neziskové organizace Sdružení obrany spotřebitele a také na otázky, které se věnovaly obecně tématu ochrany spotřebitele.

Sedmá kapitola je poslední kapitolou této bakalářské práce. V této kapitole jsou formulována doporučení pro podnikatele a spotřebitele. Doporučení pro podnikatele se týká především toho, jaké zákony musí podnikatel dodržovat a jaké činnosti jsou zakázány. V doporučení pro spotřebitele je uvedeno, kde a jak si mohou spotřebitelé doplnit informace o spotřebitelských právech a na koho se mohou obrátit v případě problémů.

V závěru této bakalářské práce jsou pak shrnuty všechny zjištěné poznatky o ochraně spotřebitele.

Ke zdárnému dosažení cíle této bakalářské práce a přehlednému vysvětlení všech pojmů, které jsou v práci dále rozebrány, využiji mimo jiné i své zkušenosti, znalosti a informace, které jsem načerpal během svého studia magisterského studijního programu

Právo a právní věda jako student Právnické fakulty Západočeské univerzity v Plzni, kde nyní studuji pátý ročník.

Jako zdroje pro vypracování této bakalářské práce byly použity především příslušné zákony České republiky a právo Evropské unie. Dále pak byly využity monografie, články a další internetové zdroje.

# 1 Právní úprava ochrany spotřebitele

Institut ochrany spotřebitele je upraven nadnárodním právem Evropské unie i českým právem. Právo Evropské unie lze rozdělit na primární právo a sekundární právo. Sekundární právo může být upraveno formou nařízení, směrnice, rozhodnutí, doporučení nebo stanoviska.

Mezi primární práva, která se týkají ochrany spotřebitele, patří právo na ochranu zdraví spotřebitelů a jejich bezpečnost, právo na ochranu ekonomického prospěchu spotřebitelů, právo na dostatečnou poučenost a znalost spotřebitelů, právo na obhajobu svých práv a právo na dostatečné prostředky zajišťující práva spotřebitelů. (Týč 2010, s. 288)

## 1.1 Primární právo Evropské unie

Primární právo Evropské unie se nachází na vrcholu pyramidy právních norem v Evropské unii. Od primárního práva se pak dále odvíjí právo sekundární. Ke kontrole dodržování ustanovení primárního práva je určen Soudní dvůr Evropské unie. Dalším orgánem, který dohlíží na řádné prosazování práva Evropské unie je Evropská komise. (Ministerstvo zahraničních věcí České republiky 2011)

Do primárního práva zařazujeme **zakládající smlouvy, pozměňující smlouvy, dodatkové dohody, smlouvy o přistoupení a protokoly**, které jsou připojeny k příslušným smlouvám. Primární právo je přímo závazné pro všechny členské státy Evropské unie od chvíle, kdy některá ze smluv vstoupí v platnost. (EUR-Lex 2018)

V primárním právu se ochraně spotřebitele začal věnovat až **Jednotný evropský akt**, který vstoupil v platnost 1. července 1987. Na základě tohoto aktu byla Evropská komise pověřena k podávání návrhů na ochranu spotřebitele. Dalším krokem k jednotné a adekvátní politice ochrany spotřebitele v rámci Evropské unie byla **Maastrichtská smlouva**, která vstoupila v platnost 1. listopadu 1993. Komunitární politice zabývající se ochranou spotřebitele se také věnovala **Amsterodamská smlouva**, jež vstoupila v platnost 1. května 1999. Nejnovější pozměňovací smlouva, která je označována jako **Lisabonská smlouva**, začleňuje ochranu spotřebitele jako jednu z mnoha sdílených pravomocí Evropské unie. Lisabonská smlouva vstoupila v platnost 1. prosince 2009. Konkrétní práva a povinnosti jsou dále vymezena v rámci nařízení, směrnic a dalších předpisů, které náležejí do sekundárního práva Evropské unie. (CDK 2018)

## 1.2 Sekundární právo Evropské unie

Sekundární právo Evropské unie je odvozeno od práva primárního. V sekundárním právu nalezneme určité a přesné vymezení práva Evropské unie, které je obsaženo v různých formách. Tyto formy sekundárního práva se dělí na **nařízení, směrnice, rozhodnutí, doporučení a stanoviska**. Pro právní úpravu jsou nejdůležitější nařízení a směrnice, jelikož u nich platí obecná závaznost. (Večeřa 2013, s. 40)

Mezi velmi důležité nařízení patří Nařízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 254/2014 o víceletém programu pro spotřebitele na období 2014-2020. Tímto programem chce Evropská unie zabezpečit zvyšování povědomí o příslušných spotřebitelských právech a současně chce dosáhnout důslednějšího vymáhání těchto práv. Dalším záměrem je zvýšit jistotu spotřebitelů, a to hlavně díky kvalitnějšímu označování výrobků a následnému pečlivému monitoringu těchto výrobků. Dále Evropská unie chce výše zmíněným programem docílit integrace zájmů spotřebitelů do dalších zásadních politik Evropské unie napříč všemi oblastmi, jako jsou například energetika, potravinářství či doprava. (CDK 2018)

V dubnu 2018 však předložila Evropská komise nový návrh týkající se ochrany spotřebitele. V rámci nové strategie ochrany spotřebitele bude lépe upravena možnost podání hromadné žaloby kvalifikovaným subjektem a budou na základě tohoto návrhu také zpřísněny sankce za porušování spotřebitelských práv. Dále se také nová politika ochrany spotřebitele bude týkat lepšího zabezpečení spotřebitelů v oblasti online nakupování a bude také jasně a nezpochybnitelně deklarovat, že dvojitá kvalita výrobků, která byla již několikrát nezávislými testy prokázána, je zcela nepřipustná. (Evropská komise 2018)

Česká právní úprava institutu hromadné žaloby je zatím nedostatečná. Tyto nedostatky by měl napravit nový zákon, který připravuje Ministerstvo spravedlnosti České republiky. Tento nový zákon by také měl mimo jiné vyhovovat směrnici Evropské unie, která se věnuje zástupným žalobám. Nyní je však výše zmíněný zákon o hromadných žalobách v připomínkovém řízení. (Media Network 2018) V rámci řízení založeném na základě hromadné žaloby vystupuje většinou za ostatní účastníky řízení, kteří tvoří početnou skupinu, jmenovaný žalobce. (Zima 2018)

Důležitou směrnicí, která se týká ochrany spotřebitele je Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES

a zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES. Tato směrnice má za **cíl komplexně upravit spotřebitelské právo v rámci jednoho právního předpisu**, jelikož dosud bylo spotřebitelské právo upraveno v mnoha jiných samostatných směrnicích. Implementace této směrnice je v rámci české právní úpravy obsažena od § 1820 až do § 1851 zákona č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník. Jedná se tedy o závazky ze smluv, které byly uzavřeny mimo obchodní prostory a dále o uzavírání smluv distančním způsobem, což jsou smlouvy uzavírané na dálku. Výše zmíněná směrnice také upravila čtrnáctidenní lhůtu pro odstoupení od smlouvy, která byla uzavřena mimo obchodní prostory, a také od smlouvy, která byla uzavřena distančním způsobem. (Večeřa 2013, s. 240-245) Toto ustanovení však již někteří obchodníci, kteří mají v úmyslu jednat nekale, dokáží obejít, jak bude uvedeno dále v této bakalářské práci. Mezi další právní předpisy, které jsou přijímány v rámci sekundárního práva Evropské unie, patří například Směrnice 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům, Nařízení 2006/2004 o spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele, Směrnice 2001/37/ES týkající se výroby, obchodní úpravy a prodeje tabákových výrobků nebo Směrnice 2001/95/ES o obecné bezpečnosti výrobků.

Dne 26. března 2019 také Evropský parlament odsouhlasil dva legislativní návrhy směrnic. První navrhovaná směrnice by měla upravovat vybrané stránky smluv, které byly uzavřeny v rámci prodeje zboží. Další směrnice, kterou Evropský parlament navrhl, by se měla věnovat smlouvám týkajících se digitálního obsahu. (Ministerstvo průmyslu a obchodu 2019a)

### 1.3 Česká právní úprava ochrany spotřebitele

V rámci české právní úpravy ochrany spotřebitele můžeme hovořit o dvou základních zákonech, které se věnují institutu ochrany spotřebitele v České republice. V oblasti soukromého práva se jedná o zákon č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník a ochranu spotřebitele v oblasti veřejného práva upravuje zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.

**Zákon č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník** se věnuje ochraně spotřebitele v rámci soukromého práva. Tento zákon upravuje a vymezuje pojmy spotřebitel a podnikatel od § 419 až do § 435. Ochrana spotřebitele se pak tento zákon věnuje především v rámci čtvrtého dílu nazvaného Ustanovení o závazcích ze smluv uzavíraných se spotřebitelem, který začíná § 1810. V těchto ustanoveních jsou upraveny například smlouvy uzavřené

distančním způsobem, smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory, obecně spotřebitelské smlouvy, nepřijatelná smluvní ujednání nebo odstoupení od smlouvy. S ochranou spotřebitele také úzce souvisí nekalá soutěž, která je definována v § 2976 a následujících ustanovení. (CzechTrade 2016a)

Ochranu spotřebitele v oblasti veřejného práva upravuje především **zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele**. Na základě tohoto zákona jsou vymezeny pravomoci orgánů státní správy ke kontrole ochrany spotřebitele. Podstatou výše zmíněného zákona je také vymezení možností ochrany spotřebitele, kterými disponují sami spotřebitelé nebo různá sdružení spotřebitelů. Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele také upravuje klíčové pojmy, které souvisejí s ochranou spotřebitele. Jedná se například o pojmy jako výrobek, služba, spotřebitel, prodávající, výrobce, dovozce nebo dodavatel. Ustanovení tohoto zákona lze aplikovat na všechny právní vztahy na území České republiky, které se týkají nabídky či prodeje výrobků a služeb. (CzechTrade 2016b)

Vláda České republiky také přijala usnesení o Prioritách spotřebitelské politiky 2015 - 2020. Tento program vychází z Evropského programu pro spotřebitele a z dosavadní úpravy ochrany spotřebitele. V rámci Priorit spotřebitelské politiky má dojít k posílení ochrany spotřebitele na základě lepší kooperace orgánů určených k doзору nad ochranou spotřebitele a ke zkvalitnění vzdělání spotřebitelů v oblasti spotřebitelských práv. Také je v tomto programu zohledněné případné mimosoudní řešení nastalých sporů, což by mělo mít za následek zrychlení vyřešení těchto sporů. (Ministerstvo průmyslu a obchodu 2015)

Ochranu spotřebitele však zajišťuje mnoho dalších zákonů, které se věnují konkrétnímu problému. Mezi tyto zákony lze zařadit například zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků, zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky, zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích, zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže nebo zákon č. 40/2009 Sb., Trestní zákoník.

Důležitými právními předpisy jsou také zákony upravující působnost jednotlivých správních úřadů, které mají za úkol dohlížet nad ochranou spotřebitele na území České republiky. Mezi tyto výše zmíněné zákony je možné zařadit například zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci, zákon č. 570/1991 Sb., o živnostenských úřadech, zákon

č. 166/1999 Sb., Veterinární zákon nebo zákon č. 273/1996 Sb., o působnosti Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže.

## 2 Základní pojmy

Základními pojmy, které se úzce pojí s institutem ochrany spotřebitele, jsou myšleny především pojmy jako spotřebitel, podnikatel, spotřebitelská smlouva, nekalá soutěž, agresivní obchodní praktika a klamavá obchodní praktika. Proto je potřeba pro správné pochopení celkové problematiky ochrany spotřebitele tyto výše zmíněné pojmy jednoznačně definovat.

### 2.1 Spotřebitel

**Spotřebitelem** se dle § 2 odst. 1 písm. a) zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele rozumí fyzická osoba jednající mimo oblast své podnikatelské činnosti i mimo oblast samostatného výkonu svého povolání. Obdobnou definici spotřebitele obsahuje taktéž § 419 zákona č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník. Spotřebitel je brán jako slabší strana v obchodním vztahu mezi ním a podnikatelem. Z tohoto důvodu zákon spotřebitele chrání především tím, že podnikatele zatěžuje více povinnostmi vůči spotřebiteli, aby se tento obecně nerovný vztah vyrovnal. Nerovný vztah mezi podnikatelem a spotřebitelem vychází z předpokladu, že spotřebitel není tak informován o výrobku, službě či jinému dalšímu produktu, který je předmětem obchodního vztahu, jako je informován prodávající podnikatel. Úkolem státu je chránit slabší strany a tento úkol stát splňuje především prostřednictvím zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. (Rada 2015)

Z výše uvedeného tedy vyplývá, že pojem spotřebitel je definován pomocí různých podmínek. Mezi tyto podmínky patří jednání s podnikatelem, jednání mimo oblast své podnikatelské činnosti nebo mimo oblast samostatného výkonu svého povolání a také osobní postavení.

V rámci osobního postavení lze jednoznačně říci, že jako spotřebitele je možné označovat pouze fyzické osoby. Z toho tedy vyplývá, že institut ochrany spotřebitele se zaměřuje pouze a jedině na fyzické osoby. (Pokorná, Večerková, Levická & Dudová 2017, s. 48)

O spotřebiteli jako o fyzické osobě taktéž hovoří Soudní dvůr Evropské unie, který ve svém rozsudku došel k závěru, že spotřebitel, který je vymezený v čl. 2 písm. b) směrnice 93/13/EHS, je chápán pouze jako osoba fyzická. (rozsudek Soudního dvora



Evropské unie ve spojených věcech C-541/99 a C-542/99 ze dne 22. listopadu 2001, Cape Snc proti Idealservice Srl a Idealservice MN RE Sas proti OMAI Srl.)

Současné právo pracuje s pojmem **průměrný spotřebitel**. Tento pojem má předesílat, jak by se v konkrétním případě měl spotřebitel zachovat a co by měl udělat. Nejvyšší soud České republiky došel ve svém rozsudku ze dne 30. května 2007 k závěru, že za průměrného spotřebitele lze označovat takového spotřebitele, který je v přijatelné míře opatrný a pozorný a má s ohledem na jazykové, kulturní a sociální aspekty dostatek informací. Dále také Nejvyšší soud České republiky uvedl, že by průměrný spotřebitel měl být schopen předpokládat nadsázku a větší míru přehánění v rámci většiny reklam, a proto by neměl věřit veškerým skutečnostem, které bude průměrný spotřebitel během reklamy vnímat. (rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 30. května 2007, sp. zn. 32 Odo 229/2006)

## 2.2 Podnikatel

**Podnikatel** je osoba prodávající své výrobky nebo poskytující své služby spotřebiteli. Podnikatel je obecně vymezen v § 420 zákona č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník jako fyzická nebo právnická osoba, která samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku. Podnikatel mimo jiné uzavírá smlouvy se spotřebitelem. Tyto smlouvy označujeme jako smlouvy spotřebitelské. Prodávající podnikatel je ve vztahu se spotřebitelem považován za silnější stranu, a proto mu zákon o ochraně spotřebitele ukládá řadu povinností vůči spotřebiteli. Tvzení, že prodávající podnikatel je silnější stranou v obchodním vztahu se spotřebitelem vychází z předpokladu, že je prodávající podnikatel lépe seznámen s prodáváním produktem a disponuje tedy větší informovaností o prodávaném produktu než spotřebitel. (Raban 2014, stránka 43-45)

Výše zmíněná definice podnikatele je pak rozšířena v § 420 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník. Toto rozšíření reflektuje tlaky evropského práva na úpravu této problematiky. Dle tohoto odstavce se považuje za podnikatele každý, kdo uzavírá smlouvy při nezávislém výkonu svého povolání, na účet či jménem nějakého podnikatele nebo v rámci své obchodní či jiné srovnatelné činnosti. Je zřejmé, že tímto odstavcem odpadla podmínka dosahování zisku a také podmínka soustavné činnosti. I toto ustanovení zmíněného zákona však předpokládá, že výše definovaná osoba bude

v oblasti, v které uzavírá smlouvy, odborníkem, a proto je zde potřeba zákonodárce hájit slabší stranu, tedy spotřebitele, pomocí tohoto rozšiřujícího ustanovení. (Melzner, Tégel & kol. 2014, s. 13)

Každý podnikatel musí mít vymezenou **obchodní firmu**. V obchodním rejstříku je podnikatel zapsán právě pod obchodní firmou. Obchodní firmou tedy rozumíme jméno či název. Se souhlasem fyzické osoby může být jméno této fyzické osoby použito v obchodní firmě. Obchodní firma je určena především k přesnému a jednoznačnému označení podnikatele. V rámci této skutečnosti musí být obchodní firma náležitě odlišná od jiné obchodní firmy, aby nemohlo dojít k nepředpokládané záměně dvou obchodních firem. Podmínkou, která zatěžuje obchodní firmu, je také to, že obchodní firma nesmí být klamavá. Pod tímto pojmem si lze představit to, že obchodní firma by neměla dovolit připustit jakoukoli mýlku v předmětu podnikání či v osobě podnikatele. Jako příklad pro lepší pochopení problému lze uvést situaci, kdy by se pekařství jmenovalo Papírny, a. s. Tento název by mohl právě působit na spotřebitele klamavě, jelikož by si daný spotřebitel mohl myslet, že se jedná o nějakou společnost zabývající se výrobou papíru. (Dvořák, Švestka, Zuklínová & kol. 2016, s. 307-309)

## 2.3 Spotřebitelská smlouva

**Spotřebitelská smlouva** je v současnosti chápána jako smlouva uzavíraná se spotřebitelem. Z toho vyplývá, že se nejedná o žádný zvláštní smluvní typ, ale spotřebitelská smlouva je pouze legislativní zkratkou pro smlouvu uzavřenou se spotřebitelem. Spotřebitelská smlouva je tedy smlouva uzavřená mezi prodávajícím podnikatelem a spotřebitelem. Obligátní podmínky spotřebitelské smlouvy upravuje především § 1811 odst. 1 a 2 zákona č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník, ale také další paragrafy týkající se spotřebitelských smluv v rámci tohoto zákona. Mezi hlavní podmínky pro uzavření smlouvy se spotřebitelem patří především ověření totožnosti obou stran, přesné označení zboží či služby, cena za zboží či za službu, způsob platby a způsob plnění či dodání. Pokud se při výkladu smlouvy stane, že je nějaké ustanovení ve smlouvě možné vyložit dvěma či více způsoby, použije se v pochybnostech dle článku 5 směrnice Rady 93/13 EHS ten způsob výkladu, který je ke spotřebiteli nejvládnější. Využití tohoto článku potvrzuje uplatnění zásady ochrany slabší strany, která je zakotvena v českém právu a je vymezena v § 3 odst. 2 písm. c) zákona č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník. (Tintěra 2013, s. 64)

Mimo obligatorní podmínky, které musí smlouva uzavřená se spotřebitelem splňovat, aby mohla být platná, jsou ve spotřebitelské smlouvě uvedeny i **smluvní podmínky**. Nejvyšší soud však v rámci své rozhodovací činnosti došel k závěru, že mezi smluvní podmínky nepatří vymezení jednotlivých stran spotřebitelské smlouvy, ale že mezi dané smluvní podmínky patří vymezení příslušných práv a povinností, které budou všechny zúčastněné osoby na této konkrétní spotřebitelské smlouvě dále zavazovat. (rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 22. února 2011, sp. zn. 28 Cdo 2552/2011)

Názorným příkladem spotřebitelské smlouvy může být pojistná smlouva. Z rozsudku Nejvyššího soudu vyplývá, že pokud si příslušná osoba sjednala pojistnou smlouvu pro svou osobní obživu za předpokladu vzniku pojistné události, kterou může být například onemocnění či jiná příčina pracovní neschopnosti, jednala výše zmíněná osoba coby spotřebitel mimo oblast své podnikatelské činnosti. (rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 5. srpna 2008, sp. zn. 28 Cdo 864/2008)

## 2.4 Nekalá soutěž

Institut **nekalé soutěže** je upraven v § 2976 zákona č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník. Tento paragraf je dále rozdělen na dva odstavce.

V prvním odstavci se nachází generální klauzule, která stanoví obecné podmínky nekalé soutěže. Touto zákonem stanovenou základní podmínkou zakládající nekalou soutěž, je jednání, které je vedeno v rámci hospodářského styku, současně není v souladu s dobrými mravy hospodářské soutěže a zároveň může toto jednání způsobit nějakou újmu zákazníkům či dalším soutěžitelům. Všechny tyto výše zmíněné dílčí podmínky musí být však splněny současně, aby se dalo hovořit o naplnění institutu nekalé soutěže. Pokud tedy příslušné jednání bude způsobit nějakou újmu, ale současně nebude naplněna podmínka jednání v rámci hospodářského styku či nesouladu s dobrými mravy hospodářské soutěže, nebude toto konkrétní jednání označeno za nekalou soutěž. (Švestka, Dvořák & Fiala 2014, s. 1165-1166)

Na první odstavce navazuje odstavce druhý, který uvádí demonstrativní výčet nejobvyklejších případů, které lze označit za nekalou soutěž. Jak je uvedeno výše, v druhém odstavci se nachází pouze demonstrativní výčet, což znamená, že lze označit jako jednání v rámci nekalé soutěže i jiná jednání, která nejsou uvedena v tomto konkrétním odstavci. Mezi tyto výše zmíněné nejobvyklejší případy patří klamavá reklama (§ 2977), klamavé označování zboží a služeb (§ 2978), srovnávací reklama,

pokud není dovolena jako přípustná (§ 2980), vyvolání nebezpečí záměny (§ 2981), parazitování na pověsti závodu, výrobku či služeb jiného soutěžitele (§ 2982), podplácení (§ 2983), zlehčování (§ 2984), porušení obchodního tajemství (§ 2985), dotěrné obtěžování (§ 2986) nebo ohrožení zdraví či životního prostředí (§ 2987). Jednotlivé paragrafy zákona č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník, které jsou výše uvedeny v závorkách za konkrétními skutkovými podstatami, tyto podstaty dále rozvádějí. Detailnější vymezení těchto podstat je však tématem, které by vydalo na samostatnou bakalářskou práci, a proto se již tato bakalářská práce dalšímu podrobnějšímu popisu nebude nadále věnovat.

## 2.5 Agresivní obchodní praktika

**Agresivní obchodní praktiky** upravuje § 5b zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. Za agresivní obchodní praktiky můžeme považovat takové praktiky, které po přičtení všech skutečností ovlivňují obchodní rozhodnutí spotřebitele tím, že nepatřičně ovlivňují, obtěžují nebo spotřebitele k něčemu nutí. Agresivní obchodní praktiky jsou tímto zákonem zakázány, jelikož ovlivňují svobodné rozhodnutí spotřebitele. V § 5b odst. 2 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele jsou uvedeny výše zmíněné skutečnosti, ke kterým se při posuzování, zda se jedná o agresivní obchodní praktiku či nikoliv, přihlíží. Posuzuje se tedy zejména stupeň urážlivosti či výhružnosti, dále k době trvání, načasování a místu agresivní obchodní praktiky. Zkoumá se také, zda došlo ke zneužití nepříjemné okolnosti spotřebitele, zda nebylo spotřebiteli vyhrožováno nebo zda mu nebyly kladeny nepřiměřené překážky. (Česká národní banka 2019)

Konkrétní příklady agresivních obchodních praktik jsou uvedeny v Příloze č. 2 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. Agresivní obchodní praktiky jsou také názorně analyzovány v další části této bakalářské práce.

## 2.6 Klamavá obchodní praktika

Institut **klamavé obchodní praktiky** upravuje § 5 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. Klamavá obchodní praktika je taková praktika, která je schopna nepříznivě ovlivnit obchodní rozhodování spotřebitele na základě nepravdivě uvedených informací o výrobku či službě, čímž může dojít k uvedení spotřebitele v omyl. Mezi klamavé obchodní praktiky patří zejména uvedení lživých informací o výrobku či službě

nebo uvedení takových informací, které mohou průměrného spotřebitele zmást. Další takovou klamavou obchodní praktikou může být nepravdivě uvedená cena, zamlčení nutnosti oprav a servisu nebo zkreslení klíčových atributů výrobku nebo služby. (Chvalinová 2019)

Konkrétní příklady klamavých obchodních praktik jsou uvedeny v Příloze č. 1 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. Klamavé obchodní praktiky jsou také názorně analyzovány v další části této bakalářské práce.

## 3 Instituce sloužící k ochraně spotřebitele v ČR

Ochranou spotřebitele se zabývá mnoho různých institucí a organizací. Tyto instituce můžeme dělit na instituce Evropské unie, státní instituce a občanské instituce. Hlavním cílem těchto institucí je poskytovat pomoc spotřebitelům a chránit jejich práva zaručená příslušnými právními předpisy.

### 3.1 Instituce Evropské unie

Mezi instituce Evropské unie, které se zabývají ochranou spotřebitele, patří zejména příslušné orgány Evropské komise, Evropského parlamentu a Rady Evropské unie. Zvláštní institucí Evropské unie zabývající se ochranou spotřebitele je pak Evropské spotřebitelské centrum (ESC).

**Evropská komise** se dělí na mnoho částí. Ochranou spotřebitele se však zabývá *Generální ředitelství pro zdraví a bezpečnost potravin (SANTE)* a *Generální ředitelství pro spravedlnost a spotřebitele (JUST)*. Pod Evropskou komisi spadá také *Výkonná agentura pro spotřebitele, zdraví, veřejné zdraví, zemědělství a bezpečnost potravin (CHAFEA)*. (Evropská komise 2019) Zajímavostí je, že komisařkou pro spravedlnost, spotřebitele a rovnost pohlaví je česká politička Věra Jourová. (European Commission 2019)

V rámci **Evropského parlamentu** lze nalézt dva výbory, které se věnují politice ochrany spotřebitele. Těmito výbory jsou *Výbor pro životní prostředí, veřejné zdraví a bezpečnost potravin (ENVI)* a *Výbor pro vnitřní trh a ochranu spotřebitelů (IMCO)*. V obou výše zmíněných výborech má Česká republika své zástupce. (CDK 2018)

**Rada Evropské unie** je považována za celistvou instituci, avšak její uspořádání se mění s ohledem na předmět jednání. Pokud se má jednat o ochraně spotřebitele, zasedá *Rada pro zaměstnanost, sociální politiku, zdraví a ochranu spotřebitele (EPSCO)* nebo *Rada pro konkurenceschopnost (COMPET)*. (Evropská rada 2018)

**Evropské spotřebitelské centrum (ESC)** je zřízeno Českou obchodní inspekcí. Toto centrum má za úkol především poskytovat informace spotřebitelům o jejich právech a zcela zdarma zajišťovat právní pomoc v případě sporů mezi spotřebitelem a podnikatelem. Evropské spotřebitelské centrum také sjednává mimosoudní řešení nastalých sporů. (CDK 2018)

## 3.2 Státní organizace a instituce

Mezi státní organizace a instituce zabývající se ochranou spotřebitele patří jednoznačně Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky. Dalšími státními organizacemi a institucemi mohou být například instituce jako Česká obchodní inspekce, Státní zemědělská a potravinářská inspekce, Státní veterinární správa nebo Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. Tyto všechny výše zmíněné státní instituce a organizace slouží především pro státní dohled nad dodržováním práv spotřebitelů na území České republiky. Tyto instituce a organizace se také mimo jiné podílejí na tvorbě platné právní úpravy, která se zabývá ochranou spotřebitele.

### 3.2.1 Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky

**Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky** je ústředním orgánem státní správy. Do resortu tohoto ministerstva patří **spravování obchodní, průmyslové a energetické politiky** v rámci Evropské unie. Dalšími oblastmi, kterými se příslušné ministerstvo zabývá, je například **ochrana spotřebitele v souvislosti s evropskou politikou ochrany spotřebitele, podpora malých a středních podniků nebo využívání evropských fondů pro průmyslové výzkumy a vývoje**. Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky má dále za úkol například **připravovat legislativu**, do které implementuje příslušné směrnice Evropské unie, **sjednávat obchodní dohody s jinými státy** v rámci zahraniční politiky České republiky nebo **vzájemně spolupracovat s dalšími mezinárodními organizacemi** z oblasti obchodu a průmyslu. Do působnosti Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky spadá mimo jiné Česká obchodní inspekce, Státní energetická inspekce nebo Český úřad pro zkoušení zbraní a střeliva. (Ministerstvo průmyslu a obchodu 2016)

V rámci Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky funguje Odbor ochrany spotřebitele, který je určen především k naplňování Priorit spotřebitelské politiky. Mezi tyto priority patří například činnost v oblasti legislativy a větší posílení vymáhání práva, ochrana spotřebitele, dohled nad trhem a bezpečnost výrobků. Odbor ochrany spotřebitele Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky se v rámci naplňování priorit spotřebitelské politiky věnuje prohlubování vzájemné spolupráce s dalšími spotřebitelskými organizacemi a dále se také věnuje náležitě informovanosti a vzdělávání spotřebitelů. (Ministerstvo průmyslu a obchodu 2019b)

### 3.2.2 Česká obchodní inspekce

**Česká obchodní inspekce** vznikla na základě přijetí **zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci**, čímž došlo k nahrazení dosavadní Státní obchodní inspekce. Česká obchodní inspekce je tedy kontrolní orgán státní správy, který v současnosti spadá pod Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky. Tento podřízený vztah České obchodní inspekce vůči Ministerstvu průmyslu a obchodu České republiky se projevuje mimo jiné tím, že ústředního ředitele České obchodní inspekce jmenuje na základě zákona č. 234/2014 Sb., o státní službě ministr průmyslu a obchodu. Česká obchodní inspekce, jakožto kontrolní orgán státní správy, **má za úkol dohlížet na osoby, které se účastní obchodu na trhu**. Mezi aktivity, kterými se Česká obchodní inspekce zabývá, patří uvádění či dodávání výrobku na trh, případně prodej či nabídka zboží a služeb. Tento dozor vykonává na základě zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci nebo v rámci působnosti stanovené zvláštním právním předpisem. Mezi tyto zvláštní předpisy můžeme zařadit například zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků, zákon č. 201/2012 Sb., o ochraně ovzduší nebo zákon č. 370/2017 Sb., o platebním styku. Česká obchodní inspekce však není určena ke kontrole kvality potravinářských výrobků. Tato kontrola totiž náleží do kompetence Státní zemědělské a potravinářské inspekce. Oprávněním kontrolovat zdravotní nezávadnost potravin, které jsou živočišného původu, disponuje Státní veterinární správa České republiky. (Česká obchodní inspekce 2019)

Z § 1 odst. 3 zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci jasně vyplývá, že Česká obchodní inspekce je rozdělena na ústřední inspektorát a územní inspektoráty, které jsou podřízeny ústřednímu inspektorátu. Výše zmíněný paragraf také obsahuje konkrétní rozdělení. Pro Hlavní město Prahu a Středočeský kraj je příslušný inspektorát v Praze, pro Kraj Vysočina a Jihočeský kraj je určen inspektorát v Českých Budějovicích, pro Karlovarský a Plzeňský kraj je zajištěn inspektorát v Plzni, pro Pardubický a Královehradecký kraj je kompetentní inspektorát v Hradci Králové, pro Zlínský a Jihomoravský kraj je zařízen inspektorát v Brně a v rámci Moravskoslezského a Olomouckého kraje je stanoven inspektorát sídlící v Ostravě. (§1 odst. 3 zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci)

Česká obchodní inspekce může v případě, že v rámci své kontrolní činnosti odhalí porušování zákonů České republiky, na základě kterých disponuje **kontrolní pravomocí, udělit sankci** ve správním řízení. Sankce můžeme obecně rozdělit na peněžité tresty



a ochranná opatření. V rámci peněžitých trestů, které jsou častější než ochranná opatření, může Česká obchodní inspekce udělit tomuto trestanému subjektu pokutu až do výše 50 milionů korun. Pokud však osoba, která byla obviněna z porušování příslušných zákonů České republiky, souhlasí s vyřešením tohoto porušení zákona na místě, může být této osobě uložena pokuta až do výše 10 tisíc korun. Nejčastějším ochranným opatřením je pak uložení zákazu prodeje rizikových výrobků, což má za následek stažení těchto výrobků z trhu. (Česká obchodní inspekce 2019)

### 3.2.3 Státní zemědělská a potravinářská inspekce

**Státní zemědělská a potravinářská inspekce** je kontrolní orgán státu vykonávající státní dozor, který je podřízen Ministerstvu zemědělství České republiky. Státní zemědělská a potravinářská inspekce byla zřízena na základě přijetí **zákona č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci**. Sídlem této instituce je Brno. V § 1 odst. 2 je pak uvedené, že se Státní zemědělská a potravinářská inspekce dělí na ústřední inspektorát a další podřízené i inspektoráty. Podřízené inspektoráty jsou pak rozdělené tak, že pro Hlavní město Prahu a Středočeský kraj je určen inspektorát v Praze, v Kraji Vysočina a v Jihočeském kraji je příslušný inspektorát v Táboře, Karlovarský kraj a Plzeňský kraj mají inspektorát v Plzni, kontrolu v Libereckém a Ústeckém kraji vykonává inspektorát v Ústí nad Labem, Pardubický a Královehradecký kraj má zajištěn inspektorát v Hradci Králové, Zlínský a Jihomoravský kraj spravuje inspektorát v Brně a inspektorát v Olomouci má na starost Moravskoslezský a Olomoucký kraj. (§ 1 odst. 2 zákona č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci)

Hlavní náplní činnosti Státní zemědělské a potravinářské inspekce je **dozor nad jakostí, bezpečností a správným označováním potravin, zemědělských a tabákových výrobků**. Od roku 2015 přibyla k výše uvedeným příkladům do kompetence Státní zemědělské a potravinářské inspekce také **kontrola reklamy a pokrmů v institucích, které zajišťují společné stravování**. Cílem těchto uvedených kontrol je ochrana spotřebitele v oblasti potravin. Jedná se především o výrobu a prodej potravin, klamavě označené potraviny, závadné potraviny, prošlé potraviny nebo potraviny neznámého původu. Pravomoci k výše zmíněným kontrolám zajišťují Státní zemědělské a potravinářské inspekci příslušné právní předpisy, mezi které patří například zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci nebo zákon

č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích. (Státní zemědělská a potravinářská inspekce 2018)

Státní zemědělská a potravinářská inspekce je také kontrolním úřadem, který je **zapojen do Systému rychlého varování pro potraviny a krmiva**. Tento systém propojuje obdobné orgány v rámci celé Evropské unie a je určen k pohotovému informování o přítomnosti závadných potravin či krmiv na trhu v jakémkoliv členském státě Evropské unie. (Ministerstvo zemědělství 2019a)

### 3.2.4 Státní veterinární správa

**Státní veterinární správa** je organizací, která vznikla na základě přijetí **zákona č. 166/1999 Sb., Veterinární zákon**. Jedná se o nejvyšší orgán veterinární správy, který má působnost po celém území České republiky. V současnosti je Státní veterinární správa správním úřadem, který spadá do působnosti Ministerstva zemědělství České republiky. (Ministerstvo zemědělství 2019b)

Státní veterinární správa se dále dělí na Ústřední veterinární správu a jednotlivé krajské veterinární správy. V případě Hlavního města Prahy je pak příslušná Městská veterinární správa v Praze. Státní veterinární správa má své sídlo v Praze a řídí ji ústřední ředitel, kterým je v současnosti MVDr. Zbyněk Semerád. Ústřední ředitel je také odpovědný za organizaci a kontrolu působení Státní veterinární správy. Státní veterinární správa jedná svým vlastním jménem v případech, kdy činí úkony jako správní úřad. Pokud však činí úkony jako organizační složka státu, zastupuje stát jeho jménem. Státní veterinární správa má svou působnost stanovenou především zákonem č. 166/1999 Sb., Veterinární zákon. Její působnost je však vymezena ještě celou řadou dalších právních předpisů. Mezi tyto výše zmíněné právní předpisy patří právní předpisy České republiky i právní předpisy pocházející z Evropské unie. Příkladem těchto zvláštních právních předpisů mohou být v případě zákonů České republiky zákony č. 378/2007 Sb., o léčivech nebo č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. Jako příklady předpisů pocházejících z Evropské unie mohou uvést Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 178/2002 ze dne 28. ledna 2002, kterým se stanoví obecné zásady a požadavky potravinového práva, zřizuje se Evropský úřad pro bezpečnost potravin a stanoví postupy týkající se bezpečnosti potravin, Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 853/2004, kterým se stanoví zvláštní hygienická pravidla pro potraviny živočišného původu nebo Nařízení Komise (ES) č. 136/2004 ze dne 22. ledna 2004, kterým se stanoví postupy veterinárních

kontrol produktů dovážených ze třetích zemí na stanovištích hraniční kontroly Společenství. (Státní veterinární správa 2019)

Státní veterinární správa má za úkol **dozor nad chovem hospodářských zvířat a dohled nad kvalitou masa a živočišných výrobků**. Státní veterinární správa také **dohlíží na zdravotní nezávadnost, správné označení a hygienickou výrobu živočišných výrobků**. (dTest 2019a)

### 3.2.5 Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

**Úřad pro ochranu hospodářské soutěže** vznikl na základě přijetí zákona č. 273/1996 Sb., o působnosti Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, který stanoví, že Úřad pro ochranu hospodářské soutěže je ústředním orgánem státní správy, jehož sídlo se nachází v Brně. Do působnosti tohoto úřadu spadá především **podpora hospodářské soutěže a ochrana před jejím zakázaným omezováním**. Cílem Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže je **zabezpečit správné fungování trhu** tak, aby vše probíhalo v rámci stanovených pravidel hospodářské soutěže, což přináší užitek především spotřebitelům. Aby bylo tohoto cíle dosaženo, Úřad pro ochranu hospodářské soutěže **dohlíží na dodržování soutěžního práva a postihuje porušování pravidel hospodářské soutěže**. Zároveň však v případě, že příslušné porušení pravidel nezpůsobilo nebezpečný následek, může tuto nelegální činnost napravit sama příslušná osoba. V rámci své činnosti dohlíží Úřad pro ochranu hospodářské soutěže také na případné **zneužívání významné tržní síly nebo na transparentnost při zadávání veřejných zakázek a koncesí** (Úřad pro ochranu hospodářské soutěže 2019a)

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže vede jeho předseda, který je jmenován prezidentem České republiky na příslušný návrh vlády. V současnosti je předsedou Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže Ing. Petr Rafaj. (Úřad pro ochranu hospodářské soutěže 2019b)

### 3.2.6 Ostatní státní organizace a instituce

Mezi další státní organizace a instituce, které se v rámci své činnosti zabývají ochranou spotřebitele, patří například Puncovní úřad, Státní energetická inspekce, Česká plemenářská inspekce, Český úřad pro zkoušení zbraní a střeliva, Úřad pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví, Hygienické stanice, Státní ústav pro

kontrolu léčiv, Živnostenské úřady, Česká inspekce životního prostředí nebo Úřad pro ochranu osobních údajů.

### 3.3 Občanské organizace a instituce

Občanské organizace a instituce jsou většinou neziskovými organizacemi, které jsou založeny fyzickými osobami. Tyto organizace a instituce mají za úkol dohled nad dodržováním práv spotřebitelů. Také se zabývají ochranou práv spotřebitelů, což činí většinou na základě bezplatné právní pomoci. Mezi časté činnosti občanských organizací a institucí patří i vzdělávání spotřebitelů pomocí různých školení a besed. Důležité informace pro spotřebitele jsou také dostupné na webových stránkách občanských organizací.

#### 3.3.1 Sdružení obrany spotřebitelů

**Sdružení obrany spotřebitelů - Asociace, z. s.** je občanská nezisková organizace na ochranu spotřebitele. Toto sdružení poskytuje bezplatné poradenství pro spotřebitele. Sídlem tohoto sdružení je Brno. Centrum v Brně je určeno především pro osobní pomoc v Jihomoravském kraji. Zároveň však můžeme využít bezplatná centra pro osobní pomoc v dalších krajích. Jedním z těchto míst je i Hlavní město Praha. Centra v Táboře a Českých Budějovicích jsou určena pro Jihočeský kraj. Kraj Vysočina disponuje taktéž dvěma centry, a to v Jihlavě a Bystřici nad Pernštejnem. Zlínský kraj má pouze jedno centrum, které sídlí ve Zlíně. V Moravskoslezském kraji se nachází jedno centrum v Ostravě a jedno centrum v Novém Jičíně. V Olomouci a v Prostějově jsou centra určená pro Olomoucký kraj. V Královéhradeckém kraji se nacházejí centra v Hradci Králové a v Albrechticích nad Orlicí. Posledním centrem je centrum v Plzni pro Plzeňský kraj. (Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace 2019a)

Hlavní náplní Sdružení obrany spotřebitelů je **poskytování bezplatného poradenství pro spotřebitele**. Dále také toto sdružení **pořádá různé semináře a besedy pro lepší informovanost spotřebitelů**. Lepší obeznámenost se současnými problémy v oblasti ochrany spotřebitele podporuje Sdružení obrany spotřebitelů také pomocí dalších informačních materiálů, mezi které patří například letáky nebo informace na webových stránkách. Nesmírně důležitou prací také toto sdružení odvádí v legislativní oblasti, protože **se účastní procesu tvorby nové legislativy** týkající se spotřebitele. Mezi poslední projekty, na kterých Sdružení obrany spotřebitelů pomocí dotací pracovalo, patří

například Spotřebitelské minimum pro děti a mládež, Prevence a výchova spotřebitelů i podnikatelů nebo projekt Pacient - spotřebitel. (Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace 2019b)

### 3.3.2 Organizace dTest

Spotřebitelská organizace **dTest** je neziskovou organizací, která navázala na původní Občanské sdružení spotřebitelů TEST, založené Idou Rozovou. Občanské sdružení spotřebitelů TEST bylo již v roce 1992 aktivní ve své činnosti v rámci ochrany spotřebitele. Nyní je nezisková organizace dTest **vydavatelem stejnojmenného časopisu**. V rámci kontrolní činnosti, kterou provádí organizace dTest, bylo podrobně testováno přes 16 tisíc výrobků. Avšak dTest již není pouhý časopis. V současnosti se dTest věnuje i **kompletní pomoci v oblasti ochrany spotřebitele**. Tuto pomoc poskytuje nejen vydáváním časopisu dTest, ale i na svých webových stránkách, v brožurách a také na bezplatné telefonní poradenské lince. Nezisková organizace dTest také pomáhá spotřebitelům tím, že **upozorňuje kontrolní orgány**, jako je například Česká obchodní inspekce, **na protizákonné chování podnikatelů**. Dále také organizace dTest **předkládá své připomínky k případným legislativním změnám**. Financování chodu této neziskové organizace je prováděno především od předplatitelů časopisu dTest, dále také díky mezinárodní součinnosti a kooperaci s dalšími organizacemi. Nemalou část finančního rozpočtu organizace dTest také tvoří dotace. Díky výše zmíněným způsobům financování může být časopis dTest bez reklam, což posiluje jeho naprostou nezávislost na jakékoli jiné organizaci. (dTest 2019b)

### 3.3.3 Další občanské organizace a instituce

Dalšími občanskými organizacemi nebo institucemi, které se zabývají ochranou spotřebitele, patří například Asociace občanských poraden, nezisková organizace GLE a dále organizace Generation Europe, která je členskou organizací mezinárodní sítě PERL.

## 4 Konkrétní příklady porušování práv spotřebitelů

Čtvrtá kapitola této bakalářské práce je věnována nejznámějším příkladům porušování práv spotřebitelů. Jedná se o problémy s dvojí kvalitou výrobků v rámci EU a aféru Dieseltgate.

### 4.1 Dvojí kvalita výrobků

Dvojí kvalita výrobků je velice známým a dlouhodobým problémem na společném trhu Evropské unie. Nejzásadnějším a nejdiskutovanějším tématem je však **dvojí kvalita v rámci potravin**. Tomuto problému se věnovala například nezisková organizace dTest v rámci svých nezávislých testů. Další, kdo upozornil na dvojí kvalitu potravin, byl Jan Tuna z pořadu A DOST! na internetové televizi Stream.cz. (Seznam.cz 2017) Dvojí kvalitou potravin se také musela zabývat Evropská komise, jelikož tlak veřejnosti na řešení tohoto problému byl již značný. Nejvíce jsou tímto problémem zatěžováni spotřebitelé ze střední a východní Evropy, jelikož bylo nezávislými testy jednoznačně prokázáno, že výrobci prodávají své výrobky pod stejnými značkami v horší kvalitě ve střední a východní Evropě než v západní Evropě. Horší kvalita se odráží především v nižším obsahu klíčových surovin, jako je kakao v čokoládových výrobcích nebo maso v masných výrobcích. Tento nižší obsah důležitých surovin je pak nahrazován pro zlepšení a zvýraznění chuti různými náhražkami. Výrobci se však schovávají za tvrzení, že svoje výrobky pouze upravují na základě preferencí konečných zákazníků. Evropská komise proto zveřejnila Oznámení Komise o uplatňování právních předpisů EU v oblasti potravin a ochrany spotřebitele v případech dvojí kvality výrobků - konkrétní případ potravin, které má číslo 2017/C 327/01. (Rámeš & Marečková 2018)

Časopis dTest srovnával výrobky z České republiky, Rakouska a Německa. V nezávislých testech bylo prokázáno, že výrobky určené pro Českou republiku obsahují většinou méně podstatných surovin, kterými jsou především ovoce a maso. Naopak výrobky z řetězců v České republice obsahují více náhražek. Detailní výsledky se nachází na stránkách dTest.cz. (Rozdílná kvalita potravin v EU 2016)

Vyvstává ovšem otázka, jak tento konkrétní problém řešit. Lidé z příhraničních oblastí se toto snaží řešit tím, že jezdí často nakupovat do obchodních řetězců v Německu nebo v Rakousku. Ovšem takovéto nákupy si nemůže dovolit každý spotřebitel v České republice. Mnoho odborníků v tomto případě však radí nekupovat tyto nekvalitní

potraviny a raději hledat potraviny kvalitnější. Kvalitnější potraviny se dají najít i v současných českých obchodních řetězcích nebo u lokálních prodejců. Pokud totiž spotřebitelé přestanou kupovat méně kvalitní výrobky, bude muset zákonitě výrobce zvýšit jejich kvalitu. Současná nabídka obchodních řetězců tedy pouze odráží aktuální poptávku spotřebitelů, kteří zatím stále preferují nižší cenu výrobků na úkor vyšší kvality výrobků. Rada spotřebitelům je tedy taková, aby přestali kupovat levnější a méně kvalitnější potraviny, čímž se vytvoří velký tlak na výrobce, kteří budou muset zvýšit kvalitu svých výrobků. Protože stále platí, že co ušetří spotřebitelé na levnějších potravinách, to následně mohou ztratit na výdajích způsobených zdravotními komplikacemi, které mohou nastat na základě konzumace levných nekvalitních potravin a náhražek.

## 4.2 Aféra Dieselgate

**Aféra Dieselgate** je pravděpodobně největší aférou, která se v automobilovém průmyslu kdy stala. Na porušování pravidel týkajících se emisních norem koncernem Volkswagen poprvé upozornily příslušné úřady v Kalifornii. Tyto úřady během své kontrolní činnosti zjistily, že koncern Volkswagen instaluje do řídicích jednotek svých motorů speciální software, který má za úkol snižovat produkované emise během testů. V rámci koncernu Volkswagen se tato aféra vztahovala na přibližně 11 milionů motorů, které byly namontovány nejen do vozů značky Volkswagen, ale také do vozů značky Škoda, vozů značky Audi a vozů značky Seat. (CZECH NEWS CENTER 2019)

Výše zmíněný speciální software dokázal identifikovat, že příslušný automobil je právě testován v rámci testů na emisní normy a současně tento software zvládl změnit nastavení motoru do odlišného systému. Během tohoto zvláštního nastavení motoru byly odpojeny či omezeny různé činnosti a funkce motoru, což mělo za následek reálné snížení emisí, které motor vytvářel během normálního provozu. Díky tomuto speciálnímu softwaru byl dieselový motor schopen v průběhu laboratorních testů splňovat velice přísné, skoro až nereálné, emisní limity stanovené příslušnými normami. (DieselGate 2019)

Aféra Dieselgate odstartovala velké množství soudů. Přibližně 300 000 žalob je proti koncernu Volkswagen podáno jen v Německu. V USA pak koncern Volkswagen poskytuje spotřebitelům možnost opravy příslušného automobilu nebo jeho zpětný odkup. Výše odškodného se v USA pohybuje od 5 100 až do 10 000 dolarů. Společnost

Safe Diesel, která se aféře Dieselgate věnuje na českém trhu, nabízí zastupování spotřebitelů v České republice a současně tato společnost nabízí poškozeným spotřebitelům, že se bude domáhat soudním řízením po koncernu Volkswagen odškodnění ve výši 220 000 Kč. Na stránkách společnosti Safe Diesel je také možné velice rychle dohledat, jakých konkrétních modelů příslušných značek automobilů se aféra Dieselgate týká. (Safe Diesel 2019)

Koncern Volkswagen se k vypuknutí aféry postavil odhodlaně. Pokuty, které mu byly vyměřeny zaplatil a je připraven a ochoten spotřebitelům uhradit odškodnění. Koncern Volkswagen tak přijal plnou odpovědnost za aféru Dieselgate. Pokuty a další tresty, jako například odnětí svobody, padly i na vrcholné manažery tohoto koncernu. Například manažer Oliver Schmidt byl odsouzen k výkonu trestu odnětí svobody na sedm let, což je horní hranice, kterou mohl dostat za podíl na podvodu. Odškodnění po koncernu Volkswagen požadují také akcionáři této společnosti, jelikož na základě aféry Dieselgate došlo k propadu hodnoty akcií na burzách. Je však zajímavé, že tato aféra nijak zásadně neovlivnila prodeje automobilů pocházejících z koncernu Volkswagen. (MAFRA 2018)

Dle rozhovoru právníka Davida Kuboně pro pořad DVTV **lze porušení práv spotřebitelů sledovat ve více rovinách**. V první řadě se jedná o omezení vyplývající z dodatečného odinstalování výše zmíněného softwaru nebo jeho fyzické odstranění. S tím také souvisí omezení užívání daného automobilu po dobu odstraňování speciálního softwaru. Další rovinou může být pokles ceny tohoto vozidla na základě aféry Dieselgate. Někteří spotřebitelé, kteří by v budoucnu chtěli ojetý automobil prodat, by mohli být následně poškozeni právě na základě této aféry, jelikož by mohlo dojít ke snížení zájmu o koupi těchto automobilů. Poslední rovinou by pak mohlo být porušení práv spotřebitele v rámci obelhání spotřebitelů, kteří si vybrali konkrétní automobil právě na základě lživých informací o produkovaných emisích. Koncern Volkswagen podle Davida Kuboně použil tento software pro marketingovou kampaň, kterou chtěl docílit oslovení spotřebitelů dbajících na životní prostředí. Tito spotřebitelé pak věřili, že kupují automobil, který je postaven na základě společenské odpovědnosti koncernu Volkswagen. (Economia 2015)



Zajímavostí je, že aféra Dieseldate se pravděpodobně dočká i filmového zpracování, jelikož aféru Dieseldate chce zpracovat americký herec a producent Leonardo DiCaprio.<sup>1</sup>

Na závěr této podkapitoly lze ještě zmínit, že koncern Volkswagen aktuálně čelí dalšímu podezření ze strany Evropské komise. Toto podezření Evropské komise by se mělo týkat porušení antimonopolních pravidel Evropské unie. Porušení antimonopolních pravidel Evropské unie mělo spočívat podle Evropské komise v tajném ujednání, které mělo být dohodnuto mezi společnostmi Volkswagen, BMW a Daimler. Podle této dohody se měly výše zmíněné společnosti věnující se výrobě automobilů domluvit na omezení vyvíjení nových nástrojů a prostředků na čištění emisí v letech 2006 až 2014, které vyprodukují benzínové a naftové motory v automobilech. Tímto ujednáním mělo dojít dle prohlášení Evropské komise ke zkrácení práva spotřebitelů na koupi automobilů, které by disponovaly nejnovější dosažitelnou technologií. (Borgis 2019)

---

<sup>1</sup> Americký herec a producent Leonardo DiCaprio chce na základě knihy *Faster, Higher, Farther - The Volkswagen Scandal*, jejímž autorem je spisovatel Jack Ewing, natočit film. Leonardo DiCaprio je známý mimo jiné také tím, že je dlouhodobě velkým ekologickým aktivistou. Svůj čas i své peníze tento herec věnuje do mnoha ekologických projektů, které mají za cíl zlepšit životní prostředí. Je tedy možné, že bude v budoucnu zpracován film, který se bude aféře Dieseldate podrobně věnovat. Informační hodnota tohoto plánovaného filmového snímku bude záviset na tom, zda se bude jednat o dokumentární film, jako byl například film *11. hodina* produkovaný Leonardem DiCapriem, nebo zda bude tento film spíše pojat jako celovečerní film, kterým byl například *Vlk z Wall Street*, kde si tento herec zahrál hlavní roli. (MAFRA 2019)

## 5 Postup státních orgánů v konkrétních případech

Tato část je věnovaná analyzování konkrétních případů, které se týkají porušování práv spotřebitelů. Dále je také uvedeno, jak by v těchto případech porušování práv spotřebitelů mohl a měl příslušný státní orgán postupovat a rozhodovat. Mezi tyto státní orgány patří například Česká obchodní inspekce, Státní zemědělská a potravinářská inspekce nebo Ministerstvo průmyslu a obchodu. Tyto příklady vycházejí z pravomocných rozhodnutí různých soudů, kterými jsou Nejvyšší správní soudu České republiky, Soudní dvůr Evropské unie a krajské soudy. Jeden příklad pochází také z rozhodnutí Nejvyššího soudního dvora Rakouska. Příslušné příklady jsou anonymizovány a subjekty soudního řízení jsou označovány obecnými pojmy.

### 5.1 Neodpovídající stav tachometru u automobilu

Společnost, která se zabývá prodejem ojetých automobilů, inzerovala u prodávajícího automobilu na informačních tabulkách, v protokole o zkušební jízdě a v protokole o předání vozidla, že stav tachometru v příslušném automobilu byl cca 86 000 km. Informaci o stavu tachometru doplnila příslušná společnost o výslovné sdělení, že skutečný počet ujetých kilometrů tímto vozidlem souhlasí se stavem tachometru. Později však bylo prokazatelně zjištěno, že vozidlo ujelo minimálně 173 000 km. Z tohoto důvodu kupující spotřebitel vrátil automobil prodejci. Společnost se následně snažila vrácené vozidlo znovu prodat. Přes výše zmíněné prokázání neshody stavu tachometru se skutečným stavem ujetých kilometrů uváděla společnost v dalším inzerátu, že tento automobil má pouze 92 000 najetých kilometrů. Znovu byla informace o stavu tachometru doplněna o sdělení, že v jejich společnosti si mohou být zákazníci vždy jisti, že uváděný stav tachometru odpovídá reálně ujetým kilometrům. Zároveň prodávající společnost zařadila zmiňovaný automobil do interní skupiny B. Do této skupiny však spadají automobily, které mají mít najeto od 40 000 do 100 000 kilometrů.

Příslušné státní orgány ve výše zmíněném příkladu dospěly k závěru, že uvedenou činností prodávající společnosti **došlo k porušení práv spotřebitele tím, že tato činnost byla označena za nekalou obchodní praktiku**. Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele totiž zakazuje užívání nekalých obchodních praktik, zejména pak užívání klamavých a agresivních obchodních praktik. Mezi tyto zakázané obchodní praktiky může spadat i nabídka či prodej zboží, u kterého je uveden nepravdivý údaj. Prodávající

společnost na svou obranu uváděla, že se snažila v rámci svých možností zkontrolovat počet skutečně ujetých kilometrů u soukromé evidenční společnosti. Na tuto databázi se však nelze zcela a bez výhrad spolehnout, jelikož sama výše zmíněná evidenční společnost uvádí, že pravdivost zjištěných údajů je pouze omezená. Příslušné jednání prodávající společnosti lze tedy jednoznačně charakterizovat jako nekalou obchodní praktiku, jelikož tvrzení o skoro polovičním počtu skutečně ujetých kilometrů je samo o sobě rozhodující skutečností, která má bezesporu výrazný vliv na rozhodování spotřebitele, zda si takový automobil koupí či nikoliv. Bylo tedy rozhodnuto, že odpovědnosti za podobnou nekalou obchodní praktiku, která spočívá v nesprávném uvedení počtu ujetých kilometrů, se nelze zbavit ani příslušnou kontrolou v databázi uváděné soukromé evidenční společnosti. Na základě všech výše zmíněných skutečností byl prodávající společnosti uložen Českou obchodní inspekcí trest ve formě pokuty ve výši 100 000 Kč.

Pokud se spotřebitel domnívá, že byl zkrácen na svých spotřebitelských právech v případě neodpovídajícího stavu tachometru u automobilu, může se tento spotřebitel obrátit na příslušný krajský inspektorát České obchodní inspekce, který celou věc projedná.

## 5.2 Odpovědnost za prodávané zboží

Společnost, která ve své nabídce prodávaných automobilů nabízela k prodeji konkrétní automobil, uváděla v příslušném inzerátu, že stav tachometru odpovídá skutečnosti. Informaci o stavu tachometru, který ukazoval hodnotu přibližně 193 000 najetých kilometrů, potvrzovala prodávající společnost i během osobního jednání. Současně také tato společnost deklarovala, že automobil nebyl nikdy v minulosti nijak havarovaný. Z historie oprav automobilu však bylo následně zjištěno, že bylo vozidlo opravováno naposledy rok před nabídkou prodeje tohoto automobilu. Na základě fotodokumentace a následného znaleckého posudku bylo zjištěno, že uvedený automobil byl havarovaný. Navíc v době výše zmíněné opravy měl mít tento automobil dle zjištěných informací najeto přibližně 341 000 km.

Prodávající společnost se však hájila tím, že není vlastníkem vozidla a nemůže tedy nést odpovědnost za všechny tyto výše zjištěné skutečnosti. Je však nutno uvést, že ve smyslu zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele se rozumí prodávajícím podnikatelem ten, který spotřebiteli nabízí a prodává výrobky nebo poskytuje příslušné

služby. Dále je také zákonem upraveno, že výrobce, prodávající a další obdobné subjekty se dopustí protiprávního jednání, když jedná v rámci nekalých obchodních praktik. Jak již bylo uvedeno výše u případu Neodpovídající stav tachometru u automobilu, za nekalé obchodní praktiky lze považovat zejména klamavé či agresivní obchodní praktiky, přičemž za klamavou obchodní praktiku označujeme i uvedení nepravdivého údaje o prodávaném výrobku či nabízené službě. Dále je podstatné zmínit, že **odpovědnost za uvedené nekalé obchodní jednání nese prodávající společnost**, bez ohledu na osobu vlastníka automobilu, protože dle smyslu příslušného zákona je zcela nepodstatnou skutečností, kdo je faktickým vlastníkem prodávajícího vozidla, které je nabízeno spotřebitelům. Tento konkrétní případ byl vyřešen tak, že prodávající společnost byla potrestána trestem ve formě pokuty ve výši 240 000 Kč, kterou společnosti uložila Česká obchodní inspekce.

V případě, že má spotřebitel podezření na porušení jeho práv, může kontaktovat příslušný krajský inspektorát České obchodní inspekce, který příslušné podezření prošetří.

### 5.3 Nesprávná míra nápoje

Kupující spotřebitel si u prodávající osoby objednal v restauračním zařízení jednu porci alkoholického nápoje, který měl v příslušném nápojovém a vinném lístku uvedeno, že jedna porce obsahuje 0,04 litru tohoto alkoholického nápoje. Spotřebitel však nebyl spokojen s množstvím alkoholického nápoje, který mu byl prodávající osobou donesen. Proto požádal prodávající osobu o možnost provést kontrolu objemu alkoholického nápoje za použití příslušného měřidla od prodávající osoby. Tato možnost však spotřebiteli nebyla prodávající osobou umožněna s konstatováním, že takové měřidlo prodávající osoba nemá. Spotřebiteli bylo nabídnuto přeměřit objem alkoholického nápoje ve sklenici o objemu 0,05 litru. Dále prodávající osoba spotřebiteli uvedla, že je v případě, kdy je spotřebitel nespokojen s danou mírou, věci tohoto spotřebitele, aby si příslušné měřidlo sám obstaral.

V souladu s platnou právní úpravou, kterou v tomto případě reprezentuje především zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, je však jednou ze základních povinností prodávajícího prodávat výrobky ve správné míře, hmotnosti či objemu, a je proto povinen tuto deklarovanou míru nějakým způsobem změřit a prokázat. Současně je obecně známou skutečností, že **má spotřebitel právo si překontrolovat, zda podané**

**množství alkoholického nápoje odpovídá deklarovanému objemu této lihoviny na nápojovém lístku.** Je proto na prodávající osobě, aby měla vhodné měřidlo vždy k dispozici a mohla tak spotřebiteli umožnit využít toto měřidlo. Z povinnosti prodávající osoby prodávat výrobky ve správné hmotnosti, míře či množství vyplývá, že má současně povinnost být fakticky schopen tyto deklarované míry změřit. Pokud tedy prodávající osoba deklaruje na svém nápojovém a vinném lístku nabídku alkoholických nápojů v objemu 0,04 litru, musí být schopen příslušným měřidlem uvedené množství změřit a prokázat. **Nelze tedy objektivně požadovat po kupujícím spotřebiteli, aby si nosil vlastní míry či váhy k případné reklamaci.** Bylo tedy v rámci tohoto případu konstatováno, že v rámci práva spotřebitele na příslušnou kontrolu množství, hmotnosti či míry kupovaného výrobku je zahrnuto i právo spotřebitele provést kontrolu uváděné míry za použití měřidla prodávající osoby. Česká obchodní inspekce tedy v tomto konkrétním případě rozhodla tak, že zmíněná prodávající osoba musela uhradit pokutu ve výši 2 000 Kč.

Na nesprávnou míru nápoje může spotřebitel, který je tímto jednáním poškozen na svých právech, upozornit příslušný krajský inspektorát České obchodní inspekce. Krajský inspektorát následně rozhodne, zda došlo k porušení práva spotřebitele nebo nikoliv.

## 5.4 Nabídka zájezdu

Cestovní agentura nabízela spotřebitelům zájezd na gastronomickou akci a v pozvánce uváděla, že cena tohoto zájezdu činí 49 Kč. Cena zájezdu měla být zaplacená u řidiče v autobuse. Zároveň bylo na pozvánce uvedeno, že na gastronomické akci bude vylosována tombola, která se losuje přímo během této akce každý den. Dvě spotřebitelky v důchodovém věku se rozhodly, že tuto pozvánku přijmou a že se gastronomické akce zúčastní. Tyto spotřebitelky tedy zaplatily u řidiče autobusu cestovní agentury zájezd jednou bankovkou v hodnotě 100 Kč. Řidič však uvedl, že nemá na vrácení částku 2 Kč, a proto jim nemůže vrátit tuto částku zpět. Současně jim řidič nevystavil ani žádný doklad o úhradě ceny zájezdu. Následně však během této pořádané gastronomické akce sdělil obchodní zástupce cestovní agentury, že deklarovaná tombola nebude na pódiu během této gastronomické akce losována. Dále tento obchodní zástupce však dodal, že kdo by měl přesto zájem o zboží, které mělo být součástí tomboly, může

si po zakoupení zboží v minimální výši 15 000 Kč vybrat nějaké zboží z původně plánované tomboly.

Z nabízené pozvánky tedy nezpochybnitelně vyplývalo, že v ceně tohoto zájezdu je i losování tomboly. Tato nabídka tomboly uvedená na pozvánce mohla zcela jistě být **způsobila ovlivnit chování spotřebitele** při nákupu tohoto zájezdu. Možnost získat určité výrobky zdarma v rámci losování tomboly totiž může velmi závažně ovlivnit rozhodování spotřebitele o tom, zda se daného zájezdu zúčastní či nikoliv. Zcela jiné uvažování by totiž mohlo u spotřebitelů být v případě, že by pro účast v tombole museli nejprve zakoupit zboží v minimální hodnotě 15 000 Kč. Kdyby jim tato informace byla předána ještě před zakoupením zájezdu, mohli by se rozhodnout, že se této gastronomické akce nechtějí účastnit. Dle zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele se však ve výše zmíněném případě jedná o nekalou obchodní praktiku, jelikož jednání cestovní agentury bylo způsobilé podstatně ovlivnit rozhodování spotřebitele při obchodním rozhodování, které by mohlo mít opačný výsledek v případě, že by znal všechny informace a podrobnosti o tomto zájezdu. Ještě horší dopady to může mít v případě spotřebitelů v důchodovém věku, kteří jsou většinou velice důvěřiví a již nemusí být schopni rozeznat nekalé obchodní praktiky prodávajících. **Za klamavou obchodní praktiku se považuje užívání nepravdivých údajů o zboží či službě.** Co se týká nevrácené částky od řidiče autobusu za cenu zájezdu, tak je třeba říci, že poskytovat nabízené služby lze pouze za ceny sjednané, které musí být řádně vyúčtovány spotřebiteli. Fakt, že přestože bylo v nabídce zájezdu zmíněno i losování tomboly, tak k takovému losování však nedošlo, je sám o sobě nepravdivým údajem. Vzhledem k tomu, že tomboly se mohl účastnit pouze spotřebitel, který si zakoupil na této akci zboží v minimální výši 15 000 Kč, došlo zcela nepochybně k poškození práv spotřebitelů. Cestovní agentura tedy byla v rámci dalšího řízení za své nekalé obchodní praktiky potrestána Českou obchodní inspekcí pokutou ve výši 10 000 Kč.

V případě, že došlo k porušení práv spotřebitele výše zmíněnými nekalými obchodními praktikami, může takový spotřebitel předat tuto věc příslušnému krajskému inspektorátu České obchodní inspekce, který provede šetření této věci.

## 5.5 Nesprávné označení ceny a země původu výrobku

Velký obchodní řetězec v jedné ze svých prodejen nabízel prodej zeleniny, přičemž na vývěsce regálového štítku bylo označeno jako země původu Španělsko, avšak

na původních obalech a na kartonech s touto zeleninou bylo uvedeno jako země původu Řecko. Obdobně nabízel velký obchodní řetězec další dva druhy ovoce, kdy na vývěsce regálového štítku byla označena jako země původu Česká republika, ale na originálních baleních a přepravkách bylo jako země původu uvedeno Nizozemsko. Zároveň tento velký obchodní řetězec nabízel ve své prodejně rybu, která měla na vývěsce regálového štítku vyznačenou cenu 18,90 Kč za 100 gramů, avšak na vlastním obalu tohoto zboží byla uvedena cena 18,50 za 100 gramů. Podobně si tento velký obchodní řetězec počínal i u jednoho druhu uzeniny, kde na vývěsce regálového štítku byla deklarována cena 149 Kč, ale na vlastním obalu této potraviny byla cena 99 Kč.

Velký obchodní řetězec tímto jednáním porušil zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. Je přísně zakázáno při prodeji výrobků užívání nekalých obchodních praktik, zejména tedy klamavých a agresivních obchodních praktik. Jako klamavou obchodní praktiku lze označit takové jednání prodávajícího, při kterém je **uveden nepravdivý údaj**. Zároveň lze považovat za nekalou obchodní praktiku takové jednání, které **může podstatně ovlivnit rozhodování spotřebitele při jeho rozhodování** v rámci obchodního jednání s prodávající osobou. Je jistě potřeba uvést, že pokud se jedná o případ rozdílných či nesourodých informací ohledně ceny výrobku či zboží, jako tomu bylo v uvedeném příkladu uzeniny nebo ryby, kdy byla cena uvedena v jiné výši na vývěsce regálového štítku příslušného zboží a v jiné výši na obalu tohoto zboží, je toto jednání zcela nepochybně nekalou obchodní praktikou. Cena zboží totiž patří určitě mezi základní kritéria, podle kterých spotřebitel činí svá obchodní rozhodnutí, spočívající v tom, zda dané zboží od prodávajícího koupí či nikoliv. Velmi podobná situace je také v případě nesprávného uvedení země původu zboží. Nabízené druhy ovoce a zeleniny byly označeny nesprávnou zemí původu. Země původu je také důležitým faktorem v rozhodování spotřebitele o koupi příslušného zboží, jelikož může v případě země původu přihlížet k hospodářské situaci dané země, politické situaci nebo jednoduše preferuje domácí výrobky před zahraničními. Spotřebitel může být také nespokojen na základě svých předchozích zkušeností s výrobky, které pocházejí z nějaké konkrétní země, a proto tyto výrobky nechce nadále kupovat. Z těchto všech výše zmíněných důvodů rozhodla Státní zemědělská a potravinářská inspekce o trestu pro tento velký obchodní řetězec, který byl ve formě pokuty ve výši 600 000 Kč.

Pokud je spotřebitel oklamán na základě nesprávného označení ceny nebo země původu výrobku, může se takový spotřebitel obrátit na příslušný krajský inspektorát Státní zemědělské a potravinářské inspekce, který po prošetření celého případu zjedná nápravu.

## 5.6 Vyprodání zásob v rámci slevové akce

Z dosavadních příkladů může vyplývat, že prodávající osoby se dopouštějí neustále nějakých nekalých obchodních praktik. Proto je zde uveden i případ, kdy senát Nejvyššího správního soudu došel k závěru, že se prodávající osoba v rámci tohoto případu nedopustila žádných nekalých obchodních praktik. Tento případ je určitě zajímavý především právě tím, jak v něm bylo nakonec po všech provedených řízeních rozhodnuto.

Velký obchodní řetězec si připravil velkou reklamní akci, která měla spočívat v tom, že v jednom z adventních týdnů od 25.11. do 1.12. nabízel tři druhy zboží za zvýhodněnou cenu v rámci tohoto vybraného týdne. Jednalo se o sýr v ceně 34,90 Kč, ovoce v ceně 99,90 Kč a jeden druh cukrovinky v ceně 16,90 Kč. Bohužel se však stalo, že v případě sýrů a cukrovinek došlo k vyprodání jejich zásob již po čtyřech dnech a v případě ovoce došlo k vyprodání přes 50 procent skladových zásob tohoto zboží. Prodávající obchodní řetězec byl následně obviňován z nekalé obchodní praktiky, která měla spočívat v takzvané vábivé reklamě, když tento velký obchodní řetězec nezajistil dostatečné množství nabízeného zboží za deklarovanou cenu v rámci zamýšleného slevového období.

Během nastalého řízení však bylo zjištěno, že tento prodávající řetězec postupuje obdobným způsobem jako v tomto případě již několik let, kdy provádí u určitého zboží různé připravované slevové akce, známé také jako akční týdny. Při odhadu poptávky po daném zboží vychází velký obchodní řetězec ze svých předchozích historických zkušeností, znalostí a statistik, které se týkají údajů o prodeji daného nebo velmi podobného zboží za uvedené období. Bylo tedy konstatováno, že jiným logickým způsobem v zásadě nejde zajistit předpokládané množství příslušného zboží. Lze tedy prodávajícímu obchodnímu řetězci přiznat, že jeho odhad, který byl proveden na základě předchozích poznatků, historického odbytu a vývoje odbytu podobných výrobků, **nelze rozhodně považovat za nekalou obchodní praktiku** ve vztahu k vábivé reklamě. Nelze také opominout, že v rámci tržního hospodářství musí prodávající osoby reagovat na



silnou konkurenci, která je nutí k co nejefektivnějšímu postupu, což znamená i prodej maximálního možného množství svého zboží, a to takovým způsobem, aby v budoucnu neprodané zboží nemuselo být zlikvidováno například na základě vypršení spotřebních lhůt. Jako vábivou reklamu by mohlo být označeno pouze nabízení zboží, o kterém prodávající osoba zjevně ví, že nebude schopna uspokojit případnou poptávku po tomto zboží. Na druhou stranu nelze spravedlivě požadovat po prodávající osobě, aby ve všech svých prodejnách a po celou dobu prodeje měl toto zboží za všech okolností k dostání, a to i v situacích, kdy přiměřeným a rozumným způsobem při přípravě své reklamy studoval poptávku po zboží s příslušnou profesionální péčí, znalostmi i třeba s ohledem na svou předchozí zkušenost s prodejem tohoto zboží. Zároveň jednání prodávající osoby je potřeba vždy posuzovat nejen jednotlivě, ale také v souvislostech. O poctivém přístupu prodávající osoby svědčí i fakt, že jedno ze tří inzerovaných zboží bylo vyprodáno pouze v rozsahu 53 procent zásob. Tuto skutečnost podtrhuje i fakt, že v reklamních letáčích prodávající osoby bylo uvedeno, že nabídka nabízeného zboží platí po dobu slevové akce v rámci adventního týdne nebo do vyprodání zásob tohoto zboží. Z těchto všech důvodů se lze domnívat, že **nabízené zboží v rámci marketingové reklamní akce nemělo sloužit k vábivé reklamě**, protože je velice důležité zjistit, zda mohla prodávající osoba řádně předpokládat, že množství nabízeného zboží nebude přiměřené. Je tedy velice důležité respektovat fakt, zda při zjišťování všech skutečností týkajících se této reklamní akce postupovala prodávající osoba s určitým rozumným a logickým podnikatelským záměrem a zda jednala s náležitou profesionální péčí tak, jak prodávající osobě ukládá zákon. Výše zmíněný velký obchodní řetězec tedy nebyl v tomto konkrétním případě příslušnými státními orgány nijak potrestán, jelikož se dle jejich názoru **nedopustil žádné nekalé obchodní praktiky**.

Správním orgánem prvního stupně, který by byl příslušný k projednání podezření na vábivou reklamu, by v tomto případě mohl být například Magistrát hlavního města Prahy.

## 5.7 Doručování zásilky

Společnost zabývající se zasilatelskou službou doručovala poštovní zásilku, která byla určena do vlastních rukou adresáta. V těchto případech jsou zásilky označeny dodejkou a náležitým barevným pruhem. Přesto však ve dvou případech nebyly příslušné

zásilky doručeny určenému adresátovi, ale za uvedeného adresáta obě zásilky převzala matka adresáta.

V daném případě je potřeba uvést, že doručovatel jako zaměstnanec společnosti zabývající se zasilatelskou službou si musel být velmi dobře vědom toho, jakou službu právě poskytuje, a kdo má být faktickým příjemcem uvedené zásilky. Podle zákona č. 29/2000 Sb., o poštovních službách se poštovní smlouvou provozovatel zasilatelské služby zavazuje příslušnému odesílateli, že dodá jím určenou poštovní zásilku sjednaným způsobem příjemci poštovní zásilky do místa uvedeného v zamýšlené adrese. Odesílatel se naproti tomu zavazuje provozovateli zasilatelské služby uhradit dohodnutou cenu za tuto domluvenou službu. Je tedy zcela zřejmé, že vydání poštovní zásilky, která je určena výhradně do vlastních rukou konkrétního adresáta, neoprávněné třetí osobě nemůže sledovat účel poskytované poštovní služby, jelikož cílem této služby je dodání příslušné zásilky pouze do vlastních rukou oprávněného příjemce zásilky. V tomto případě se tedy nejednalo o doručení zásilky sjednaným způsobem, ale o **svévolné vydání zásilky osobě odlišné od oprávněného příjemce**. Nelze ani přehlédnout fakt, že obdobným způsobem jsou doručovány zejména úřední zásilky a korespondence. V důsledku nesprávného doručení těchto zásilek může teoreticky dojít k poměrně zásadním negativním důsledkům u oprávněného adresáta, jelikož takováto zásilka se může vážně dotýkat jeho osobních, majetkových či jiných práv a povinností. Z těchto všech uvedených skutečností jednoznačně vyplývá, že v tomto případě **došlo k porušení práv adresáta**, jelikož vydání zásilky, která je určena pouze do vlastních rukou adresáta, jiné neoprávněné třetí osobě porušuje účel dohodnuté poštovní služby a zároveň brání jeho správnému naplnění. Společnost zabývající se zasilatelskou službou byla z těchto důvodů potrestána tak, že jí byla uložena povinnost zaplatit pokutu ve výši 2 000 Kč za první případ nesprávného doručení zásilky a 7 000 Kč za druhý případ nesprávného doručení zásilky. Obě výše zmíněné pokuty udělil společnosti, která se zabývá zasilatelskou službou, Český telekomunikační úřad.

Některé osoby by v tomto případě mohly namítat, že se nic špatného nestalo, když za určeného adresáta přijala zásilku matka tohoto adresáta. Nelze však zapomínat na fakt, že přijetím zásilky mohou vznikat či zanikat některé důležité lhůty, týkající se například nějakého soudního řízení. Dalším důvodem, proč je předání zásilky do nepovolaných rukou problém, je obava, že nepovolaná osoba, což byla v tomto případě matka, může zjistit obsah zásilky. V této výše zmíněné situaci se mohlo totiž například jednat

o rozhodnutí vysoké školy o přijetí či nepřijetí adresáta ke studiu nebo rozhodnutí vysoké školy o ukončení studia adresáta. Z těchto důvodů je tedy zcela nepřijatelné, aby zásilky určené do vlastních rukou přebíraly nepovolané osoby.

V případě předání zásilky do rukou neoprávněné osoby se může oprávněný adresát obrátit se svou stížností na Český telekomunikační úřad, který může za toto jednání udělit příslušné společnosti pokutu.

## 5.8 Částečně poškozené zboží

Prostřednictvím svého e-shopu prodávající osoba prodala kupujícímu spotřebiteli čínskou elektrickou airsoftovou zbraň. Mělo se jednat o repliku známé pistole model Colt M1911. Proávající osoba však neinformovala o snížené jakosti zboží, kdy toto zboží mělo nefunkční dlaňovou pojistku. Současně prodávající osoba zaslala kupujícímu spotřebiteli záruční list, návod k použití a doklad o koupi zboží. Kupující spotřebitel následně po prohlídce zbraně zjistil, že tato airsoftová zbraň je částečně nefunkční a také částečně poškrábaná. Dále tato zbraň jevila známky toho, že se nejedná o zbraň novou, ale již zcela jistě používanou.

Po provedeném řízení bylo zjištěno, že prodávající osoba v nabídce svého e-shopu na webových stránkách výslovně uváděla, že příslušná dlaňová pojistka je funkční jako u reálné předlohy této airsoftové zbraně a že u prodávající osoby je zaručená garance dvou let na výrobní vady tohoto zboží. Proávající osoba chtěla docílit dojmu, že je zboží nové a nemá žádnou vadu. V žádném zaslaném dokladu, tedy ani v záručním listu, dokladu o koupi nebo návodu k použití, nebyla žádná informace o tom, že by tato airsoftová zbraň měla mít nějakou vadu. Z výše uvedeného tedy vyplývá, že prodávající osoba porušila zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele a dopustila se nekalé obchodní praktiky tím, že se chovala způsobem, který **byl v rozporu s požadavky odborné a profesionální péče podnikatele** v obdobných případech, jelikož mohlo toto jednání zásadně ovlivnit rozhodování kupujícího spotřebitele. Lze totiž předpokládat, že by se kupující spotřebitel rozhodoval jinak, kdyby obdržel informaci od prodávající osoby, že tato airsoftová zbraň má nefunkční dlaňovou pojistku, čímž je tato zbraň zásadně poškozená a je tedy tímto omezena její funkčnost. Navíc užívání airsoftové zbraně s nefunkční dlaňovou pojistkou by mohlo být pro spotřebitele nebezpečné. Kupující spotřebitel se také domníval, že kupuje novou airsoftovou zbraň, a proto byl ochoten zaplatit plnou cenu za tuto zbraň, přičemž stav zbraně nepochybně neodpovídal

stavu nové zbraně. Kdyby však byl kupující spotřebitel informován o tom, že je airsoftová zbraň poškozená, nemusel by být ochotný zaplatit plnou cenu zbraně. Uvedený postup prodávající osoby byl tedy **nekalou obchodní praktikou**, protože během obchodního jednání **uváděla prodávající osoba nepravdivé údaje**. Je zřejmé, že si kupující spotřebitel v případě, že by měl k dispozici všechny pravdivé údaje o airsoftové zbraně, tedy že její užívání je s nefunkční dlaňovou pojistkou nebezpečné a v rozporu s bezpečnostními předpisy, by nepochybně takovou zbraň příslušný spotřebitel od prodávající osoby nekupoval. V závěru řízení byla tedy výše zmíněná prodávající osoba potrestána Ministerstvem průmyslu a obchodu pokutou ve výši 30 000 Kč.

Kontrolním orgánem prvního stupně, na který se může spotřebitel v obdobném případě obrátit, je Český úřad pro zkoušení zbraní a střeliva, který je oprávněn případný problém projednat.

## 5.9 Soutěž v rámci teleshoppingu

Jedna regionální televize v rámci svého běžného vysílání vysílala pořad zabývající se teleshoppingem. Během tohoto pořadu byla provozována soutěž, která spočívala na principu interaktivity volajících diváků. Volající diváci volali do pořadu o teleshoppingu se zvýšenou sazbou, která činila 90 Kč za minutu hovoru. Během tohoto hovoru měli volající diváci za úkol spočítat finanční obnos zachycený v podobě mincí na menším obrázku, který se nacházel v dolním rohu televizní obrazovky. Volající divák mohl ovšem tento úkol splnit pouze tehdy, když během hovoru sečetl pouze mince, které nevykazovaly žádné chyby. Neplatné mince tedy neměly být započítány do celkového finančního obnosu v rámci této soutěže.

Podle zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy se podnikatel jako zadavatel reklamy dopustí správního deliktu, pokud zadá reklamu, která může být označena jako nekalá obchodní praktika. Podle již zmíněné platné právní úpravy, kterou zajišťuje zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, je za nekalou obchodní praktiku považována obchodní praktika, která je v rozporu s požadavky na odbornou a profesionální péči. Zároveň tato nekalá obchodní praktika podstatně narušuje nebo je způsobilá podstatně narušit ekonomické chování a rozhodování spotřebitele, kterému je daná reklama určena, nebo který je působení takové reklamy vystaven. Pokud je nějaká obchodní praktika zaměřena na určitou skupinu spotřebitelů, posuzuje se její vliv podle průměrného člena této skupiny spotřebitelů. V tomto konkrétním případě bylo pro posouzení dané věci

rozhodující, že nalézt správnou odpověď na otázku přesné výše finančního obnosu, který měl být vyobrazen na malém obrázku v dolním rohu televizní obrazovky, bylo pro průměrného diváka tohoto pořadu nemožné. Údajné chybné a neplatné mince totiž obsahovaly velice nepatrné, drobné, až zcela nezřetelné odchylky, které příslušní diváci nemohli rozeznat. Z toho tedy vyplývá, že **v rámci této soutěže docházelo ke klamání průměrného diváka**, který se mohl v rámci svého přesvědčení domnívat, že vzhledem k nečitelnosti nebo nezřetelnosti nepravých mincí zná správnou odpověď, a proto se také chtěl zúčastnit této soutěže. Při objektivním posouzení bylo však zřejmé, že průměrný divák nemohl v této soutěži v žádném případě nikdy uspět. Lze tedy konstatovat, že za nekalou obchodní praktiku ve smyslu zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele je také možné považovat vysílání teleshoppingového pořadu, jehož součástí je nějaká divácká soutěž, ve které však divák není objektivně schopen dosáhnout svého vítězství. Výše zmíněná regionální televize byla tedy za tuto nekalou obchodní praktiku po provedeném řízení potrestána Radou pro rozhlasové a televizní vysílání pokutou, která činila 200 000 Kč.

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání je orgánem, který je příslušný k posuzování vhodného obsahu televizních programů, a proto je tento orgán oprávněn zkoumat i regulérnost soutěže v rámci teleshoppingu.

## 5.10 Odmítnutí reklamace obkladů koupelny

Tento příklad patří mezi ty méně časté případy, kdy bylo rozhodnuto ve prospěch prodávající osoby. Po všech zjištěných skutečnostech totiž v příslušném řízení státní orgán došel k závěru, že prodávající osoba se nedopustila žádného trestného činu nebo přestupku, a proto tato prodávající osoba nemohla být nijak potrestána za porušení spotřebitelských práv.

V rámci šetření bylo zjištěno, že spotřebitel, jako fyzická osoba, se obrátil na koupelnové studio, ve kterém si sám vybral druh a barvu obkladů. Po provedení výběru všech materiálů si spotřebitel nechal zpracovat návrh své koupelny. V dalším období si však realizaci svých požadavků tento spotřebitel objednal nikoliv u uvedeného koupelnového studia, ale u stavební společnosti. Z tohoto důvodu byl tedy příslušný stavební materiál, tedy dlažba a obklady, následně odebrán stavební společností od výše zmíněného koupelnového studia. Když se však objevily v obkladech vady a poškození, obrátil se spotřebitel na koupelnové studio, po kterém požadoval sepsání potvrzení

o přijetí reklamace a o vyřízení dané věci. Potvrzení o přijetí reklamace však koupelnové studio odmítlo sepsat.

Lze obecně říci, že prodávající osoba porušuje zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele a současně **se dopouští správního deliktu, pokud odmítne přijmout reklamaci nebo nevydá spotřebiteli písemné potvrzení o přijetí reklamace** s příslušnými údaji. K této povinnosti je však zavázána pouze prodávající osoba, tedy subjekt, která spotřebiteli prodává výrobky nebo poskytuje služby. V tomto konkrétním případě však bylo zjištěno, že mezi spotřebitelem a koupelnovým studiem nedošlo ke vzniku žádného obchodněprávnímu vztahu, ani k uzavření nějakého smluvního plnění. Z toho tedy jednoznačně vyplývá, že koupelnové studio nemusí vyřizovat žádné reklamace daného spotřebitele, protože ve vztahu k tomuto spotřebiteli nevystupuje jako prodávající osoba. Příslušný spotřebitel proto musí svou reklamaci směřovat vůči stavební společnosti, která tuto zakázku zhotovila. Stavební společnost tedy v rámci poskytování služby, spočívající ve zhotovení příslušné zakázky, vystupuje jako prodávající osoba ve vztahu k danému spotřebiteli. Pokud by tedy reklamované vady spočívaly pouze v konkrétním výrobku, který dodalo koupelnové studio, mohla by stavební společnost reklamovat toto zboží u koupelnového studia, protože koupelnové studio je ve vztahu ke stavební společnosti prodávající osobou. Pro lepší pochopení možných vztahů lze říci, že tento vztah tedy nelze charakterizovat jako trojúhelník, ale spíše jako přímku. Na jednom konci této přímky se nachází koupelnové studio, které vystupuje jako prodávající osoba vůči stavební společnosti. Dalším bodem na přímce je stavební společnost, která vystupuje jako kupující osoba vůči koupelnovému studiu a zároveň vystupuje jako prodávající osoba vůči konečnému spotřebiteli. Na konci této přímky je konečný spotřebitel, který vystupuje jako spotřebitel vůči stavební společnosti, avšak nemá žádný vztah ke koupelnovému studiu. Z výše uvedeného tedy vyplývá, že vzhledem k tomu, že koupelnové studio nemá se spotřebitelem uzavřenou žádnou kupní smlouvu, ze které by vycházela nějaká povinnost koupelnovému studiu vůči spotřebiteli, nemůže být koupelnové studio ve smyslu zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele označeno za prodávající osobu, která má povinnost vůči spotřebiteli.

V případě, že je podnikatel odmítá přijmout reklamaci spotřebitele, může se takto poškozený spotřebitel obrátit se stížností na příslušný krajský inspektorát České obchodní inspekce, který se bude dále tímto podnětem zabývat.

## 5.11 Spor o jméno čokolády

Spor o jméno čokolády byl projednáván v Rakousku a tento příklad je zde uveden pro určité porovnání s českými postupy a českou úpravou, jelikož ochrana spotřebitele je zahrnuta i v právu Evropské unie.

Společnost, která byla jednou ze stran sporu, působí v hlavním městě jedné spolkové země Rakouské republiky, kde ve svých obchodech prodává čokoládové a cukrářské kulaté cukrovinky se jménem známého hudebního skladatele. Tyto cukrovinky jsou pak zabaleny ve stříbrném obalu s modrým potiskem s uvedenou ochrannou známkou. Navíc je zde vyznačeno logo, na kterém je vyobrazena busta skladatele z jeho pravého profilu. Druhá strana sporu má registrovanou slovní ochrannou známku odlišnou od ochranné známky první strany sporu. Tato společnost prodává v blízkosti prodejny první strany sporu obdobné kulaté čokoládové cukrovinky, které také nesou jméno známého hudebního skladatele. Tyto cukrovinky byly původně zabaleny v hnědém obalu, avšak nebyly zákazníky kupovány. Z tohoto důvodu se druhá společnost rozhodla, že tyto cukrovinky začne balit do obalu stříbrné barvy s modrým potiskem. Tyto cukrovinky nadále nesly stejné jméno známého hudebního skladatele a na obalu byla vyobrazena také busta tohoto hudebního skladatele, ovšem z jeho levého profilu. Uvedený druh cukrovinek byl druhou společností vyráběn mimo území hlavního města výše zmíněné spolkové země Rakouské republiky.

Lze tedy konstatovat, že klamavé označení je takové označení uváděných výrobků na trhu, které může vyvolat u spotřebitele nebezpečí záměny tohoto zboží s jiným zbožím. Dále je také toto označení způsobilé přimět spotřebitele k obchodnímu rozhodnutí, které by jinak neučinil, tedy ke koupi tohoto klamavě označeného zboží. V tomto konkrétním případě je tedy považováno za **klíčové posouzení**, jaký je stupeň označení dané cukrovinky, na kolik je označení této cukrovinky pro určitý okruh spotřebitelů charakteristické a jakým způsobem toto označení individualizuje příslušnou cukrovinku. V podstatě každý spotřebitel v daném místě, který chce nakupovat zejména kvalitní cukrovinky, zná vedle průmyslově a masově produkovaných cukrovinek v hnědém balení od druhého výrobce i exkluzivní formu této cukrovinky se jménem známého hudebního skladatele, která je balena v modrostříbrném obalu od prvního výrobce. V daném případě je tedy velice důležité, že průměrný spotřebitel při posuzování nebezpečí záměny uvedené cukrovinky vnímá celkový vzhled tohoto produktu, ať již vzhledem ke tvaru cukrovinky nebo barvě obalu této cukrovinky. Vzhledem k tomu, že nelze při zběžném pohledu

průměrného spotřebitele na cukrovinku od druhého výrobce v obvyklém nákupním spěchu dostatečně odlišit tento výrobek od výrobku, který je produkován prvním výrobcem, lze označit postup druhého výrobce za nekalou obchodní praktiku, jelikož by tento výrobek mohl vyvolat nebezpečí záměny s výrobkem prvního výrobce, přičemž takové jednání je zakázáno.

## 5.12 Smlouva o spotřebitelském úvěru

Tento příklad je inspirován rozhodnutím Soudního dvora Evropské unie. Evropské právo má nezpochybnitelný vliv na ochranu spotřebitele. Příklad je zde především kvůli tomu, aby si každý uvědomil, že ochrana spotřebitele není závislá pouze na příslušných státních orgánech, ale že se ochranou spotřebitele zabývají i nadnárodní orgány v rámci Evropské unie. Od primárního a sekundárního práva Evropské unie se totiž odvíjí i platná úprava českých právních předpisů, které jsou určeny k ochraně spotřebitele.

V daném případě se jedná o odpovědnost věřitele ověřit si před uzavřením smlouvy celkovou úvěruschopnost dlužníka. Orgány Evropské unie motivují členské státy k tomu, aby do své jurisdikce za účelem ochrany spotřebitele přejaly také **povinnost věřitele ověřit si před uzavřením úvěrové smlouvy úvěruschopnost dlužníka** na základě maximálního možného množství informací. Tyto informace o sobě sám poskytuje dlužník a mělo by být povinností věřitele si tyto informace prověřit v příslušné databázi dlužníků. Pokud by však věřitel nepostupoval podle tohoto pokynu a nedodržel by tak své povinnosti, ztratil by nárok na úroky v plném rozsahu či stanovené soudem. Dlužník by byl tedy povinen splatit pouze jistinu podle dohodnutého splátkového kalendáře a případně by měl povinnost uhradit zákonné úroky, na které neztratil věřitel nárok. V tomto případě si tedy některé členské země tuto normu vykládají tak, že věřitel ztrácí v případě porušení povinnosti řádně si prověřit dlužníka nárok na smluvní úroky. Cílem takovýchto rozhodnutí je snaha orgánů Evropské unie o ochranu spotřebitelů před riziky nadměrného zadlužení a před jeho platební neschopností. Ochrana zájmů spotřebitelů je totiž důležitá napříč celou Evropskou unií, jelikož je tím zajištěn dobře fungující vnitřní trh unijních spotřebitelských úvěrů.



## 6 Rozhovor s vedoucím pobočky Sdružení obrany spotřebitele

Vedoucím plzeňské pobočky neziskové organizace Sdružení obrany spotřebitele je pan Ondřej Zelenka. Ondřej Zelenka je studentem pátého ročníku Právnické fakulty Západočeské univerzity v Plzni. Pracovat v organizaci Sdružení obrany spotřebitele začal Ondřej Zelenka před třemi lety. Před dvěma lety se stal vedoucím plzeňské pobočky této spotřebitelské organizace. Plzeňská pobočka neziskové organizace Sdružení obrany spotřebitele sídlí na adrese Sady Pětatřicátníků 33, 301 00 Plzeň. Ondřej Zelenka odpověděl na několik otázek, které se týkaly konkrétně plzeňské pobočky organizace Sdružení obrany spotřebitele a zároveň odpověděl na pár obecných otázek týkajících se ochrany spotřebitele. Rozhovor s vedoucím plzeňské pobočky Ondřejem Zelenkou probíhal v sídle výše zmíněné pobočky organizace Sdružení obrany spotřebitele ve čtvrtek 4. dubna 2019 v dopoledních hodinách. Kompletní rozhovor je přiložen v Příloze A této bakalářské práce.

Z dostupného rozhovoru vyplývá fakt, že přesný počet dotazů za rok 2018, které směřovaly na plzeňskou pobočku, nelze přesně určit. Dle slov Ondřeje Zelenky se jedná o desítky e-mailových zpráv a desítky telefonických dotazů v příslušném roce. Nejvíce však spotřebitelé vyhledávají sídlo plzeňské pobočky a žádají o osobní radu či pomoc. Osobní poradna je k dispozici v úterý v odpoledních hodinách od půl druhé do půl čtvrté a ve čtvrtek v dopoledních hodinách od devíti do jedenácti hodin. O osobní poradenství je stále větší zájem, a proto se často stává, že musí Ondřej Zelenka zůstat na pobočce i déle, nebo naopak přicházet na pobočku dříve, aby stihl pomoci každému, kdo o jeho pomoc požádá. V rámci celého týdne se pak na plzeňské pobočce zastaví pro osobní radu přibližně šest lidí, přičemž někteří chodí i opakovaně. Z výše uvedeného vyplývá, že s činností této pobočky jsou spotřebitelé v Plzni spokojeni.

Počet dotazů, které směřují na plzeňskou pobočku této neziskové organizace se dle slov Ondřeje Zelenky zvyšuje několikanásobně skoro každý měsíc. Nejvíce dotazů prý eviduje v zimních měsících. To je způsobeno především tím, že jsou spotřebitelé přemlouváni různými dodavateli energií k tomu, aby energie odebírali právě od těchto dodavatelů. Často se však stává, že po podpisu příslušné smlouvy se objeví komplikace, se kterými si tito spotřebitelé neví rady, a proto se právě v těchto měsících často obracejí

na plzeňskou pobočku organizace Sdružení obrany spotřebitele, kde se těmto spotřebitelům dostane bezplatné pomoci.

Vzhledem k tomu, že se počet zájemců o osobní poradenství v Plzni zvyšuje, musí s osobním poradenstvím pomáhat další spolupracovníci. Ondřej Zelenka si své spolupracovníky vybírá většinou z řad studentů Právnické fakulty. Tito studenti musí být komunikativní a musí umět naslouchat. Zároveň musí být schopni případným zájemcům o osobní poradenství pomoci s jejich problémy. V současnosti má Ondřej Zelenka jednoho studenta jako spolupracovníka, který mu nyní pomáhá s osobním poradenstvím na pobočce.

Vedoucí plzeňské pobočky Ondřej Zelenka má však obavy, že v nejbližších letech bude počet dotazů stále stoupat. Jako důvod uvádí, že prodávající podnikatelé jsou stále více vynalézavější a zkušenější s obcházením právě platných zákonů. Tuto předpověď potvrzuje i to, že se právě chystá nový zákon, který by umožnil a usnadnil používání institutu hromadné žaloby, která by měla posílit postavení menších spotřebitelů vůči velkým nadnárodním korporacím. Dalším důkazem pro toto tvrzení je i fakt, že o nejrůznějším porušování práv spotřebitelů je veřejnost informována prostřednictvím médií a ochrana spotřebitele je aktuálním a probíraným tématem na národní i mezinárodní úrovni.

Mezi nejčastější dotazy plzeňských spotřebitelů patří jednoznačně již výše zmíněné dotazy na dodavatele energií. Dalšími častými dotazy jsou dotazy týkající se spotřebitelských úvěrů, odstupování od různých smluv, výpovědi plných mocí a uzavírání smluv na předváděcích akcích. Uzavírání smluv na předváděcích akcích je již dlouhodobě spojováno s takzvanými Šmejdy, což jsou prodávající osoby, které se často snaží na předváděcích akcích různých výrobků vydělat na nepozornosti a dobré vůli osob důchodového věku. Bohužel, i s těmito případy se musel setkat Ondřej Zelenka v rámci své praxe na plzeňské pobočce.

Dnes se stále zvyšuje procento dotazů, které se zaměřují na dodavatele energií, což dříve nebylo tak častým tématem. Spotřebitelé se často obracují s dotazy, které se týkají předčasného ukončení smlouvy s dosavadním dodavatelem energií a s tím souvisejícími poplatky za toto předčasné ukončení. Spotřebitelé se také častěji setkávají i s výhružkami různých společností, které spotřebitelům vyhrožují zahájením exekučního řízení. S touto praktikou vyhrožování se setkal i autor této bakalářské práce, kdy jemu známé osobě bylo vyhrožováno osobní návštěvou exekutora pro domnělý dluh, který však

byl dávno zaplacen ihned po první upomínce. Vyhrožování ustalo po nepříjemném telefonátu a velice důrazné e-mailové zprávě ze strany advokáta této osoby. Proto není zarážejícím faktem, že by takové vyhrožování ze strany některých společností mohlo především starší osoby v důchodovém věku vystrašit a následně donutit zaplatit danou částku znovu.

Ondřej Zelenka doporučuje v případě, kdy má spotřebitel nějaké podezření na porušení svých spotřebitelských práv, se obrátit neprodleně na jakoukoliv poradnu, která se zabývá ochranou spotřebitelů. Případný poradce pak může doporučit spotřebiteli, jak má v jeho konkrétním případě co nejlépe a nejefektivněji postupovat. Poradce může odeslat spotřebitele i na příslušnou instituci, která se řešením tohoto problému zabývá. Druhou možností je pak navštívit advokátní kancelář, kde může již konkrétními kroky advokát pomoci.

Plzeňská pobočka neziskové organizace Sdružení obrany spotřebitele se dle vyjádření jejího vedoucího nezabývá bezplatným zastupováním spotřebitelů v řízení před příslušnými soudy, ani nijak nespolupracuje s dalšími organizacemi a institucemi, které se také zabývají ochranou spotřebitele.

Ondřej Zelenka na závěr tohoto rozhovoru dal doporučení všem spotřebitelům, aby se věnovali svým právům a vzdělávali se v oblasti svých spotřebitelských práv. Dle jeho slov totiž právo náleží bdělým, což znamená, že by se spotřebitel neměl nechat ošidit prodávající osobou, měl by si za svým právem a rozhodnutím vždy stát, a pokud by se i tak dostal do problémů, tak by měl tento nastalý problém co nejrychleji řešit pomocí právních poraden nebo advokátů.

## 7 Doporučení pro podnikatele a spotřebitele

Z konkrétních příkladů, které jsou analyzovány v této práci, lze formulovat doporučení pro podnikatele a spotřebitele.

Podnikatelé by měli znát své povinnosti, které jsou jim příslušnými zákony České republiky ukládány. Mezi základní právní předpisy, které se zabývají spotřebitelskými právy, patří zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele a zákon č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník. Tyto dva zákony upravují spotřebitelská práva v obecné rovině, je proto důležité, aby příslušný podnikatel sledoval i další zákony, které se týkají konkrétního odvětví, kde podnikatel působí. Takovými zákony mohou být například zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků, zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky nebo zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích.

Z výše uvedených zákonů vyplývá, že je podnikateli zakázáno jednání v rámci nekalé soutěže a používání nekalých obchodních praktik, mezi které patří klamavé obchodní praktiky a agresivní obchodní praktiky. Podnikatelé by se tedy měli vyvarovat především klamavé, vábivé nebo srovnávací reklamy, klamavému označení zboží, nesprávně uvedené ceně nebo urážlivému chování. Jak vyplývá z příkladů, které jsou analyzovány v kapitole Postup státních orgánů v konkrétních případech, za všechna tato zmíněná jednání totiž hrozí podnikateli trest od příslušných státních orgánů, mezi které patří například Česká obchodní inspekce, Státní zemědělská a potravinářská inspekce nebo Státní veterinární správa.

Doporučení pro spotřebitele je poměrně snadné. Spotřebitelé nemusí znát každý paragraf každého zákona, který se týká spotřebitelských práv. Je však důležité, aby spotřebitelé měli alespoň obecný přehled o svých právech a mohli tato spotřebitelská práva využívat. Proto by se měli spotřebitelé z vlastní vůle a pro svůj vlastní prospěch vzdělávat v oblasti svých práv, dotazovat se prodávajících osob na důležité informace a snažit se tyto informace si ověřit. Velice podstatnou radou, kterou se někteří spotřebitelé neřídí, je pozorně číst veškeré smlouvy, které podepisují. Většinou to není žádné příjemné nebo zábavné čtení, ale každý spotřebitel by měl přesně vědět co podepisuje a k čemu se zavazuje. Podpisem smlouvy se totiž může spotřebitel případně dostat do potíží, jelikož česká právní úprava pracuje se zásadou *pacta sunt servanda*, což v překladu znamená, že smlouvy se mají dodržovat.

Spotřebitelé se mohou v případě potřeby obrátit na státní orgány, kterými jsou například Česká obchodní inspekce, Státní zemědělská a potravinářská inspekce nebo Státní veterinární správa. Dále mohou spotřebitelé požádat o pomoc občanské organizace, mezi které patří například Sdružení obrany spotřebitelů nebo organizace dTest. Tyto organizace také pořádají různé besedy a školení pro spotřebitele, aby se spotřebitelé mohli vzdělávat v oblasti spotřebitelských práv. Spotřebitelé mohou také sledovat pořad A DOST! na internetové televizi Stream.cz, kde Jan Tuna informuje spotřebitele o různých výrobcích a o kvalitách těchto výrobků. Na této internetové televizi je ke shlédnutí také pořad Jídlo s.r.o, který je zaměřen na zjišťování kvality potravin. Spotřebitelskými právy se také zabývá časopis dTest.

Bezplatné osobní poradenství pro spotřebitele je zajištěno například krajskými pobočkami Sdružení obrany spotřebitele nebo jednotlivými pobočkami Asociace občanských poraden. Bezplatnou telefonickou linku, která je určena pro okamžitou pomoc spotřebitelům, provozuje například organizace dTest nebo Sdružení obrany spotřebitele.

Proto je důležité, aby byli spotřebitelé informováni v oblasti svých práv, obezřetní a bděli při jakémkoliv právním jednání a za svá spotřebitelská práva za všech okolností bojovali.

## Závěr

Tato bakalářská práce měla za cíl s využitím informací získaných z teorie analyzovat konkrétní příklady porušování práv spotřebitelů, které jsou zpracovány v praktické části, a na základě zjištěných poznatků formulovat doporučení pro podnikatele a pro spotřebitele.

V první části byly definovány základní pojmy, které souvisejí s institutem ochrany spotřebitele, a zároveň byly v této části vymezeny některé instituce, které se v rámci své činnosti zabývají ochranou spotřebitele. Důležité také bylo ukázat, jaká platná právní úprava se problematiky ochrany spotřebitele v České republice týká. V druhé části této bakalářské práce byly popsány dva velice známé případy, kdy došlo k poškození práv spotřebitelů. Dále byly analyzovány konkrétní případy porušování spotřebitelských práv a následně došlo k vyhodnocení správných postupů různých státních orgánů. Poslední část této bakalářské práce je věnována rozhovoru, který proběhl s vedoucím plzeňské pobočky organizace Sdružení Obrany Spotřebitelů panem Ondřejem Zelenkou.

Téměř každý občan České republiky byl v postavení spotřebitele. Proto je téma ochrany spotřebitele aktuální a bude aktuální i v budoucnosti. Mnoho spotřebitelů se setkalo s nekalými obchodními praktikami prodávajících osob, které chtěly využít menší informovanosti a zkušenosti spotřebitelů ke svému prospěchu. Toto nekalé jednání mohlo spočívat například v chování prodávající osoby při reklamaci, diskriminaci nebo v prodeji závadného zboží.

Tato práce je proto věnována teorii, kde byly vymezeny důležité instituce a pojmy, a zároveň praxi. V praktické části je proto vymezeno mnoho různých případů, kdy došlo k porušování práv spotřebitelů. Jsou zde také ale zmíněny případy, ve kterých bylo rozhodnuto, že k žádnému porušování práv spotřebitelů nedošlo. V této bakalářské práci je i rozhovor s vedoucím plzeňské pobočky neziskové organizace Sdružení obrany spotřebitelů panem Ondřejem Zelenkou, na kterého se mohou obracet plzeňští spotřebitelé s žádostí o pomoc.

Vše výše zmíněné je v práci umístěno a náležitě zpracováno pro obecný přehled spotřebitelů v oblasti jejich spotřebitelských práv, protože je velice důležité, aby se spotřebitelé nenechali krátiť na svých právech. Práva spotřebitelů totiž slouží k ochraně slabší strany, jelikož spotřebitel je dle platné právní úpravy ve slabším postavení vůči

prodávajícímu podnikateli, který by měl být v oblasti prodeje svého zboží profesionálem s většími znalostmi a zkušenostmi, než s kterými může disponovat příslušný spotřebitel. Aby tento vztah byl vyrovnaný, vydává zákonodárce platné právní předpisy, které poskytují práva spotřebitelům a povinnosti podnikatelům.

Doporučení pro spotřebitele a podnikatele je formulováno v poslední kapitole této práce.

# Seznam použité literatury a dalších zdrojů

## Literatura

- Dvořák, J., Švestka, J., Zuklínová, M. & kol. (2016). *Občanské právo hmotné*. Svazek 1. Díl první: Obecná část. Praha: Wolters Kluwer ČR, a. s.
- Melzner, F., Tégl, P. & kol. (2014). *Občanský zákoník - velký komentář*. Svazek III. § 419-654. Praha: Leges.
- Pokorná, J., Večerková, E., Levická, T. & Dudová, J. (2017). *Ochrana spotřebitele proti nekalým obchodním praktikám podnikatelů*. Praha: Wolters Kluwer ČR, a. s.
- Raban, P. & kol. (2014). *Občanské právo hmotné: závazkové právo*. Brno: Václav Klemm
- Švestka, J., Dvořák, J., Fiala, J. & kol. (2014). *Občanský zákoník. Komentář*. Svazek VI. Praha: Wolters Kluwer, a. s.
- Tintěra, T. (2013). *Závazky a jejich zajištění v novém občanském zákoníku*. Praha: Leges.
- Tomančáková, B. (2011). *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*. Praha: Linde
- Týč, V. (2010). *Základy práva Evropské unie pro ekonomy*. Praha: Leges.
- Večeřa, J. (2013). *Ochrana spotřebitele v České republice a Evropské unii*. Praha: Leges.

## Internetové zdroje

- Bálek, J. (2015). Ochrana spotřebitele ve světle harmonizačně-právních kroků Evropské unie. *epravo.cz*. Dostupné z: <https://www.epravo.cz/top/clanky/ochrana-spotrebitel-ve-svetle-harmonizacne-pravnich-kroku-evropske-unie-97116.html>
- Borgis (2019). *Novinky.cz*. Cit. 8.4.2019, Dostupné z: <https://www.novinky.cz/ekonomika/501787-eu-podezira-bmw-daimler-a-vw-z-tajne-dohody-kvuli-cistenim-emisi.html>
- CDK (2018). *Euroskop.cz*. *Věcně o Evropě*. Cit. 5.4.2019, Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/8969/sekce/ochrana-spotrebitel/>
- CZECH NEWS CENTER (2019). *Autorevue.cz*. Cit. 8.4.2019, Dostupné z: <https://www.autorevue.cz/dieselgate>
- CzechTrade (2016a). *BusinessInfo*. *Oficiální portál pro podnikání a export*. Cit. 7.4.2019, Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/cs/clanky/pravo-ochrany-spotrebitel-ppbi-51116.html#!&chapter=2>
- CzechTrade (2016b). *BusinessInfo*. *Oficiální portál pro podnikání a export*. Cit. 7.4.2019, Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/cs/clanky/pravo-ochrany-spotrebitel-ppbi-51116.html#!&chapter=6>
- Česká národní banka (2019). *Česká národní banka*. Cit. 10.4.2019, Dostupné z: [https://www.cnb.cz/cs/spotrebitel/ochrana\\_spotrebitel/agresivni\\_praktiky.html](https://www.cnb.cz/cs/spotrebitel/ochrana_spotrebitel/agresivni_praktiky.html)
- Česká obchodní inspekce (2017). *Česká obchodní inspekce*. Cit. 6.4.2019, Dostupné z: <https://www.coi.cz/faq/nekale-obchodni-praktiky/>



- Česká obchodní inspekce (2019). *Česká obchodní inspekce*. Cit. 1.3.2019, Dostupné z: <https://www.coi.cz/o-coi/pusobnost-uradu/>
- DieselGate (2019) *Diesel-gate.cz*. Cit. 8.4.2019, Dostupné z: <https://www.diesel-gate.cz/prubeh-skandalu>
- dTest (2019a) *spotrebitele.dtest.cz*. Cit. 15.4.2019, Dostupné z: <https://spotrebitele.dtest.cz/stitek-14/statni-veterinarni-sprava/>
- dTest (2019b). *dTest*. Cit. 19.3.2019, Dostupné z: <https://www.dtest.cz/clanek-5202/kdo-jsme>
- Economia (2015) *Aktuálně.cz. Video*. Cit. 8.4.2019, Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/dvtv/dieselgate-sance-na-odskodneni-je-vysoka-skodovka-se-mnou-ne/r~3bd20c508f0b11e5b6cc002590604f2e/>
- EUR-Lex (2018). *Access to European Union law*. Cit. 5.4.2019, Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=LEGISSUM%3A114530>
- European Commission (2019). *European Commission*. Cit. 7.4.2019, Dostupné z: [https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/jourova\\_en](https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/jourova_en)
- Evropská komise (2018). *European Commission*. Cit. 4.4.2019, Dostupné z: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-18-3041\\_cs.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-3041_cs.htm)
- Evropská komise (2019). *Evropská komise*. Cit. 7.4.2019, Dostupné z: [https://ec.europa.eu/info/departments\\_cs](https://ec.europa.eu/info/departments_cs)
- Evropská rada. Rada Evropské unie (2018). *Evropská rada. Rada Evropské unie*. Cit. 7.4.2019, Dostupné z: <https://www.consilium.europa.eu/cs/council-eu/configurations/>
- Evropský parlament (2019). *Evropský parlament. Výbory*. Cit. 29.3.2019, Dostupné z: <http://www.europarl.europa.eu/committees/cs/imco/home.html#>
- Chvalinová, B. (2019). Výklad pojmu klamavá obchodní praktika. *eAdvokacie*, Cit. 10.4.2019, Dostupné z: <https://www.e-advokacie.cz/cs/clanky/vyklad-pojmu-klamava-obchodni-praktika>
- MAFRA (2018) *Auto.idnes.cz*. Cit. 8.4.2019, Dostupné z: [https://www.idnes.cz/auto/zpravodajstvi/dieselgate-diess-winterkorn-muller-afera-emise.A180914\\_084432\\_automoto\\_fdv](https://www.idnes.cz/auto/zpravodajstvi/dieselgate-diess-winterkorn-muller-afera-emise.A180914_084432_automoto_fdv)
- MAFRA (2019) *Lidovky.cz*. Cit. 8.4.2019, Dostupné z: [https://www.lidovky.cz/kultura/leonardo-dicaprio-chysta-novy-film-bude-o-ekologickem-skandalu-dieselgate.A190314\\_145905\\_ln\\_kultura\\_form](https://www.lidovky.cz/kultura/leonardo-dicaprio-chysta-novy-film-bude-o-ekologickem-skandalu-dieselgate.A190314_145905_ln_kultura_form)
- Media Network (2018). Dnešní doba vyžaduje přijetí zákona o hromadných žalobách, shodli se právníci. *Česká justice. Nejprehlednější průvodce českou justicí*. Cit. 4.4.2019, Dostupné z: <http://www.ceska-justice.cz/2018/11/dnesni-doba-vyzaduje-prijeti-zakona-hromadnych-zalobach-shodli-se-pravnici/>
- Ministerstvo průmyslu a obchodu (2015). *Ministerstvo průmyslu a obchodu*. Cit. 7.4.2019, Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/informace-pro-spotrebitele/priority-spotrebitelske-politiky-2015---2020---155395/>
- Ministerstvo průmyslu a obchodu (2016). *Ministerstvo průmyslu a obchodu*. Cit. 29.3.2019, Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/ministerstvo/o-ministerstvu/pusobnost-ministerstva/pusobnost-ministerstva--1926/>

- Ministerstvo průmyslu a obchodu (2019a). *Ministerstvo průmyslu a obchodu*. Cit. 6.4.2019, Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/eu-a-spotrebitelem/novy-jednotny-ramec-pro-prava-spotrebitele-z-vadneho-plneni---245079/>
- Ministerstvo průmyslu a obchodu (2019b). *Ministerstvo průmyslu a obchodu*. Cit. 30.3.2019, Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/>
- Ministerstvo zahraničních věcí České republiky (2011). *Ministerstvo zahraničních věcí České republiky*. Cit. 5.4.2019, Dostupné z: [https://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni\\_vztahy/cr\\_v\\_evrope/pravo\\_evropske\\_unie/index\\_1.html](https://www.mzv.cz/jnp/cz/zahranicni_vztahy/cr_v_evrope/pravo_evropske_unie/index_1.html)
- Ministerstvo zemědělství (2019a). *Státní zemědělská a potravinářská inspekce*. Cit. 19.3.2019, Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/szpi/>
- Ministerstvo zemědělství (2019b). *Státní veterinární správa*. Cit. 18.3.2019, Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/svs/eagri/>
- Rada, I. (2015). Zvláštní subjekty právních vztahů – podnikatel, odborník, spotřebitel, slabší smluvní strana. *epravo.cz*. Dostupné z: <https://www.epravo.cz/top/clanky/zvlastni-subjekty-pravnich-vztahu-podnikatel-odbornik-spotrebitelem-slabsi-smluvni-strana-96776.html>
- Rámeš, I & Marečková, D. (2018) Oznámení Evropské komise boji s dvojí kvalitou potravin. *EU Právní novinky*, 2018, 1, s. 14. Cit. 2.4.2019, Dostupné: <https://www.beck-online.cz/bo/document-view.seam?documentId=nrptembrhbpwk5lqnzptcx3tl4yti>
- Rozdílná kvalita potravin v EU. (2016). *dTest*, 2016, 7, Cit. 7.4.2017, Dostupné z: <https://www.dtest.cz/clanek-5156/rozdilna-kvalita-potravin-v-eu>
- Safe Diesel (2019) *Safe Diesel. Ochrana spotřebitelů*. Cit. 8.4.2019, Dostupné z: <https://www.safediesel.cz/#dieselgate>
- Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace (2019a). *SOS Asociace. Sdružení Obrany Spotřebitelů*. Cit. 3.3.2019, Dostupné z: <https://www.asociace-sos.cz/pro-spotrebitele/kontakty/osobni-poradenstvi/>
- Sdružení obrany spotřebitelů – Asociace (2019b). *SOS Asociace. Sdružení Obrany Spotřebitelů*. Cit. 3.3.2019, Dostupné z: <https://www.asociace-sos.cz/pro-spotrebitele/onas/>
- Seznam.cz (2017). *stream.cz*. Cit. 9.4.2019, Dostupné z: <https://www.stream.cz/adost/10019199-dvoji-kvalita-potravin-a-nasi-politici>
- Státní veterinární správa (2019). *Státní veterinární správa*. Cit. 20.3.2019, Dostupné z: <https://www.svs.cz/povinne-zverejnovane-informace-podle-zakona-c-1061999-sb/duvod-a-zpusob-zalozeni/>
- Státní zemědělská a potravinářská inspekce (2018). *Státní zemědělská a potravinářská inspekce*. Cit. 18.3.2019, Dostupné z: <http://www.szpi.gov.cz/clanek/kontrolni-cinnost-szpi.aspx>
- Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (2019a). *Úřad pro ochranu hospodářské soutěže*. Cit. 4.4.2019, Dostupné z: <https://www.uohs.cz/cs/o-uradu.html>
- Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (2019b). *Úřad pro ochranu hospodářské soutěže*. Cit. 4.4.2019, Dostupné z: <https://www.uohs.cz/cs/o-uradu/vedeni-uradu.html>

Zima, P. (2018). Hromadné žaloby. *Právní rozhledy*, 2018, 5, s. 153. Cit. 4.4.2019, Dostupné z: <https://www.beck-online.cz/bo/chapterview-document.seam?documentId=nrptembrhbpxa4s7gvpxgxzrguzq&groupIndex=3&rowIndex=0>

## Právní předpisy EU

Narízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 254/2014 o víceletém programu pro spotřebitele na období 2014-2020.

Narízení 2006/2004 o spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele.

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES.

Směrnice 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům.

Směrnice 2001/37/ES týkající se výroby, obchodní úpravy a prodeje tabákových výrobků.

Směrnice 2001/95/ES o obecné bezpečnosti výrobků.

## Právní předpisy České republiky

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

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

Zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci.

Zákon č. 166/1999 Sb., Veterinární zákon.

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

Zákon č. 273/1996 Sb., o působnosti Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže.

Zákon č. 40/2009 Sb., Trestní zákoník.

Zákon č. 570/1991 Sb., o živnostenských úřadech.

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

Zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci.

Zákon č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník.

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

Zákon č. 29/2000 Sb., o poštovních službách.

## Soudní judikatura

rozsudek Krajského soudu v Brně ze dne 18. ledna 2018, sp. zn. 30 A 57/2016

rozsudek Městského soudu v Praze ze 19. června 2018, sp. zn. 8 A 57/2015

rozsudek Městského soudu v Praze ze 20. prosince 2018, sp. zn. 10 A 27/2016

rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 28. listopadu 2018, sp. zn. 9 A 78/2016  
rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 30. dubna 2015, sp. zn. 9 A 330/2011  
rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 22. února 2011, sp. zn. 28 Cdo 2552/2011  
rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 30. května 2007, sp. zn. 32 Odo 229/2006  
rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 5. srpna 2008, sp. zn. 28 Cdo 864/2008  
rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 19. ledna 2017, sp. zn. 9 As 93/2016  
rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 20. dubna 2018, sp. zn. 4 As 60/2018  
rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 21 června 2018, sp. zn. 2 As 269/2016  
rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 29. listopadu 2017, sp. zn. 6 As 117/2017  
rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 31. května 2018, sp. zn. 4 As 123/2018  
rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 6. října 2016, sp. zn. 9 As 261/2015  
rozsudek Soudního dvora Evropské unie ve spojených věcech C-541/99 a C-542/99 ze dne 22. listopadu 2001, Cape Snc proti Idealservice Srl a Idealservice MN RE Sas proti OMAI Srl.  
rozsudek Soudního dvora Evropské unie ve věci C-565/12 ze dne 27. března 2014, LCL Le Crédit Lyonnais SA proti Fesihu Kalhanovi  
usnesení Nejvyššího soudního dvora ze dne 21 listopadu, sp. zn. 4 Ob 152/17g

# Seznam příloh

Příloha A – Rozhovor s vedoucím pobočky Sdružení obrany spotřebitele Ondřejem Zelenkou

# Přílohy

Příloha A – Rozhovor s vedoucím pobočky Sdružení obrany spotřebitele Ondřejem Zelenkou

## **Kolik dotazů evidujete na Plzeňské pobočce za loňský rok?**

Přesné číslo za rok bohužel nelze určit. Eviduji desítky emailů do roka, desítky telefonických dotazů, ovšem nejvíce klienti navštěvují poradnu osobně. Poradna má otevřeno dva dny v týdnu, dvě hodiny. Mnohdy zůstávám v kanceláři déle, neboť o porady je čím dál tím větší zájem. Za týden přijde průměrně šest lidí na osobní konzultaci, mnozí však opakovaně. Stává se také, že se s klienty scházím ve svém volném čase mimo prostory kanceláře.

## **Je počet dotazů menší, než v minulých letech?**

Počet dotazů se několikanásobně zvyšuje. Dalo by se říci, až každý měsíc. Nejhorší období eviduji v zimních měsících, kdy se na mě obrací lidé, kteří byli přemluveni ke změně dodavatele energií.

## **Dokážete odhadnout, zda bude počet dotazů v nejbližších letech stoupat či klesat?**

Téměř s jistotou mohu předpovědět, že počet dotazů stále poroste. Prodejci jsou každým dnem vynalézavější.

## **Jaké konkrétní dotazy řešíte nejčastěji?**

Nejčastěji se týkají dotazy změny dodavatele energií, spotřebitelských úvěrů, odstupování od různých smluv, výpovědi plných mocí a v neposlední řadě sankce a uzavírání smluv na předváděcích akcích.

## **Pracujete na této pobočce sám?**

Jelikož má tato kancelář čím dál více klientů, není možné, abych byl na poradně sám. Proto si k sobě vybírám spolupracovníky, kteří mají zkušenosti a také umí komunikovat s lidmi. Je nutné, aby dokázali člověku porozumět a zároveň mu poradit. V současné době mám na poradně jednoho spolupracujícího studenta Právnické fakulty ZČU.

**Sledujete změnu v rozložení dotazů? Převažují dnes některé druhy dotazů, které v minulosti nebyly tak časté?**

Ano, jak jsem již zmínil, nejvíce nyní eviduji dotazy a žádosti o pomoc týkající se změny dodavatele energií. S tím spojené zplnomocnění k uzavírání aukčních smluv, dále spojené poplatky za předčasné ukončení smlouvy s dosavadním dodavatelem a výhrůžky společností exekučním řízením. Toto v minulých letech nebylo tak časté.

**Jak nejlépe postupovat, pokud mám podezření na porušení mých práv spotřebitele?**

Záleží, zda máte právnické vzdělání či nikoli. Právo náleží bdělým, a to v dnešní době platí dvojnásob. V případě, že právnické vzdělání nemáte, doporučuji nejprve vyhledat nějakou poradnu zabývající se konkrétním problémem. Poradce pak doporučí konkrétní postup a velice často dále odkáže na příslušnou instituci, v jejíž působnosti je řešení onoho problému. Možná varianta je také návštěva advokáta. Pokud máte právnické vzdělání, řešení právního problému je o mnoho snazší.

**Věnuje se vaše organizace i bezplatnému zastupování spotřebitelů před soudy?**

Omlouvám se za strohou odpověď, ale ne.

**Spolupracujete i s dalšími organizacemi na ochranu spotřebitele?**

Obávám se, že mou odpovědí bude pouze ne.

**Co byste doporučil spotřebitelům do budoucnosti?**

Doporučení by mohlo být mnoho. To nejdůležitější však zní, nenechat se ošidit, stát si za svým právem a především, pokud se spotřebitel dostane do problému, ten problém řešit. Mnoho lidí si řekne, že ta pokuta, kterou dostali, není tak vysoká, tak ji prostě zaplatí. Avšak stává se, že silnější strana, prodejce - podnikatel, sankci požaduje zcela neoprávněně. Klienti ji však uhradí, aby měli klid. Na závěr tedy musím zopakovat, **PRÁVO NÁLEŽÍ BDĚLÝM.**

# Abstrakt

PYTLOUN, Jaroslav. *Ochrana spotřebitele v České republice*. Plzeň, 2019. 60 s. Bakalářská práce. Západočeská univerzita v Plzni. Fakulta ekonomická.

## Klíčová slova

Ochrana spotřebitele, nekalá obchodní praktika, spotřebitelské právo, instituce zabývající se ochranou spotřebitele, spotřebitel, podnikatel

Tato bakalářská práce je zaměřena na ochranu spotřebitele v České republice. Cílem této bakalářské práce je s využitím informací získaných z teorie analyzovat konkrétní příklady porušování práv spotřebitelů, které jsou zpracovány v praktické části, a na základě zjištěných poznatků formulovat doporučení pro podnikatele a pro spotřebitele. V teoretické části této práce je představena právní úprava spotřebitelských práv. Dále jsou zde definovány základní pojmy, které souvisejí se spotřebitelským právem. Následně jsou v práci charakterizovány instituce zabývající se ochranou spotřebitele. V praktické části jsou uvedeny informace o velkých aférách porušování práv spotřebitelů. Jedná se o aféru Dieselgate a o problém s dvojitou kvalitou potravin. Následně jsou v této práci analyzovány a vyhodnoceny konkrétní příklady, které jsou zaměřeny na ochranu spotřebitele. V závěru praktické části této práce je rozhovor s vedoucím plzeňské pobočky neziskové organizace Sdružení obrany spotřebitele zabývající se ochranou spotřebitele. V této práci je následně také formulováno doporučení pro podnikatele a spotřebitele.



# Abstract

PYTLOUN, Jaroslav. *Consumer protection in the Czech republic*. Plzeň, 2019. 60 s. Bachelor Thesis. University of West Bohemia. Faculty of Economics.

## Key words

Consumer protection, unfair business practice, consumer rights, institutions dealing with consumer protection, consumer, entrepreneur

This bachelor thesis is focused on consumer protection in the Czech Republic. The aim of this bachelor thesis is to use information obtained from theory to analyze specific examples of violations of consumer rights in the practical part and to formulate recommendations for entrepreneurs and consumers based on the findings. The theoretical part of this thesis introduces the legal regulation of consumer rights. Furthermore, it also defines the basic terms related to consumer law. Subsequently, this thesis describes the institutions dealing with consumer protection. The practical part contains information about big affairs of violations of consumer rights. This is, in particular, the Dieseltgate affair and a double food quality problem. Subsequently, this thesis analyzes and assesses some specific examples of consumer protection. At the end of the practical part of this thesis, there is an interview with the head of the Pilsen branch of the non-profit organization Consumer Defense Consortium dealing with consumer protection. Subsequently, this thesis also brings some recommendations for entrepreneurs and consumers.