

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Ochrana spotřebitele v České republice

Consumer protection in the Czech Republic

Týzl Josef

Cheb 2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Ochrana spotřebitele v České republice“

vypracoval samostatně za použití pramenů uvedených v přiložené bibliografii.

V Chebu, dne

.....

podpis autora

Obsah

Úvod.....	6
1 Základní pojmy ochrany spotřebitele	8
1.1 Vymezení základních pojmů.....	8
1.1.1 Spotřebitel.....	8
1.1.2 Podnikatel	9
1.1.3 Výrobek a služba	9
1.1.4 Ochrana spotřebitele	10
2 Politika na ochranu spotřebitele v EU	11
2.1 Politika EU a členění politik.....	11
2.2 Začlenění cestovního ruchu podle Evropské unie.....	12
2.3 Nástroje politik.....	13
2.4 Rozdělení pravomocí Evropské unie	13
2.4.1 Smlouva o fungování EU.....	14
2.4.2 Lisabonská smlouva.....	14
2.5 Cíle politiky Evropské unie na ochranu spotřebitele	15
2.6 Instrukce zabývající se ochranou spotřebitele pro EU.....	16
2.7 Práva a povinnosti spotřebitele z pohledu EU	17
2.7.1 Práva spotřebitele.....	17
2.7.2 Povinnosti spotřebitele.....	17
3 Politika na ochranu spotřebitele v České republice	18
3.1 Historie ochrany spotřebitele v ČR	18
3.2 Vznik koncepce politiky na ochranu spotřebitele	22
3.2.1 Koncepce pro období 2001 – 2005	23
3.2.2 Období 2006 – 2010	23
3.2.3 Období 2011 – 2014	24
4 Instrukce zabývající se ochranou spotřebitele v ČR	25
4.1 Vládní instituce.....	25
4.1.1 Parlament České republiky	25
4.1.2 Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky	25
4.1.3 Veřejný ochránce práv	26
4.1.4 Státní dozorové organizace.....	27
4.1.5 Ostatní státní instituce.....	27
4.1.6 Česká obchodní inspekce.....	28
4.2 Nevládní instituce.....	29
4.2.1 Sdružení obrany spotřebitelů, o. s.	29
4.2.2 Občanské sdružení spotřebitelů TEST.....	30
4.2.3 Úřad pro ochranu osobních údajů (ÚOOÚ).....	30
4.2.4 Ostatní sdružení	31
4.3 Změny v legislativě ČR – nový občanský zákoník	31
5 Realizace politiky na ochranu spotřebitele v oblasti cestovního ruchu	34

5.1	Poskytování služeb cestovního ruchu	34
5.1.1	Cestovní ruch	34
5.2	Situace kdy nejčastěji dochází k porušování práv spotřebitelů	34
5.2.1	Příklad - Krach cestovní kanceláře	35
5.2.2	Příklad – Porušení práv spotřebitele	38
5.2.3	Příklad – Nekalé praktiky prodejců	42
	Závěr	46
	Seznam použitých zkratk	47
	Seznam použité literatury	48

Úvod

Ochrana spotřebitele vždy byla a bude aktuální otázkou, proto jsem si toto téma vybral. Týká se většiny občanů, neboť vystupují v rolích samotných spotřebitelů nebo se naopak staví do role podnikatelů.

Podnikatelé zastupují funkci těch, kteří poskytují zboží či služby. Ti z nás, co využívají tyto služby (ubytování v hotelu, jízda hromadnou dopravou, platba za večeři v restauračním zařízení) nebo nakupují různé zboží (od potravin, přes denní tisk až po automobily) jsou označováni jako spotřebitelé.

Samotná ochrana spotřebitele je tvořena systémem institucí, zákonů, spotřebitelských organizací a aktivit, které prostupují celou společností. Problematika ochrany spotřebitele zahrnuje oblast politiky, ekonomiky, výzkumu, zkoušek a testování a vlastní aktivní činnosti občanů, na které bude v textu brán největší zřetel.

V první části bude definována politika Evropské unie na ochranu spotřebitele, historického vývoje, aktuálních cílů a plánů a aktivně používaných nástrojů na prosazování této politiky.

V České republice není ochrana spotřebitelů, především co se týče znalostí práv a povinností spotřebitelů a jejich aktivní činnosti, na tak vysoké úrovni, jako v některých jiných státech Evropské unie. V souvislosti se vstupem České republiky do Evropské Unie bylo třeba harmonizovat a upravit většinu právních předpisů tak, aby odpovídaly standardům Evropské unie. Tímto aktem byla zároveň posílena ochrana spotřebitelů. Úroveň ochrany spotřebitele samozřejmě nezávisí pouze na právních předpisech, ale také na aktivním zapojení občanů daného státu a jejich informovanosti.

V teoretické části jsem chtěl přiblížit historii a vývoj ochrany spotřebitele v České republice, základní pojmy související s tematikou a zachytit přístup k ochraně spotřebitele jednak ze strany státních institucí, zahrnujících zákonné pojetí ochrany spotřebitele a jednak přístup organizací zabývajících se přímo ochranou spotřebitele.

Obsahem praktické části je naznačení fungování ochrany spotřebitele v České republice. Odráží se v ní i záměry a legislativa Evropské unie, která do jisté míry upravuje pravomoci v České republice. V ukázkách jsou vyznačeny nejdůležitější zákony a nařízení, které daný problém upravují, usměrňují a řídí se jimi spotřebitelé při sjednání nápravy v případě porušení jejich práv.

Cílem této bakalářské práce je výstižně popsat aktuální plány a strategie politik Evropské unie i České republiky ohledně problematiky ochrany spotřebitele. Kvůli rozsáhlosti samotného tématu se práce a především praktická část konkrétněji zaměří na oblast ochrany spotřebitele při uskutečňování činností spojených s cestováním a s cestovním ruchem.

Práce vysvětluje důvody vzniku legislativy ochrany spotřebitele v České republice, respektive v Evropské unii. Jsou zde uvedeny a vysvětleny i základní práva spotřebitelů. Legislativa používaná v této práci je platná k 31. 03. 2014.

V textu bude použito několik definic zákonů z Úplného znění zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele (dále také Zákon), neboť je základním opěrným bodem pro ochranu spotřebitele a některé další části textu na něj odkazují.

1 Základní pojmy ochrany spotřebitele

Vznik vztahu mezi spotřebitelem a prodejcem bychom dokázali najít již v dávné historii. Dříve se jednalo o směnu zboží nebo výměnu služby za službu a tyto vztahy byly postupně doplněny o platidlo, které umožňovalo propojit libovolné kombinace výměny či prodeje služeb nebo zboží. Před dalším pokračováním v používání těchto pojmů je třeba dané pojmy vysvětlit s odkazem na legislativu, kterou se civilizovaná společnost řídí. Pojmy jako jsou spotřebitelé, prodávající anebo výrobek a služba.

1.1 Vymezení základních pojmů

1.1.1 Spotřebitel

Podle Macmillanova slovníku moderní ekonomie a podle odborníka Philipa Kotlera z knihy Marketing podle Kotlera, došla autorka díla Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie Olga Horová k definici, která tvrdí:

“Lze tedy říci, že spotřebitel je vedle podnikatelů dalším účastníkem trhu, je subjektem vznikajících právních vztahů a zároveň je i možným objektem nepoctivého jednání ze strany podnikatelů. Spotřebitele chápeme jako subjekt, který spotřebovává, užívá, konzumuje zakoupené zboží. Ze zákona o ochraně spotřebitele vyplývá, že spotřebitelem nemusí být vždy pouze jednatel, ale může to být i organizace či domácnost, zkrátka každý, kdo si prostřednictvím koupě opatřuje výrobky nebo služby k uspokojení svých potřeb. To znamená, že spotřebitelem je i podnikatel, který nepoužívá zakoupených výrobků, respektive služeb, ke své podnikatelské činnosti a vystupuje jako jejich konečný uživatel“ (Horová, 7 s., 2006)

Pro účely Zákona o ochraně spotřebitele (§2 odst. 1 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele) se pod pojmem spotřebitel rozumí:

“spotřebitelem je fyzická nebo právnická osoba, která nakupuje výrobky nebo užívá služby za jiným účelem než pro podnikání s těmito výrobky nebo službami.“ (Zákon, 2014)

„Definice spotřebitele uvedená ve směrnici Evropské unie označuje spotřebitele jako fyzickou osobu (nikoliv právnickou), jež jedná za účelem, který je mimo oblast její činnosti podnikání nebo profese.“ (Horová, 8 s., 2006)

„Spotřebitelem je fyzická nebo právnická osoba, která nakupuje výrobky nebo užívá služby za jiným účelem než pro podnikání s těmito výrobky nebo službami. Využívá je tedy pro svou potřebu.

Na tomto místě je ovšem nutné podotknout, že se objevuje problém charakteristiky právnické osoby jakožto spotřebitele. Odborníci totiž poukazují na skutečnost, že právnická osoba nakupuje automobily, telefony, faxy apod. proto, aby mohla obchodovat, psát faktury, tedy podnikat. Tato skutečnost vede v konečném důsledku k názoru, že by se na právnické osoby tato charakteristika vztahovat neměla. Vzhledem k tomu, že se doposud nic takového definitivně nerozhodlo, i my budeme, alespoň prozatím, brát právnickou osobu jakožto potenciálního spotřebitele se všemi jeho právy i povinnostmi., (Matusiková, 21 s., 2008)

1.1.2 Podnikatel

Za prodávajícího může být označován podnikatel, který spotřebiteli prodává výrobky nebo poskytuje služby, či fyzická osoba, která prodává spotřebiteli rostlinné a živočišné výrobky z vlastní drobné pěstitelské nebo chovatelské činnosti anebo lesní plodiny (§2, odst.1, písm.b) zákona č.634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.(Zákon, 2014)

1.1.3 Výrobek a služba

Výrobek

Za výrobek může být považována jakákoliv věc, která byla vyrobena, vytěžena nebo jinak získána bez ohledu na stupeň jejího zpracování a je určena k nabídce spotřebiteli (§2, odst. 1, písm. f) zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele).(Zákon, 2014)

Služba

Službou se rozumí jakákoliv podnikatelská činnost, která je určena k nabídce spotřebiteli s výjimkou činností upravených zvláštními zákony.(§2, odst. 1, písm. j zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele) Zvláštní zákon upravuje například činnosti profesí, které se netýkají tématu této bakalářské práce, proto je netřeba je zmiňovat.(Zákon, 2014)

1.1.4 Ochrana spotřebitele

Definice ochrany spotřebitele (dále také OS) je základem pro další pokračování jejího samotného řešení. Autorka Horová při popisu OS užívá následující definici. Jde o systematickou, cílevědomou činnost občanů, organizací a vlády státu směřující k posílení postavení spotřebitele na trhu a k zajištění a udržování přiměřené ochrany mezinárodně uznaných práv spotřebitelů (především ochrana bezpečnosti a zdraví občanů).(Horová, 2006)

Podle autorky Irah Kučerové (dále také Kučerová) je politika ochrany spotřebitele chápána jako cílená činnost států a komunitárních orgánů, které upravují práva a povinnosti ekonomických subjektů na trhu takovým způsobem, aby byl realizován spotřebitelský užitek. Podmínky spotřeby musí být vymezeny systémově, aby nedocházelo k narušování hospodářské soutěže. Politika ochrany spotřebitele by měla být provázána s ostatními koordinovanými politikami Evropské Unie. (Kučerová, 2010)

2 Politika na ochranu spotřebitele v EU

2.1 Politika EU a členění politik

„Politika na ochranu spotřebitele je jednou z politik Evropské unie. Termín „politika EU“ je možné chápat jako aktivity, které jsou plně realizovány jejími institucemi nebo se na jejich realizaci její instituce podílejí s tím, aby byly jejich prostřednictvím dosaženy cíle vymezené v základních smlouvách, na nichž se musí dohodnout všechny členské země jednomyslně. Rovněž jejich další změna či doplnění může proběhnout pouze při jednomyslném souhlasu členů EU. Tyto cíle jsou důležité, protože určují prostor pro chování členských států. Ty by se totiž dle primárního práva měly zdržet všech opatření, která by mohla ohrozit dosažení cílů Unie.“ (Cihelková, str. 120, 2011).

Politiky EU lze členit podle různých kritérií. Autor Lacina ve své knize Učebnice evropské integrace (dále také Lacina) vyzdvihuje a člení politiky, s odkazem na Lisabonskou smlouvu, která bude zmíněna v textu níže, na společné politiky, sdílené politiky a politiky, které provádí podporu a koordinaci a doplňkové činnosti. Jsou zmíněny pouze ty nejdůležitější. Pro přesnější vyhledání dalších údajů je doporučeno obracet se na znění Lisabonské smlouvy. Rozdělení politik na tři hlavní je na jedné straně zavádějící, ale na straně druhé slouží pro rychlejší pochopení stanovených principů. (Lacina, 2011)

Autoři další ekonomické literatury například Cihelková v knize Evropská ekonomická integrace: procesy, politiky, governance (dále také Cihelková) uvádí členění politik EU podle sféry vlivu dané konkrétní politiky. Upozorňuje na novou klasifikaci pravomoci Evropské unie, která je uvedena v Lisabonské smlouvě. Aktivity EU jsou rozděleny podle pravomocí a to, kde má EU pravomoc výlučnou, sdílenou, koordinovat s členskými zeměmi hospodářské politiky a politiky zaměstnanosti, vymezovat a provádět společnou zahraniční a bezpečnostní politiku, včetně postupného vymezení společné obranné politiky, provádět činnosti, jimiž podporuje, koordinuje nebo doplňuje činnosti členských států. (Cihelková, 2011)

Porovnáme-li obě uvedená členění, můžeme konstatovat, že politika na ochranu spotřebitele v EU patří mezi politiky sdílené, ve kterých má EU sdílenou pravomoc. Při situaci, kdy jednotný vnitřní trh směřuje k odstranění bariér pohybu, pak nejistota na straně kupujícího ohledně záruk a nezávadnosti kupovaného zboží či služby přínosy

jednotného vnitřního trhu snižuje. Vzniká potřeba stanovit standardy ochrany spotřebitele na evropské úrovni, protože některé členské státy argumentem národního systému ochrany spotřebitele bránily importu zboží z jiných zemí Evropského hospodářského společenství (dále jen EHS), a tedy fakticky znemožňovaly prosazení jednotného vnitřního trhu (dále také JVT).

„Existence národních politik na ochranu spotřebitele je jednoduše vysvětlitelná. Stabilní a jednoznačná právní úprava snižuje nejistotu na straně spotřebitele, a tím dlouhodobě podporuje spotřebu i hospodářský růst.

Jestliže JVT směřuje k odstranění bariér pohybu, pak nejistota kupujícího ohledně záruk a nezávadnosti kupovaného zboží či služby přínosy JVT snižuje. Vznikla potřeba stanovení standardů ochrany spotřebitele na evropské úrovni, neboť některé členské státy argumentem národního systému ochrany spotřebitele bránily importu zboží z jiných zemí EHS, tedy fakticky znemožňovaly prosazení vnitřního trhu.

Sdílená evropská politika je efektivním nástrojem i s ohledem na rozvoj informačních technologií. Dnes není problém nakoupit zboží elektronicky z kterékoli země EU a jako spotřebitel máme jistotu možnosti odstoupení od smlouvy, jasných záručních podmínek atp.

Důvody existence sdílené politiky, stejně tak jako její cíle, uvádí článek 169 SFEU. (Lacina, 239 s., 2011)

2.2 Začlenění cestovního ruchu podle Evropské unie

„Sféra cestovního ruchu patří mezi doplňkové politiky EU. Vlastně až po přijetí Lisabonské smlouvy se stala součástí legislativy Společenství a nyní je kodifikována v Hlavě XXII Smlouvy o Evropské unii. Činnost Unie v oblasti cestovního ruchu bude zaměřena především na:

- *Podporu vytváření příznivého prostředí pro rozvoj podniků v této oblasti*
- *Podporu spolupráce mezi členskými státy, zejména výměnou osvědčených postupů.*“ (Lacina, 276 s., 2011)

Lacina také uvádí, že cestovní ruch se podílí několika procenty na celkovém HDP Evropské unie (Lacina, 2011). To jsou ty evidované a viditelné finance. Ale příspěvek cestovního ruchu je daleko větší. Oblasti, které jsou postavené na myšlence příjezdu

turistů. Například restaurace v blízkosti využívané sjezdové dráhy. Vzhledem k tématu této práce, ale není třeba tuto problematiku dále rozvádět. Důvod proč je zde cestovní ruch samotný uveden je ten, že v příkladové části budou uváděny odkazy na ochranu spotřebitele při cestování. Cestování se přímo týká cestovního ruchu, ale ochrana spotřebitele tedy podle členění autora Laciny spadá pod jinou politiku Evropské unie. (Lacina, 2011)

2.3 Nástroje politik

„Politiky EU jsou realizovány pomocí různých nástrojů. Jednak jde o rozsáhlejší systém legislativních opatření o různé právní síle. Jako příklad mohou sloužit legislativní opatření, na jejichž podobu a realizaci mají v kontextu členění politik i zásady subsidiarity vliv jak unijní instituce, tak i orgány členských zemí. Tato opatření jsou přijímána v souvislosti s integračním vývojem, tj. odstraňováním bariér (dosud hlavně ekonomického charakteru) ve vztazích mezi jednotlivými členskými zeměmi.

Dále jsou v případě některých politik, na něž mají vliv převážně členské státy, přijímána různá opatření. Ty mají přispět ke koordinaci národních přístupů nebo mají být vhodným námětem pro řešení vzniklých problémů, jež jsou společné nebo obdobné pro všechny členské státy. Třetím významným nástrojem je propracovaný systém rozdělování financí pro různé aktivity z rozpočtu Evropské unie.“ (Cihelková, 125 s., 2011)

2.4 Rozdělení pravomocí Evropské unie

Sdílené politiky zajišťují rozdělení pravomocí a tím dané oblasti Evropské unie ztrácí část rozhodovací autonomie a musí se při rozhodování ohlížet na postoj ostatních členských zemí. Pro správné popsání konkrétních situací je nutné nejprve specifikovat a definovat určité termíny. Obecněji operace na jednotném evropském trhu znamená propojení mnoha složek. Spolupráce mezi členskými státy v současné době probíhá ve více než 30 oblastech. Například ministerstva mají v kompetenci konkrétní národní politiky. V důsledku členství České republiky (dále jen ČR) v Evropské unii (dále jen EU) dochází k situacím, kdy se ČR musí přizpůsobovat.

Velice specificky je omezeno Ministerstvo průmyslu a obchodu (dále také jen MPO), které ztrácí většinu svých rozhodovacích pravomocí. Na straně druhé je možné uvést Ministerstvo kultury, v jehož případě kulturní politika vstupem do EU nezaznamenala

výrazných změn v oblasti působení a rozhodování. EU do kulturní politiky evidentně nezasahuje a ponechává rozhodování v rukou členských států. V této oblasti může EU vystupovat jako zprostředkovatel podpory a sdílení dobrých zkušeností mezi členskými zeměmi.

Oblasti společného zájmu a konkrétních forem spolupráce jsou vždy nedílnou součástí takzvané primární legislativy EU. V současné době podle zakládajících smluv ve znění Lisabonské smlouvy. (businessinfo.cz, 2007)

2.4.1 Smlouva o fungování EU

Smlouva o fungování Evropské unie ve znění Lisabonské smlouvy, jejíž plné znění je k dispozici na webovém serveru europa.eu, neuvádí přímo členění politik, ale zavádí nové členění pravomocí Evropské unie. Cihelková to ve své publikaci definuje následovně: „*Lisabonská smlouva zavádí novou klasifikaci pravomocí Evropské unie. Aktivitu člení do pěti oblastí dle rozsahu kompetencí. EU tak uskutečňuje aktivitu, v nichž má pravomoc (ÚV ČR 2009, čl. 3-6 Smlouvy o fungování EU):*

- *výlučnou;*
- *sdílenou (s členskými státy);*
- *koordinovat s členskými zeměmi hospodářské politiky a politiky zaměstnanosti;*
- *vymezovat a provádět společnou zahraniční a bezpečnostní politiku, včetně postupného vymezení společné obranné politiky;*
- *provádět činnosti, jimiž podporuje, koordinuje nebo doplňuje činnosti členských států.*“(Cihelková, 125, 2011)

2.4.2 Lisabonská smlouva

V článku na webových stránkách europa.eu o Lisabonské smlouvě je detailní popis Lisabonské smlouvy, což je smlouva ze které většina novodobých zákonů a pravidel vychází. V platnost tato smlouva vstoupila 1. prosince 2009 v souladu s článkem 6 Lisabonské smlouvy.

Internetový odkaz hovoří o neustále se měnícím světě a o globalizaci. Ve světě změn Evropa řeší problémy jako je globalizace, demografické změny, změna klimatu, potřeba a obnova udržitelných a energetických zdrojů a nová bezpečnostní rizika. Ve 21. století jsou právě tohle výzvy, kterým Evropa čelí.

Tyto výzvy přesahují hranice států, takže řešit Evropskou unii jako samostatné státy by byl nesmysl. Členské země se s takovými problémy sami nevypořádají. Je zapotřebí, aby se EU modernizovala a jednala jako jeden celek, jedině tak je naděje na vypořádání se s těmito problémy a v první řadě hájení zájmů občanů. Internetový článek dále zmiňuje nedávné rozšíření z 15 na 28 členských států a to vyžadující potřebu účinných nástrojů, které mají zajistit správné fungování a schopnost reagovat na náhlé změny současného světa. O potřebě aktualizace některých základních pravidel spolupráce v rámci EU je následující citace (europa.eu, 2014):

„Právě to je cílem smlouvy podepsané 13. prosince 2007 v Lisabonu. Když se vedoucí představitelé členských států dohodli na těchto nových pravidlech, brali v úvahu stávající politické, hospodářské a společenské změny a potřebu naplnit očekávání občanů Unie. Lisabonská smlouva stanoví, co EU může a co nemůže dělat a jaké k tomu může používat prostředky. Mění strukturu orgánů Unie a jejich pracovní postupy. V důsledku toho smlouva posiluje demokratickou legitimitu EU a upevňuje její základní hodnoty.

Smlouva je výsledkem jednání mezi členskými státy v rámci tzv. mezivládní konference, které se účastnili i zástupci Evropské komise a Evropského parlamentu. Smlouvu ratifikovalo všech 28 členských zemí EU. Způsob ratifikace si jednotlivé země zvolily v souladu se svým ústavním pořádkem.“ (evropa.eu, 2014)

2.5 Cíle politiky Evropské unie na ochranu spotřebitele

V dokumentu Sdělení Komise Radě, Evropskému parlamentu a Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru, jsou uvedeny strategie spotřebitelské politiky EU pro období od roku 2007 do roku 2013 ze dne 13. března 2007. Stěžejní je zde snaha vytvořit lepší podmínky a co možná nejlepší ochranu pro spotřebitele. I přes neustálou snahu EU o jednolité vnitřní trh, je zde stále vidět rozdělení do 28 vnitrostátních malých trhů, kdy 1.7.2013 přibylo i Chorvatsko.

Navzdory rozdělení menších trhů bylo hospodářství EU tvořeno až 58 % HDP spotřebou občanů. Proto se EU zaměřuje přímo na spotřebitele a hlavně se soustředí na nárůst zaměstnanosti a konečného dosažení opětovného spojení s občany. Tři hlavní cíle Evropské komise pro toto období jsou následující:

- V první řadě má spotřebitel na trhu EU získat silnější postavení. Kontrola v rukou spotřebitelů je prospěšná pro obě strany, tedy jak pro občany, tak pro posílení kvalitní hospodářské soutěže. Spotřebitel má v silné pozici na trhu skutečnou možnost volby, potřebuje přesné informace, průhledný trh a důvěru, která musí vycházet z účinné ochrany a řádných práv.
- Druhým důležitým cílem je zvýšení blahobytu spotřebitelů v Evropské unii z hlediska ceny, výběru, kvality, různorodosti, dostupnosti a bezpečnosti. Sdělení Komise definuje blahobyt spotřebitele jako středobod dobře fungujících trhů.
- Nezbytná je pak vysoká úroveň ochrany proti hrozbám, kterým spotřebitel jako jednotlivec není schopen čelit. Tato ochrana je přímo spjata s důvěrou spotřebitele.
- Hlavním smyslem je dosáhnout propojeného a efektivního vnitřního trhu EU, s konkrétnějším zaměřením na maloobchodní trhy. Pokud se vrátíme k výše zmíněnému propojení důvěry s ochranou spotřebitele, můžeme tvrdit, že při dostatečně vysoké úrovni ochrany vzhledem k výrobkům, obchodním technologiím a metodám prodeje na maloobchodních trzích v rámci EU si spotřebitel tuto důvěru vybuduje.

To, čeho se Evropská Komise snaží dosáhnout, má být vytvoření konkurenčního prostředí spotřebitelských trhů. Ty by měly být otevřené, spravedlivé a transparentní. Spotřebitel bude mít právo na přesné informace o výrobcích či službách. Základní služby by měly být za dostupné a přijatelné ceny. Kontrola bezpečnosti výrobků musí být samozřejmostí, viz níže. Indikátor dobře fungujícího trhu zde bude obchodník, jakožto i nejmenší možný podnikatelský subjekt, kterému bude umožněno oslovit spotřebitele v kterékoli části EU. (businessinfo.cz, 2007)

2.6 Instituce zabývající se ochranou spotřebitele pro EU

Orgány zajišťující plnění cílů EU v oblasti ochrany spotřebitele jsou Evropská komise, Generální ředitelství pro zdraví a ochranu spotřebitele, Evropský parlament, Výbor pro vnitřní trh a ochranu spotřebitele a Rada Evropské unie.

„Generální ředitelství pro zdraví a ochranu spotřebitele je hlavním stálým orgánem pro ochranu spotřebitele v Evropské unii. Ředitelství vznikalo postupně tak, jak narůstal význam ochrany spotřebitele v rámci politiky Evropské unie.“ (Horová, 31 s., 2006)

2.7 Práva a povinnosti spotřebitele z pohledu EU

EU je zaměřena hlavně na následujících pět základních práv spotřebitele, která byla schválena Radou v dubnu roku 1975 v „Prvním programu Evropského společenství pro ochranu spotřebitelů a informační politiku“, jehož součástí byla tzv. „Charta práv spotřebitele“.

2.7.1 Práva spotřebitele

- právo na ochranu zdraví a bezpečnosti – při standardním používání nesmí v sobě zboží ani služba obsahovat riziko,
- právo na ochranu ekonomických zájmů – chrání uživatele proti klamavé reklamě, nepoctivým doložkám či vadným výrobkům a službám,
- právo na náhradu škody – spotřebitel by měl dostat radu či pomoc v případě vadného výrobku nebo neuspokojivé služby a stejně tak odškodnění za jakoukoliv škodu,
- právo na srovnávací informace – spotřebiteli by se mělo dostat dostatečných informací, na základě kterých by následně činil svá rozhodnutí,
- právo na zakládání spotřebitelských sdružení – z tohoto práva mimo jiné vyplývá, že by se legislativní návrhy související se zájmy spotřebitelů měly konzultovat se spotřebitelskými organizacemi.(euroskop.cz, 2014b)

2.7.2 Povinnosti spotřebitele

Z vyjmenovaných práv spotřebitele vyplývají logicky i povinnosti spotřebitelů v tržním hospodářství. Spotřebitel se musí chovat aktivně, což zahrnuje sběr a zájímání se o informace, na jejichž základě se pak odpovědně rozhoduje, vzdělávání se, aktivní uplatňování svých nároků, dodržování ekologických pravidel, zájem o zdraví či aktivní účast ve sdružení spotřebitelů. (euroskop.cz, 2014b)

3 Politika na ochranu spotřebitele v České republice

Na základě předchozí kapitoly můžeme konstatovat, že politika na ochranu spotřebitele patří v Evropské unii mezi koordinované politiky, ve kterých Evropská unie uplatňuje sdílené pravomoci. Tato skutečnost má zásadní význam pro formulaci cílů a obsahu politik na ochranu spotřebitele v jednotlivých členských zemích. V textu níže bude popsána historie vývoje ochrany spotřebitele v ČR.

3.1 Historie ochrany spotřebitele v ČR

České právo vznikalo a rozvíjelo se přiměřeně s rozvojem směny, obchodu i řemesel. Nemalou zásluhu mají i historické a politické události.

Nejednotnost městského práva zapříčiňovala nejistotu, na základě které bylo třeba sjednotit právní normy v jeden celek. Neoficiální prvním řešením se stalo používání díla Brikcího z Licska Práva městská z 30. let 16. století. Závazným zákoníkem pro města se stala ale až tvorba Pavla Kristiána z Koldína – Práva městská království Českého (poprvé vydaná v roce 1579). Ta sebou nesla právní předpisy, podle kterých se mohl definovat život ve městě. Byla zde ustanovení o městské správě, soudnictví, trestním právu, o majetkových, dědických nebo rodinných právech.

Prvky ochrany spotřebitele se začaly objevovat při rozvoji směnného obchodu. Bylo třeba upravit vztah mezi prodávajícím a kupujícím tak, aby ani jedna strana nepřišla k úhoně. O tom, že se jedná o dlouhodobou záležitost vypovídá i fakt, že již římské právo poskytovalo kupujícím dostatečnou ochranu při uzavírání smluv se současným nárokem zjišťování vady kupované věci.

Pavlem Kristiánem, který byl velký znalec a obdivovatel římského práva, byla v roce 1581 vydána Krátká suma, ve které byl uveden jednotný výklad jednotlivých ustanovení. To ručilo za stejné posuzování závazků prodávajících a kupujících třeba i v jiných městech. Ustanovení platila až do osmnáctého století a poslední část byla zrušena až v roce 1811, kdy vešel v platnost Všeobecný zákoník občanský.

Dále je třeba uvést, že mezi nejstarší typy smluv byla řazena smlouva trhová. V podmínkách mimo města, chápeme ve venkovských podmínkách, byla závazná smlouva směnná. Zvýšená pozornost byla věnována nakládání s nemovitostmi. Zakázáno bylo prodávat nemovitosti po setmění. S ohledem na skutečnost, že neexistovala žádná evidence, byl zápis do desek ponecháván na vlastníkově. Prodávající

podle tradice odpovídal za právní vady prodané nemovitosti. Plyne z toho, že ručil za to, že se na nemovitost nevází práva třetích stran. Poslední zajímavostí mohlo být, že prodávající ručil a byl zodpovědný za to, že věc, kterou prodával, není kradená. Při prokázání opaku mohl být prodejce stíhán jako spolupachatel krádeže.

Již v této době si společnost uvědomovala, že je potřeba nejen uplatňovat zákony upravující smlouvy či odpovědnost, ale že je potřeba především aplikovat kontrolní činnosti. Dohled v kontrolních činnostech zajišťovali rychtáři a konšelé, byl tedy v působnosti měst. Vydávány byly řady týkající se trhů, o ochrany kupujícího, předepsaných pevných ceníků vybraných druhů zboží, tak aby nedocházelo k předražování.

Kontrolovalo se jak řemeslo, tak i obchod. Od roku 1390 měli hospodští povinnost mít v hostinci úřední žejdlík, který sloužil pro spotřebitele, jako možnost konali správnosti míry kupovaného produktu. Při kontrole prováděné konšeli a při zjištění nesrovnalosti byl prodejce pokutován.

Kvalitu prodáváného zboží hlídali a kontrolovali ministři rozličných řemesel. Ti mohli prohlížet kontrolované zboží a při zjištění nedostatků měli pravomoc odebrat závadné kusy z tržiště. Správnost měř a vah byla kontrolována a dozorem byli pověřeni konšelé. Kontrola byla v různých zemích značně problematická, z důvodu rozdílných měrných jednotek a je třeba zdůraznit, že k první snaze o sjednocení měř a vah došlo až v roce 1765. V této době bylo nařízeno používat dolnorakouskou sestavu měření. Pro značný odpor českých obchodníků bylo v českých zemích v roce 1781 povoleno používat i pražský systém měř a vah.

Pokuty v období 16. století

O případném přestupku v době okolo 16. století rozhodovali konšelé a rychtář. Když rychtář zjistil pochybení nebo nedostatky, znamenalo to do této doby smrt případně od 16. století useknutí ruky. Odvolání proti takovému rozhodnutí bylo možné, například u konšelů z jiných měst. Od roku 1548 se bylo možno odvolat k odvolacímu soudu. Odvolání v této době bylo finančně hodně náročné.

Snad nejhorším trestem bylo ponoření nepoctivce či zloděje v železném koši do Vltavy. Tento druh trestu byl nejčastěji užíván v zimních obdobích.

Cechy

V oblasti ochrany spotřebitele hrály výraznou roli řemeslné cechy. Pravomoci se z rukou konšelů a rychtáře postupně přesouvaly do rukou vznikajících řemeslných cechů. Například cechmířtři měli právo na dohled nad kvalitou práce jednotlivých mistrů. Samotné postavení cechů nebylo vždy pro spotřebitele tím nejlepším. Jejich působení se v průběhu času většinou poměrně dramaticky měnilo. Při růstu cechovního vlivu docházelo k omezování konkurence a tím i k omezení volné soutěže samotné. Tato skutečnost se odrážela na neopodstatněném růstu cen. Při takových situacích zasahoval panovník.

Novodobý pohled na ochranu spotřebitele

Novodobé úpravy tržní kontroly a ochrany spotřebitele začínají právními akty v období 19. století. Byla vydána řada norem, které se díky své platnosti staly nadčasové.

Zásadní význam pro zákonnou úpravu trhu měl Živnostenský řád (dál také ŽŘ). Byl vydán roku 1859 císařským patentem. Spousta ustanovení, které obsahoval, jsou platná dodnes. Jednalo se především o úpravu základních práv a povinností živnostníků. Byly to například označování provozoven, oceňování výrobků a služeb, a také zajištění hygieny nutné pro provoz živnosti. Z důvodu velikého rozšíření a úpadku kvality práce řemeslníků, bylo zapotřebí roku 1883 ŽŘ novelizovat a vytvořit povinnost vlastnění průkazu způsobilosti k výkonu určité profese či řemesla. (Matusiková, 2008)

„Níže uvedený výčet zákonů svědčí o tom, že spotřebitel byl objektem ochrany celé řady legislativních norem, přičemž vždy se dalo najít vhodné ujednání řešící problémovou situaci:

- *1852 zákon o podomním obchodě,*
- *1875 zákon o výčepních sklenicích používaných ve veřejných výčepních místnostech*
- *1895 zákon o výprodejích*
- *1897 zákon o obchodu s potravinami,*
- *1907 zákon o obchodu s vínem,*
- *1907 soubory předpisů upravujících výrobu a oběh potravin (byly nahrazeny státními, podnikovými či oborovými normami až v roce 1948),*

- 1918 zákon o ochraně odběratelů od klamání v obchodě o jakosti a způsobu výroby zboží,
- 1927 zákon proti nekalé soutěži

Zde na doplnění lze uvést, že jako nekalosoutěžní jednání bylo prezentováno na začátku 20. století mezi jinými provozování klamavé reklamy, nesprávné označování původu výrobků, zneužívání podnikových značek. Je známá např. řada soudních sporů firmy Baťa, jejíž logo se stávalo častým terčem parazitních praktik prodejců, ale i opraven obuvi.“(Matusiková, 17 s., 2008)

Vývoj ochrany spotřebitele po roce 1948

V období po válce v tehdejší Československé republice byl roku 1948 přijat zákon o vnitřním obchodě. Upravoval řízení a kontrolu oběhu zboží na vnitřním trhu. Občanský zákoník (141/1950 Sb.) nahradil obecný zákoník. Dále bylo provedeno nahrazení za občanský zákoník z roku 1964, jehož znění pozdějších předpisů má platnost dodnes. Rovněž roku 1964 navázal na zrušený Živnostenský řád zákon č. 109/1964 Sb., hospodářský zákoník. Jeho platnost skončila v roce 1991.

V té době dozor zajišťovaly Výbory lidové kontroly. Tyto výbory kontrolovali kvalitu a hospodaření výroby v podnicích. Státní obchodní inspekce měla rovněž pravomoci dozоровé organizace. Jejím hlavním úkolem se stala kontrola dodržování předpisů při obchodní činnosti. V rámci národních výborů působily i spotřebitelské rady, které podávaly návrhy a náměty ke zlepšení činnosti prodejen a závodních jídelen. Výše zmíněné instituce měly nejen kontrolní funkci, ale měly i pravomoc k ukládání sankcí.

Valným shromážděním byla přijata rezoluce Organizace spojených národů (dále také OSN) a na jejím základě roku 1986 začal platit Zákon o ochraně spotřebitele, ten měl za úkol přinést značnou pozitivní výhodu pro práva zákazníků respektive spotřebitelů. Definici přesnějších situací jako: kdo je spotřebitel, co může a nemůže, přinesla až novela vzniklá roku 1992 pod číslem zákona 634. Byla také doplněna řada dozоровých orgánů.(Matusiková, 2008)

Po vstupu České republiky do EU, přesněji v roce 2005 začalo fungovat Evropské spotřebitelské centrum. Vzniklo díky finanční podpoře Evropské unie. Je členem sítě evropských spotřebitelských center v zemích EU, Norsku a na Islandě, s nimiž při řešení problémů spolupracuje, nezabývá se však otázkami, stížnostmi a spory českých spotřebitelů na českém trhu. Pro spotřebitele bylo otevřeno v dubnu 2005 a nabízí:

- bezplatné informace a rady o právech spotřebitelů v zemích EU,
- bezplatnou spolupráci a pomoc spotřebitelům při vyřizování jejich stížností na kvalitu zakoupených výrobků a služeb v ostatních členských zemích EU včetně Norska a Islandu, na chování a jednání obchodníků v těchto zemích,
- je kontaktním místem pro bezplatné zprostředkování pomoci spotřebitelům při mimosoudním řešení jejich sporů s obchodníky v členských státech EU, Norsku a na Islandě. (evropskyspotrebitel.cz, 2014b)

3.2 Vznik koncepce politiky na ochranu spotřebitele

V České republice se první koncepce politiky na ochranu spotřebitele realizovala v letech 1999 v souvislosti s přípravou ČR na vstup do EU. Koncepce reagovala na požadavky Evropské komise, jejímž úkolem bylo upravit na stejnou úroveň opatření v oblasti ochrany spotřebitele. Bylo nutné vystihnout požadavky Bílé knihy na fungování spotřebitelské legislativy a uznání práv spotřebitelů.

K vysvětlení pojmu Bílá kniha nebo Bílé knihy Komise je třeba definovat, že se jedná o dokumenty, které pro konkrétní oblasti Společenství vypovídají o návrzích na jeho činnost. Bílá kniha mnohdy následuje po vydání Zelené knihy, která má za cíl zahájení procesu konzultací o daném tématu na evropské úrovni. Z Bílé knihy se může stát akční program Unie pro danou oblast po schválení Radou. Pro členské státy EU má Bílá kniha pouze doporučující povahu a není tedy závazným dokumentem. (euroskop.cz, 2014a)

Koncepce EU byla tvořena souborem krátkodobých úkolů, které měly vyřešit dosavadní problémy týkající se ochrany spotřebitele. Toto se především týkalo chápání legislativy Evropské unie, zajištění mechanismu pro sjednocení české spotřebitelské politiky a její zpětné jednotné vystupování a prezentování vůči EU. Dále se jednalo o zlepšení práv spotřebitele a posílení role spotřebitelských organizací mimo vládní sektor na vnitřním trhu.

Časem byly vytvořeny tři dokumenty. Konkrétně Koncepce spotřebitelské legislativy, Návrh postupů pro zajištění koordinační úlohy Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky v oblasti spotřebitelské politiky při jednání o připojení ČR k EU a Opatření pro posílení vlivu občanských spotřebitelských organizací na vnitřním trhu. K těmto dokumentům byl vytvořen i plán finanční podpory pro období po roce 2000. Spolu s výše zmíněnou Koncepcí spotřebitelské politiky pro roky 1999 a 2000 byl tak vytvořen

system priorit a cílů české spotřebitelské politiky. Tyto cíle byly prioritami ČR v krátkodobém i střednědobém měřítku.

3.2.1 Koncepce pro období 2001 – 2005

Koncepce spotřebitelské politiky pro roky 2001 až 2005 byla vládou schválena v roce 2000 a přímo navazuje na výše zmíněné dokumentační plány pro ochranu spotřebitele. Navazuje na úspěchy předchozí koncepce a také již reaguje na závazek ČR, který byl přijat v čl. 92 odst. 1 Evropské dohody. Tento závazek měl přizpůsobit systém ochrany spotřebitele v ČR ve Společenství.

Výše zmíněné Koncepce definují jasně stanovené cíle v ČR pro ochranu spotřebitele. Celkem logicky jsou dosti podobné právům ochrany, které definuje samotná EU. Jde o ochranu bezpečnosti života, zdraví a ekonomické zájmy občanů; přispívání k ochraně vnitřního trhu před nekalým jednáním; rozvíjení činnosti nevládních spotřebitelských organizací; zajistit a vylepšit informovanost občanů o jejich právech při nákupu zboží a služeb a o způsobech, jak na trhu uplatňovat své ekonomické zájmy. Další důležitá část se týká přispění k dosažení kompatibility trhu ČR a trhu EU do data vstupu České republiky do EU. ČR se měla podílet na vytvoření důvěry v elektronický trh a na jeho vývoji.

3.2.2 Období 2006 – 2010

Pro roky 2006 až 2010 byla další nová Koncepce vládou schválena v roce 2006. Ta opět navazuje na předchozí a stanoví nové úkoly. Opakují se v ní, již u Evropských nařízení zmíněné, zajištění bezpečnosti a zdraví spotřebitele. Ochranu ekonomických zájmů a podporu aktivit v oblasti vzdělávání a informování spotřebitelské veřejnosti. Podporu nevládních spotřebitelských subjektů. Dále Koncepce obsahuje úkoly pro orgány státní správy v legislativní i nelegislativní oblasti. V samostatné části je definována možnost státních dozorových orgánů vymáhat práva spotřebitele.

Předpoklad spolupráce na evropské a mezinárodní úrovni připomene ještě jeden, již zmíněný cíl, a to je vytvoření právních podmínek pro uplatňování mimosoudního řešení spotřebitelských sporů. Základ ochrany spotřebitele v ČR je obsažen v občanském zákoníku. (businessinfo.cz, 2007)

3.2.3 Období 2011 – 2014

Pro období let 2011 až 2014 jsou pro spotřebitelskou politiku stanoveny priority navazující na stávající pravidla a stav a dále posilující a rozvíjející stupeň ochrany spotřebitele. Jde hlavně o důsledné zajištění bezpečnosti výrobků či služeb pro zajištění ochrany života, zdraví a majetku spotřebitele. Mezi priority patří i spolupráce s Evropskou komisí a dalšími orgány EU na přípravě spotřebitelské legislativy, rozšiřování znalostí úrovně v oblasti ochrany spotřebitele, dále rozvoj informačních a vzdělávacích aktivit, které mají spotřebiteli pomoci k lepší základní orientaci na trhu.

Priority spotřebitelské politiky 2011 — 2014 je název materiálu, který byl Vládou České republiky schválen na jejím jednání dne 12. ledna 2011, usnesením č. 31. (mpo.cz, 2011)

4 Instituce zabývající se ochranou spotřebitele v ČR

V této části bude představeno několik organizací, které pomáhají spotřebitelům v ČR bránit jejich práva. Jejich definice a určení je klíčové pro použití v praktické části. Všechny níže uvedené instituce přímo nebo nepřímo vstupují do politiky ochrany spotřebitele a praktické ukázky ve čtvrté kapitole na ně mohou do určité míry odkazovat.

4.1 Vládní instituce

4.1.1 Parlament České republiky

Obě komory, Poslanecká sněmovna i Senát, tvořící Parlament České republiky, jsou odpovědné za přijímání zákonů, které slouží pro ochranu spotřebitele. Autorka Horová označuje Parlament České republiky za nejvyšší státní orgán, který se účastní ochrany spotřebitele v ČR. Sněmovna má na starosti volbu veřejného ochránce práv. (Horová,2006)

4.1.2 Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky

Dále jen MPO, je ústředním orgánem státní správy, zabývající se průmyslovou, energetickou i obchodní politikou ve spolupráci s jednotným trhem EU. Dále řeší politiku proexportní, politiku jednotnou surovinovou a využití nerostného bohatství.

Rovněž se zabývá podporou podnikání a investic v oblasti zpracovatelského průmyslu a průmyslového vývoje, techniky a technologií a řeší využití evropských fondů v této oblasti a zabývá se i dalšími aktivitami. V souvislosti s evropskou spotřebitelskou politikou zajišťuje bezproblémový průběh vnitřního obchodu a dále ochranu zájmů spotřebitele.(mpo.cz, 2010a)

Následuje několik nejdůležitějších právních předpisů EU na ochranu spotřebitele v působnosti MPO:

- *„Směrnice o ochraně spotřebitele při označování cen výrobků nabízených spotřebiteli (98/6/ES) ukládá povinnost obchodníkům uvádět u spotřebního zboží prodejní cenu a cenu za jednotku. U zboží, které není balené a množství se měří v přítomnosti spotřebitele, se cena uvádí pouze za jednotku. Ceny musí být jednoznačné, snadno zjistitelné a zřetelně čitelné. Členskými státy je však dána*

možnost upravit tyto povinnosti odlišně např. pro malé obchodníky, pro něž by uvedené povinnosti byly nadměrnou zátěží. Směrnice byla transponována zákonem č. 526/1990 Sb., o cenách, v platném znění.

- Směrnice o žalobách na zdržení se jednání v ochrany zájmů spotřebitelů (2009/22/ES) se plně opírá o původní směrnici 98/27/ES, která doznala velkého množství převážně jazykových změn. Na základě této směrnice mohou subjekty k tomu oprávněně zahájit soudní řízení, v němž budou hájit kolektivní zájmy spotřebitelů např. v oblasti klamavé reklamy, prodeje na dálku a mimo obchodní prostory, spotřebitelského úvěru nebo nepřiměřených smluvních podmínek. Oprávněnými subjekty v ČR jsou Sdružení českých spotřebitelů, SOS — Sdružení obrany spotřebitelů, o.s., Občanské sdružení spotřebitelů "TEST" a rovněž jakékoliv sdružení, v jehož stanovách je jako cíl uvedena ochrana spotřebitelů. Tyto subjekty mohou vystupovat na ochranu spotřebitelů i v jiném členském státě. Směrnice byla transponována zákonem č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, a zákonem č. 99/1963 Sb., občanský soudní řád, v platném znění.
- Směrnice o některých aspektech prodeje spotřebního zboží a záruk na toto zboží (1999/44/ES) má za cíl harmonizovat ty části smluvního práva týkajícího se prodejů spotřebiteli, které upravují právní záruky a do jisté míry i obchodní záruky. Platí pro kupní smlouvy o věcech movitých, nepoužitých i použitých. Základním prvkem je povinnost prodávajícího zaručit shodu zboží se smlouvou po dobu dvou let od dodání zboží. Pokud tuto povinnost poruší, odpovídá za vady. V takovém případě má spotřebitel právo na bezplatnou opravu, výměnu zboží za bezvadné, přiměřené snížení kupní ceny nebo odstoupení od smlouvy. Použije se způsob, který je nejvhodnější. Členské státy mohou stanovit, aby spotřebitel informoval prodávajícího o nedostacích do dvou měsíců od jejich zjištění. Pokud jde o obchodní záruky, musí být sepsány jasně a musí uvádět práva, která dávají spotřebiteli nad rámec zákonných záruk. Směrnice byla transponována zákonem č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, v platném znění (§ 612 — 627)“. (mpo.cz, 2010b)

4.1.3 Veřejný ochránce práv

Vliv veřejného ochránce práv v České republice je cílem na ochranu osob při jednání s úřady a ostatními institucemi, které vykonávají státní správu. Platí tehdy, pokud výkon

těchto institucí je v rozporu s právem nebo je jinak vadný či nesprávný a tím neodpovídá zásadám demokratického státu a pravidlům dobré státní správy. Dále se ombudsman angažuje v případech, kdy jsou orgány státní správy nečinné.

V kompetenci Ombudsmana je přijímání stížností, které jsou směřovány proti činnosti ministerstev a dalších správních úřadů pro území ČR a ostatních správních úřadů, také proti orgánům územní samosprávy, jako jsou například obce a kraje, ale to jen při výkonu státní správy. Nemůže zasahovat, jestliže rozhodují ve vlastní samosprávné působnosti.

Má speciální oprávnění v oblasti státní správy a soudnictví, jako "páka" proti předsedům a místopředsedům soudu v případě jejich pochybení. Ve zkratce by se dalo říci, při odhalení pochybení má možnost požádat instituce o zjednání nápravy. Dále lze uvést, že veřejný ochránce práv pomáhá obětem diskriminace a také hájí zájmy osob, kterým byla omezena osobní svoboda.

I přes všechny své pravomoci, ochránce nemá vliv na rozhodovací činnosti soudů a nemá oprávnění na zásah do činností institucí, jako jsou státní zastupitelství, parlament, vláda a prezident republiky, nejvyšší kontrolní úřad, zpravodajské služby České republiky nebo orgánů činných v trestním řízení. (ochrance.cz, 2014)

4.1.4 Státní dozorové organizace

V ČR působí 11 hlavních orgánů vykonávajících dozor v oblastech spojených s ochranou spotřebitele. Tyto orgány spadají pod Ministerstvo průmyslu a obchodu, Ministerstvo zemědělství, Ministerstvo zdravotnictví, Ministerstvo financí a Ministerstvo vnitra. Stává se, že se určité dozorové a kontrolní činnosti jednotlivých orgánů překrývají, proto Ministerstvo průmyslu a obchodu koordinuje veškeré činnosti na vnitřním trhu. (Horová, 2006)

4.1.5 Ostatní státní instituce

Pro úplnost je nutno zmínit i Státní zemědělskou a potravinářskou inspekci a Státní veterinární správu České republiky. Organizační složka státu označována též jako SZPI. Je podřízena Ministerstvu zemědělství. Má kompetence na dozor a kontrolu především zdravotní nezávadnosti, jakosti a řádného označování potravin (szpi.gov.cz, 2014)

Státní veterinární správa České republiky byla zřízena dle zákona č. 166/1999 Sb. a je státním orgánem správy spadající pod rezort zemědělství. Je aktivní v ochraně spotřebitele před zdraví škodlivými a závadnými produkty živočišného původu. Hlavním úkolem tohoto státního orgánu je ochrana spotřebitele před zdravotně závadnými produkty živočišného původu, dohled nad monitorováním a snahou udržet nakažové situace zvířat v příznivých číslech. Zajišťuje veterinární ochranu pro oblast ČR a má chránit pohodu zvířat a zamezit jejich týrání. (svscr.cz, 2014)

4.1.6 Česká obchodní inspekce

Česká obchodní inspekce (dále také ČOI) je orgánem státní správy, který je podřízený Ministerstvu průmyslu a obchodu České republiky. Vznikla ustanovením zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci. Nahradila dřívější organizaci s názvem Státní obchodní inspekce.

ČOI provádí kontrolu a dozor nad právníckými a fyzickými osobami, které prodávají či dodávají výrobky a zboží na vnitřní trh. Dále nad subjekty, které poskytují služby nebo činnost podobnou, které poskytují spotřebitelský úvěr nebo provozují tržiště. Pokud tyto případy má řešit a dozorovat jiný správní úřad, musí to být podle zvláštních právních předpisů.

ČOI má za úkol kontrolu splnění podmínek k zajištění kvality zboží nebo výrobků. Jde především o zabránění jejich škodlivosti na zdraví spotřebitele. Je nutná kontrola skladování i dopravy. Kontroly se týkají i měřidel. Při prodeji musí být používána ověřená měřidla tak, aby odpovídala příslušným předpisům, technickým normám a patřičnému schválení. Kontroluje se povinné označení výrobků při uvedení na trh, zda odpovídají předepsaným technickým požadavkům a pokud musí být opatřeny certifikátem, je nutné, aby byl přiložen.

Bezpečnost výrobků uvedených na trh je samozřejmostí. Další součástí kontroly je dozor nad vyřízením spotřebitelského úvěru tak, aby byly dodrženy všechny náležitosti stanovené právními předpisy v případě, že tento dozor není vykonáván Českou národní bankou.

Jestliže uváděné výrobky či služby nesplňují požadavky právních předpisů, může ČOI uplatnit zákaz prodeje nebo finanční sankce. Kontrolovanému subjektu, který poruší uváděné zákony, může Česká obchodní inspekce uložit pokutu do maximální částí 50

milionů korun. Za menší prohřešky je možné udělit blokovou pokutu s maximální výší 5000 korun. Pokuty se vztahují i na fyzické osoby, které prodávají produkty z drobné chovatelské nebo pěstitelské činnosti, nebo které prodávají lesní plodiny. Podmínky stanovuje zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.

ČOI v kamenných pobočkách poskytuje občanům v pracovních dnech informační a poradenské služby. Další možnost pro získání informací pro spotřebitele představují internetové stránky www.coi.cz. Zde jsou k nalezení základní informace o instituci samotné a zároveň informace, které jsou v souladu se zákonem č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím. Komunikaci s médii pro ČOI zajišťuje tiskový mluvčí v souladu se zákonem č. 46/2000 Sb. (coi.cz, 2013)

4.2 *Nevládní instituce*

4.2.1 Sdružení obrany spotřebitelů, o. s.

Toto sdružení bylo vytvořeno roku 1993 pod názvem Moravskoslezské sdružení spotřebitelů. Zkráceně uváděno jako SOS. Bylo zakladatelem a průkopníkem svého oboru, ale z důvodů vnitřních nesrovnalostí bylo nuceno roku 2010 ukončit svou činnost. Ukončení této frakce proběhlo prostřednictvím insolvenčního řízení.

Ze stránek www.spotrebitel.info je uživatel, resp. spotřebitel, směřován na stránky Občanského sdružení spotřebitelů TEST, vydavatel časopisu dTest. Ty rovněž nabízí spotřebitelský servis. Časopis dTest bude blíže uveden v textu níže.

Původní chování SOS mělo jako prioritu hájení spotřebitelských práv. Mělo za úkol spotřebitelské vzdělávání, shromažďování, zpracovávání a šíření informací potřebné pro ochranu spotřebitele. Vydáván byl dvoměsíčník SOS magazín pro spotřebitele, který informoval o aktuálním dění okolo činnosti a aktivit SOS. Dnes tento sektor zajišťuje časopis dTest.

Hlavním smyslem činnosti bylo zprostředkovat spotřebiteli informace o zákonech, které se týkají ochrany spotřebitele. Rovněž poukazyvaly na neetické či nezákonné praktiky podnikatelských subjektů. Spotřebitel měl možnost konzultovat své problémy. SOS se zaměřovalo na dodržování bezpečnosti výrobků jak potravinových tak i nepotravinových. Při problému, jakým je například výskyt nebezpečných výrobků,

sdužení informovalo příslušné správní orgány, jako například Českou obchodní inspekci, Státní zemědělskou a potravinářskou inspekci a další. (nasepenize.cz, 2010)

O spotřebitelských testech platí následující tvrzení: „*Soustředíme se také na zprostředkovávání spotřebitelských testů tak, aby s nimi byl seznámen co nejširší okruh spotřebitelů, kteří mají zájem o kvalitní a bezpečné výrobky. Při ochraně práv spotřebitelů spolupracujeme i se správními orgány a asociacemi podnikatelů. Výsledkem spolupráce s těmito asociacemi je např. web www.bezpecnynakup.cz.*“ (nasepenize.cz, 2010)

4.2.2 Občanské sdružení spotřebitelů TEST

Působí jako nezisková organizace, známá též díky časopisu dTest. Byla založena v roce 1992. Za cíl si dala sloužit spotřebitelům a spotřebitele chránit. A protože spotřebitelství zahrnuje vlastně vše, co člověka životem provází a co k životu potřebuje. Jejich prioritou se staly výrobky, za které spotřebitelé vydávají nejvíce peněz. Spotřebitelé by měli vědět, které výrobky jsou dobré a spolehlivé a naopak kterým se vyhnout, když budou mít k dispozici dostatek objektivních informací. Poté mají šanci na to, aby sami sebe ochránili. (dtest.cz, 2014a).

Webové rozhraní časopisu dTest je možné navštívit na stránce www.dtest.cz, kde je pro spotřebitele dostatečný prostor pro získávání informací, či poskytování zpětné vazby prostřednictvím komentářů.

4.2.3 Úřad pro ochranu osobních údajů (ÚOOÚ)

ÚOOÚ má podle § 2 odst. 2 zákona č. 101/2000 Sb. svěřeny kompetence ústředního správního úřadu pro oblast ochrany osobních údajů v rozsahu stanoveném tímto zákonem. Předsedu a inspektory jmenuje a odvolává prezident republiky na návrh Senátu Policie České republiky. Jedná se o nezávislý orgán, který kontroluje a dohlíží na dodržování zákonů, které upravují povinnosti o zpracování osobních údajů. Nabízí konzultace ohledně ochrany osobních údajů. Přijímá a řeší návrhy a stížnosti občanů o zpracování osobních údajů. Vede registr povolených zpracování osobních údajů.

Zákon o ochraně osobních údajů tedy zákon č. 101/2000 Sb., který vychází z Listiny základních práv a svobod, zaručuje právo na ochranu občana před narušením jeho soukromého nebo osobního života neoprávněným shromažďováním a zveřejňováním

osobních údajů. Důsledkem vlivu rozvoje informačních technologií (dále jen IT) je toto právo porušováno častěji než dříve. (uouu.cz, 2014)

4.2.4 Ostatní sdružení

V souvislosti s problematikou rozvoje IT je třeba zmínit Sdružení pro informační technologie a telekomunikace, jehož hlavním cílem je zavádění nových informačních technologií do společnosti a pracuje tedy především s a pro podnikatele. Ale zásadní plus pro samotného spotřebitele je v konečném důsledku rozvoj IT. Podnikatelé vytvářejí rozsáhlé sítě, zrychlují pohyb zboží či produktů a vyvíjí se i doručování zboží až k samotnému spotřebiteli. Širší možnosti pro získávání informací o produktech či službách přispívají k ochraně spotřebitele. (ictu.cz, 2014)

4.3 Změny v legislativě ČR – nový občanský zákoník

Od 1. ledna 2014 vešel v platnost nový občanský zákoník (dále jen NOZ). Mluví se o něm jako o základním soukromoprávním předpisu na ochranu spotřebitele (Občanský zákoník č. 40/1964 Sb, ve znění pozdějších předpisů). Obsahuje mnohá ustanovení týkající se ochrany spotřebitele, jedná se například o definici kupní smlouvy, která zní: *„Z kupní smlouvy vzniká prodávajícímu povinnost odevzdat kupujícímu předmět koupě a kupující má na druhé straně povinnost předmět koupě převzít a zaplatit za něj dohodnutou cenu.“*

Právě délka záruční doby, a rovněž způsoby možné způsoby vyřizování reklamací jsou upraveny v NOZ. Spotřebitele na jedné straně čeká omezení jeho možností na odvolání při zkrácení záruční doby, ale na straně druhé mu budou nabídnuty výhody, jako je třeba smírčí řízení při reklamaci zboží či služby.

Podrobnosti o změnách a o novinkách, které sebou přinesl NOZ, jsou rozsáhlejšího charakteru. Bylo nutné ho v této práci zmínit, neboť v příkladové části, bude třeba uvést jeho konkrétní části. Ale pro hlubší zamyšlení nad změnami v NOZ není v této práci prostor.

Záruční doba

Tématu záruční doby by se spotřebitel měl ze své vůle dobrovolně sám více věnovat. V případě služeb se sice záruční doba uplatňovat nedá, zde je zase důležité věnovat pozornost možnostem reklamace. O záruce a tedy o možnostech výměny zboží či

odstoupení od smlouvy s požadavkem na vrácení peněz lze říci mnohé. Přesnou definici najdeme v díle autora Laciny:

„Příkladem minimálního standardu platného ve všech členských státech Unie je např. délka záručních lhůt, které byly ve většině členských států nejen rozdílně dlouhé, ale i různě strukturované do skupin podle druhů zboží. Od roku 2002 platí ve všech členských zemích EU záruční doba na spotřební zboží v minimální délce dva roky, což dává spotřebitelům dostatečnou jistotu při nákupu na celém společném trhu. I Česká republika, která v procesu přistoupení harmonizovala svůj právní řád, musela pozměnit vnitrostátní předpisy a prodloužit zákonnou záruční lhůtu na dva roky“ (Lacina, 240, 2011)

Nebo například u definice Odpovědnost za vady prodané věci, kde prodávající odpovídá za vady, které se jeví jako rozpor s kupní smlouvou po převzetí věci v záruční době, nejde-li o věci, které se rychle kazí nebo byly použité. Záruční doba je u spotřebního zboží 24 měsíců, u potravinářského zboží je to 8 dní, u krmiv 3 týdny a u prodeje zvířat 6 týdnů. Záruční doby začínají běžet od převzetí věci kupujícím.

Spotřebitel by si měl prostudovat i všeobecné obchodní podmínky prodejce zboží, o které má zájem. Nejčastěji prodejci elektrických spotřebičů mají ve smlouvách uvedeny klauzule o ověření funkčnosti produktu autorizovaným servisem. Takže, když vrátíte výrobek s poukázáním na skutečnost, že nesplňuje všechny potřebné vlastnosti, reakce prodejce bývá většinou následující. Nechá výrobek zaslat do servisu, aby prověřili, zda skutečně je požadavek oprávněný. Servis má na vyřízení lhůtu 30ti dní. Pokud se vada při testování servisem neprojeví, je spotřebiteli výrobek vrácen bez toho, aby měl spotřebitel nárok na jakoukoli náhradu.

Spotřebitel má šanci se proti tomuto výroku bránit a to tak, že si za vlastní finanční prostředky nechá vypracovat znalecký posudek. Pokud znalec shledá na výrobku nedostatky a je ochoten to prokázat, má spotřebitel možnost dožadovat se svých práv u orgánů soudní moci. Většina prodejců, kteří vědí, že neprodávají zcela bezproblémové výrobky, spoléhá na nevoli spotřebitele utrácet další finanční prostředky za nejistý výsledek. Už jen platba za znalecký posudek není v malých sumách a s myšlenkou na soudní proces se málokdo bude chtít bránit touto cestou.

Z toho plyne několik jednoduchých rad pro spotřebitele:

- důkladně si prostudujte všeobecné obchodní podmínky smlouvy, se kterou samotnou koupí předmětu souhlasíte
- důkladně si prohlédněte výrobek, který plánujete zakoupit (V obchodě vidíte výrobek několik minut, ale čas, kdy s ním budete pracovat bude několikrát delší.)
- domáhejte se svých práv všemi možnými legálními způsoby

5 Realizace politiky na ochranu spotřebitele v oblasti cestovního ruchu

Následující část práce bude zaměřena na oblast poskytování služeb v cestovním ruchu a s tím spojená ochrana spotřebitele využívající tyto služby.

Konkrétní ukázky poškozování spotřebitelů přinesou daleko jasnější obraz o dané situaci. Dále je na nich možné demonstrovat jakými prostředky se spotřebitelé mohou bránit. Případy se budou týkat skutečným případů, které již v minulosti byly řešeny a jsou úzce spojeny s cestovním ruchem a cestováním jako takovým. V první řadě je nutné přesně definovat určité pojmy, například rozdíl mezi pojmem cestovní kancelář a cestovní agentura. Cestovní agentura je v případech zájezdů pouze zprostředkovatel. V případě porušení smluvních povinností je nutné, aby se spotřebitel obracel přímo na cestovní kancelář, která je uvedena ve smlouvě.

5.1 Poskytování služeb cestovního ruchu

5.1.1 Cestovní ruch

Obecně by se cestovní ruch dal definovat takto: „*Cestovní ruch je činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu ne delší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času, podnikání nebo jinými účely, nesouvisejícími s výkonem výdělečné činnosti v navštíveném místě.*

Formy cestovního ruchu:

- *oddychový cestovní ruch (nejmasovější)*
- *rekreační cestovní ruch*
- *sportovně turistický cestovní ruch*
- *lázeňsko léčebný cestovní ruch*
- *kulturně poznávací cestovní ruch*
- *zaměstnanecký cestovní ruch (veletrhy, výstavy)*
- *zvláštní formy cestovního ruchu (lov, sportovní soutěže)*“ (ceskojede.cz, 2014)

5.2 Situace kdy nejčastěji dochází k porušování práv spotřebitelů.

V následujícím textu jsou uvedeny tři konkrétní příklady, kdy dochází k porušení práv ochrany spotřebitele.

5.2.1 Příklad - Krach cestovní kanceláře

V médiích byl a zřejmě nadále bude často probíraným tématem úpadek některých cestovních kanceláří (dále jen CK), chápeme také podnikatelů, kteří se specializují na prodej zájezdů. Problémy, které se dostanou tak daleko, že je zmiňují média, jsou většinou označeny slovem krach. Často jsou tyto zprávy zmiňovány s informací, kdy zájezd prodávající společnost nedopraví domluvené osoby na jejich objednaný zájezd nebo kdy nechala určitý počet lidí na předem zaplacené dovolené, ale již nemá finanční prostředky na zaplacení jejich cesty zpět do ČR. Taková zkušenost je pro spotřebitele často nepříjemná, značně nákladná a v neposlední řadě velmi stresující.

Jedná se o specifický druh porušení práv spotřebitele, kde mu nebyl plně zprostředkován předmět cestovní smlouvy. Popis cestovní smlouvy můžeme nalézt v díle autorky Tomančákové - Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady (2.vydání) „*Cestovní smlouvou se provozovatel cestovní kanceláře zavazuje, že zákazníkovi poskytne zájezd. Za tento zájezd musí spotřebitel zaplatit smlouvenou cenu.*“ (Tomančáková, 94 s., 2011)

Hovoří i o nesplnění předmětu cestovní smlouvy: „*Cestovní kancelář odpovídá zákazníkovi za porušení závazků vyplývajících z uzavřené cestovní smlouvy bez ohledu na to, zda mají být tyto závazky splněny cestovní kanceláří nebo jinými dodavateli služeb cestovního ruchu poskytovaných v rámci zájezdu.*“ (Tomančáková, 97 s., 2011) další důležitou informací pro spotřebitele může být: „*Nesplní-li cestovní kancelář své povinnosti vyplývající z cestovní smlouvy nebo ze zákona řádně a včas, musí spotřebitel uplatnit své právo (reklamovat) u cestovní kanceláře bez zbytečného odkladu nejpozději do tří měsíců od skončení zájezdu.*“ (Tomančáková, 94 s., 2011)

Pro větší klid při odjezdu na dovolenou je třeba přezkontrolovat, zda má subjekt, u kterého dovolenou spotřebitel kupuje, řádně uzavřené pojištění pro případ úpadku. Tato rada vychází z níže citovaného článku:

„Přesto, že od roku 2004 by neměla podle zákona 159/99 existovat nepojištěná cestovní kancelář, pro váš klid před cestou i na zájezdu je dobré si prověřit, zda je Vámi vybraná cestovní kancelář pojištěna pro případ krachu. Každopádně při uzavírání smlouvy by vám měla CK předat certifikát o pojištění poskytující informaci se kterou pojišťovnou pojištění sjednala, co je pojištěním kryto, kam se v případě potřeby obrátit. Máte rovněž

možnost si v CK požádat o předložení pojistné smlouvy a zkontrolovat si, jestli je pojištění zapláceno na období vámi uvažované dovolené., (air-lowcost.cz, 2014)

Další možností je mít uzavřené cestovní pojištění vlastní. Většinou si cestovní pojištění zájemce může sjednat u prodejce zájezdu, ale to prodejce zájezdu ze zákona poskytovat nemusí. Při dnešních možnostech internetových vyhledávačů je dohledání, kalkulace a následná samotná koupě cestovního pojištění záležitostí několika minut. Pro inspiraci uvádím stránky www.top-pojisteni.cz, kde je konkrétní návod i s odkazy formulářů pro výpočet ceny cestovního pojištění. Stačí jen zvolit si patřičná kritéria a podle nich vybrat pojišťovnu, se kterou pojištění uzavře.

Podobným způsobem má zájemce možnost navštívit kamenné pobočky pojišťoven a vybrat postupně tu nejlepší, ale ve srovnání s internetovým formulářem je osobní přístup výrazně pomalejší a časově náročnější. Uzavřené vlastní cestovní pojištění by mohlo být bráno jako sebeobrana spotřebitele. Zákony a nařízení jsou vytvářeny paušálně, ale cestovní pojištění by mělo být zaměřené konkrétně a přímo podle typu a povahy zamýšlené cesty.

Spotřebitel má možnost chránit sám sebe silou informovanosti. Na webových stránkách www.krachycestovek.cz jsou uváděny aktuální údaje o zkrachovalých cestovních kancelářích. Jsou zde stručné a jasné návody jak v aktuálních situacích konkrétně postupovat.

Konkrétní ukázky

Byl zaznamenán případ, kdy si český spotřebitel objednal zájezd u maďarské cestovní kanceláře. Problém nastal, když letecký dopravce operující v zájezdu zkrachoval a cestovní kancelář byla nucena zajistit jiné řešení. Kvůli nejisté finanční situaci nabídla přesměrování letu za příplatek 720 eur, nebo vrácení pouze částky zaplacené za ubytování. To bylo pro spotřebitele nepřijatelné a požadoval zpět všechny zaplacené peníze. Situace byla komplikovaná, protože cestovní kancelář byla dceřinou společností zkrachovalého dopravce, ale síť ESC nakonec vyjednala se společností plnou refundaci ceny zájezdu. (evropskyspotrebitel.cz, 2014a)

„Cestovní kancelář Alivia zkrachovala“, tento titulek zmiňovala většina zpravodajských serverů dne 2.5.2013. Cestovní kancelář Alivia (dále také jen „Alivia“) je již druhou společností, která ukončila roku 2013 svůj provoz. Jako pozitivum by se dalo vidět to, že v zahraničí nenechala žádného ze svých klientů. Na straně druhé je okolo čtyř set

poškozených spotřebitelů, kteří na zájezd dopraveni nebudou. AČCKA informovala o tom, že důvodem končení činnosti jsou zhoršené ekonomické výsledky. Alivia byla pro případ insolvence pojištěna u Union pojišťovny na částku 12 milionů korun. To by podle odhadů asociace mělo plně pokrýt nároky klientů.

Cestovní kancelář Alivia působila na trhu od roku 2005 a poskytovala převážně zájezdy do Bulharska, Řecka a Turecka. Její roční obrat činil zhruba 25 milionů korun.

Podle sdělení webových stránek cestovní kanceláře vstupuje firma dnešním dnem do likvidace. „K tomuto rozhodnutí dospělo vedení CK Alivia po provedení předběžných ekonomických a účetních analýz, které naznačují, že CK by nemusela být schopna v průběhu letní sezóny dostát všem svým smluvním závazkům ať už ke svým klientům, či k dalším obchodním partnerům z řad ubytovatelů či přepravců,“ uvádí CK na svém webu.

Na internetu jsou uvedena telefonní čísla, na která se poškození mohou v případě potřeby obracet. Spotřebitel se může v takovémto případě obracet přímo na pojišťovnu, která je uvedena ve smlouvě. (novinky.cz, 2013)

Počty zkrachovalých cestovních kanceláří

Článek: „Léto 2013 bylo z hlediska cestovního ruchu relativně vlídné“ z 31. října 2013 uvádí, že pro rok 2013 byl zaznamenán krach pěti cestovních kanceláří. Je zde uveden i zajímavý údaj a to, že žádný klient nebyl ponechán v zahraničí. Je to výrazný pokrok proti roku 2012, kdy zkrachovalo cestovních kanceláří devět. (krachycestovek.cz, 2013)

Výsledky kontrol ČOI

V březnu 2013 uveřejnila ČOI na svých webových stránkách článek o pohledu na krachy cestovních kanceláří: „Nabídky a tipy cestovních kanceláří a agentur na to, jak, kde a za kolik nejlépe strávit dovolenou, útočí na potenciální zájemce už řadu měsíců před sezónou a předhánějí se ve výhodách poskytovaných za včasný nákup. Po stovkách nespokojených klientů zkrachovalých cestovních kanceláří v průběhu letní turistické sezóny se však nabízí otázka, zda si lze vybrat spolehlivou cestovní kancelář nebo agenturu. Jak jednaly cestovní kanceláře se svými klienty v loňském roce a jak plnily svoje smluvní závazky vůči spotřebitelům, ověřovali po celý rok inspektori České obchodní inspekce. Na základě nejrůznějších poznatků, včetně podání spotřebitelů, zkontrolovali v roce 2012 celkem 274 cestovních kanceláří a agentur a porušení jedné

nebo více povinností zjistili ve 40 % kontrol. V rámci správních řízení bylo uloženo téměř 100 pokut za 1,3 mil. Kč.

„Výsledky ČOI potvrzují, že poměr zjištěných porušení povinností vzrostl ve srovnání s rokem 2011 o 10 %. Proto chci se zástupci profesních asociací podnikatelů v cestovním ruchu dohodnout pravidla, která těmto nešvarům zamezí, a všechny, kdo je nebudou respektovat, přísněji postihovat. K tomu využiji všech pravomocí České obchodní inspekce,“ řekl ústřední ředitel Vladimír Velčovský.“ (ČOI, 2014b)

5.2.2 Příklad – Porušení práv spotřebitele

Předchozí příklad jakým je krach cestovní kanceláře není tak častý jako nedodržení všech nabízených podmínek spotřebiteli. Byl popsán jako první, protože jeho následky jsou finančně náročnější a dopad ve většině případů zasáhne rozsáhlejší množství lidí.

K poškození práv spotřebitele jako jednotlivce dochází při samotném uskutečnění dovolené. Dohodnuté podmínky nabízejí něco odlišného než je pak skutečná realita. Například může jít o domluvený a posléze i zaplacený apartmán s výhledem na moře a balkonem, který ve výsledku končí jako běžný hotelový pokoj bez výhledu a bez balkonu.

Takové situaci se dá předejít různými způsoby. Jedním z nich je, v teoretické části již zmíněná, cestovní smlouva. Kontrola podmínek v cestovní smlouvě je takřka nutností. Potvrzuje to také Kateřina Petříčková, tajemnice Asociace českých cestovních kanceláří a agentur (AČCKA): „Nejčastější chybou bývá, že si klienti neprostudují všeobecné smluvní podmínky. Později jsou pak překvapeni, že se na ně například při zrušení zájezdu z jejich strany vztahují storno poplatky. Obecně se veřejnost příliš neinformuje o podmínkách poskytování služeb cestovního ruchu – všeobecné smluvní podmínky, přepravní podmínky, rozsah krytí cestovního pojištění a pojistné podmínky. To většinou nikoho nezajímá.“ (nasepenize.cz, 2010)

Řešení problémů přímo na místě

Pokud při příjezdu do hotelu neodpovídá skutečnost tomu, co bylo domluveno s cestovní kanceláří, je třeba se obrátit na delegáta zájezdu. Problém je třeba řešit co nejdříve a nejlépe rovnou. I pro samotného účastníka dovolené je lepší, když mu bude zajištěna náprava co možná nejdříve a zbytek dovolené si bude moci v klidu užít, než když při návratu bude chtít zpětně reklamovat dovolenou a případně získat zpět nějakou

náhradu škody. Kateřina Petříčková k tomuto doplňuje: „*Nejvhodnější je vše řešit ihned v místě pobytu se zástupcem cestovní kanceláře, aby mohla být zajištěna náprava co nejdříve. V případě pozdější reklamace je vhodné doplnit písemnou reklamaci nejen cestovní smlouvou, ale také reklamačním protokolem z místa pobytu, podepsaným zástupcem cestovní kanceláře, případně fotografiemi reklamovaného stavu.*“ (peníze.cz, 2012)

Co reklamujeme nejčastěji

- změny hotelu (ubytovacího zařízení)
- zpoždění letecké dopravy a příjezd do hotelu v pozdních nočních hodinách
- zkrácení délky pobytu

Uznání nebo neuznání reklamace zájezdu je v kompetenci cestovní kanceláře. Je proto nejlepší obracet se přímo na jejího zástupce a dožadovat se možné nápravy. Kompenzace reklamací nejsou dosud stanoveny zákonem. V případě pochybení CK, výše náhrady se odvíjí od kalkulace ceny zájezdu a případně zakoupených služeb, ze kterých je zájezd složen. Některé CK se řídí frankfurtskými tabulkami, o kterých bude zmínka v textu níže. Pokud ale klient není s vyřízením reklamace spokojen, zbývá mu poslední možnost a tou je obrátit se na správný orgán, který tento spor může rozhodnout. (peníze.cz, 2012)

Frankfurtská tabulka slev

Tématu práva spotřebitelů a dovolená se týká také tzv. frankfurtská tabulka slev. V České republice není brána na vědomí jako závazný dokument, je pouze orientační, CK se jí nemusí řídit. Používají ji převážně německé soudy, ale dobrovolně si jí řídí i některé CK v jiných evropských zemích. K nahlédnutí je na stránkách: www.evropskýspotřebitel.cz.

„Otázkou je, na jak velkou slevu budete mít nárok. Vodítkem může být Frankfurtská tabulka slev. Jde o sazebník, kde jsou vypočteny různé druhy nedostatků, které mohou klienta na zájezdu postihnout, a k nim uveden způsob výpočtu náhrady za takové nedostatky. Frankfurtská tabulka slev je sice nezávazný dokument, je však používána u soudů v řadě vyspělých zemí. Pokud zákazník se svou reklamací u cestovní kanceláře neuspěje, může se svého práva domáhat u soudu, případně využít mimosoudní řešení spotřebitelských sporů.“ (dtest.cz, 2014b)

Změna ubytovacího zařízení

Z různých důvodů se může stát, že je zákazníkovi po příletu do cílové destinace oznámeno, že objednaný hotel není k dispozici a proto budou ubytování jinde, než bylo původně plánováno. Je to nepříjemnost, ke které může dojít na základě špatné organizace provozovatelů hotelů. V cestovní smlouvě má však CK většinou tuto skutečnost ošetřenu a to následovně: ve smluvních podmínkách je uvedeno, že při výskytu neočekávaných okolností může dojít k výměně ubytovacího zařízení na ubytovací zařízení stejné či vyšší kategorie.

Znovu je tedy třeba zdůraznit, že je naprosto nezbytné pročíst cestovní smlouvu dříve než je podepsána a případně se pokusit vyjednat lepší podmínky. Ale s ohledem na to, že CK se touto položkou chrání, zákazník asi těžko najde společnost, která by tuto kolonku neměla ve svých smlouvách uvedenou. *„Pokud klient není s náhradou spokojený, má samozřejmě nárok na reklamaci a v krajním případě (při neadekvátní náhradě) může odstoupit od smlouvy. Spor o tom, zda náhrada byla či nebyla adekvátní, může být řešen i soudní cestou. Pokud klient ještě neodcestoval a cestovní kancelář mu chce změnit hotel, může klient od smlouvy odstoupit nebo požadovat sepsání nové cestovní smlouvy,“* (nasepenize.cz, 2012) zdůrazňuje Jan Papež.

Zkrácení délky pobytu

Dalším častým jevem, kdy dojde k porušení práv spotřebitele, je zkrácení délky pobytu oproti domluvené době. Zkrácení délky pobytu může vzniknout zpožděním při odletu, nebo při změně podmínek při odletu. V případě kdy si zákazník sjedná zájezd přes cestovní kancelář, má v tomto ohledu relativně smůlu. CK musí na základě evropských regulí uvést u každého zájezdu počet dní, ale za první den dovolené se počítá kalendářní den odletu či odjezdu z ČR. Jako poslední den je brán kalendářní den příletu zpět. Zase je tedy potřeba před podpisem smlouvy překontrolovat jestli data souhlasí. Šikovně napsané datum a čas dokáže „prodloužit“ možný výsledek doby trávené na dovolené. Ale realita může být jinde. Vyjádření Jana Papeže k tomuto tématu je následující: *„Počet dnů je opravdu trochu zavádějící. Většina kanceláří proto uvádí buď počet dnů/počet nocí nebo jen počet nocí. Mluvíme-li o zahajovací noci, jedná se o noc od okamžiku nástupu do pokoje (umožněno hotelem), např. 14.00 – od tohoto okamžiku je pokoj pro klienta k dispozici a je jedno, zda přiletí třeba až o půlnoci nebo ve tři ráno. Hoteliér neměl žádnou šanci tento pokoj použít pro jiného klienta, je tedy logické, že jej*

musí uhradit ten klient, který do něj bude ubytován. Poslední noc je většinou počítána do okamžiku povinného opuštění pokoje, například v 10.00.“(peníze.cz, 2012)

Konkrétní ukázka

Je mi blízce znám případ, kde si český pár u cestovní kanceláře objednal a zaplatil zájezd. Bylo to letecky do 5ti hvězdičkového hotelu v zahraniční destinaci a to konkrétněji v Tunisku. Cestovní kancelář takové zájezdy řeší následovně. Po příletu do destinace je autobusem rozvezena skupinka lidí do různých hotelů. Od nižších kategorií po ty vyšší. Cenově zájezd vycházel dosti draho, proto zmíněný pár vystupoval jako jediný ve vybraném hotelu. Vše vypadalo v pořádku a podle představ zákazníků.

Ve chvíli, kdy měli tito zákazníci za sebou asi polovinu doby zájezdu, byli informováni, že jejich odjezd byl o jeden den dopředu posunut. Důvodem, který CK uvedla, bylo vytížení autobusu, který vyzvedává před odletem účastníky zájezdu z hotelů. V uzavřené cestovní smlouvě o této změně nebyla ani zmínka, proto okamžitě se zástupcem cestovní kanceláře sepsali stížnost s požadavkem na náhradu škody. Zde je důležité uvést, že je třeba stížnost sepsovat ve dvou vyhotoveních a jedno si nechat pro případnou další komunikaci.

Po příjezdu zpět do ČR neprodleně kontaktovali CK s požadavkem na vrácení peněžních prostředků v procentuální výši, o kterou byl zájezd kratší.

Komunikace probíhala cestou výměny emailů a CK i po několika měsíčním jednání neměla tendence jakoukoli náhradu poskytnout. V konečném stanovisku pak změnila názor a nabízela náhradu zhruba jednu třetinu toho, co zklamaný zákazník požadoval. To bylo pro zákazníka nepřijatelné. Proto poslal email Asociaci českých cestovních kanceláří a agentur přímo k rukám tehdejšího viceprezidenta, jímž byl v té době Tomio Okamura. V emailu uvedl kompletní popis situace a v příloze poslal i kopii korespondence s CK. Uvedl i to, že nemá problém celou situaci předat do rukou vyšších orgánů a vymáhat svá práva soudně.

ACCK následně vyzvala CK k zaplacení požadované náhrady škody. Cestovní kancelář tak následně učinila a plně kompenzovala poškozenému zákazníkovi časové zkrácení dovolené.

Dle mého názoru byla v tomto případě rozhodující zmínka o neústupnosti a případně o volbě soudní cesty k vyjasnění sporu. Na to by v dnešní době mohla většina CK

spoléhat. Spotřebitelé většinou nemají dostatek peněz na soudní pře, případně nechtějí trávit čas zbytečnými debatami. Ale domáhat se svých práv je třeba, a kdyby svá práva nehájlil sám spotřebitel, může být úplně jedno, jak je nastaven systém.

Důležité informace k řešení reklamace po návratu z dovolené

Při návratu z dovolené je třeba neprodleně kontaktovat cestovní kancelář a ještě lépe mít v ruce nějaké podklady svědčící o Vaší újmě. Zákazník má ze zákona povinnost uplatnit nárok na reklamaci nejpozději do tří měsíců od skončení zájezdu, jinak jeho právo na reklamaci zaniká. Nejlépe je podávat reklamaci cestovní kanceláři doporučením a písemnou formou. Zákonná lhůta na vyřízení ze strany CK je 30 kalendářních dní.

Finanční náhrada je pak v rukách vyjednávání mezi zákazníkem a CK. Ale neexistuje žádný ceník, který by vycházel z právního řádu a který by upravoval možnosti náhrady. V případě, že zákazník není s kompenzací spokojen, může se obrátit na soud a ten jí je schopen určit. Tato varianta je doporučována jako poslední možná šance. V případě neznalosti nároku spotřebitel zaplatí svého advokáta a navíc mu může být nařízeno zaplatit soudní náklady protistrany. (peníze.cz, 2012)

Důležité zákony či dokumenty

Zde je uveden seznam nejdůležitějších zákonů, na které se spotřebitel může obracet při vyřizování reklamace a tedy prosazování svých práv:

- Občanský zákoník, zákon č. 40/1964 Sb., (§ 55, 56, 852a a násl.)
- Zákon o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, č. 159/1999 Sb.
- Směrnice Rady 1990/314/EHS ze dne 13. června 1990, o souborných službách pro cesty, pobyty a zájezdy (dTest.cz, 2012)

5.2.3 Příklad – Nekalé praktiky prodejců

Třetím a posledním příkladem je zaměřen na nepoctivé chování podnikatelů a prodejců zájezdů. Jedná se především o prodejní akce, které dříve v historii byly zaměřeny hlavně na seniory. Ti ve snaze koupit zájezd pro děti či vnuky a vnučky jsou ochotni zaplatit za dobře znějící nabídku. Nabídky nekalých prodejců se obvykle poslouchaly velmi příjemně. Slibovaný je ráj na zemi, a když potom člověk přijde domů, euforie opadne a on si přečte, co to vlastně podepsal a případně k čemu složil zálohu, je už pozdě na cestu zpět z hororových scénářů.

Kvalitně je o tomto tématu zpracován film Šmejdi režisérky Silvie Dymákové z roku 2013. Není sice zaměřen pouze a přímo na prodej zájezdů a dovolených, ale jeho dopady jsou poučné a použitelné i na ve třetím příkladě řešené téma. Stručný obsah filmu je shrnut v následující citaci: „Manipulace, nátlak, ponižování, agrese. Skryté kamery zachytily drsné pozadí předváděcích akcí pro seniory. Co se opravdu děje na populárních zájezdech s obědem zdarma? Praktiky, ze kterých mrazí. Lži a promyšlená manipulace, jejímž jediným cílem je donutit bezbranné staré lidi k nákupu předraženého zboží. Senioři ze svých nuzných důchodů splácí horentní sumy za často nekvalitní produkty. Někteří z nich se dušují, že už na žádnou akci nikdy nepojedou, jiní to nevydrží a jedou znovu. Co je žene? Zvědavost? Samota? Nebo závislost?

Autorky tohoto filmu rok v převleku navštěvovaly akce, kde se důchodcům vymývají mozky a kde mladí lidé nejsou vítáni. Vedle autentických záběrů z předváděcích akcí a výpovědí poškozených seniorů přináší dokument i pohled psycholožky, právníka a dalších odborníků. Film tak poprvé komplexně mapuje tento nechvalný fenomén dnešní doby.“ (csfd.cz, 2014)

Čeho se vyvarovat

Na stránkách Ministerstva pro místní rozvoj jsou uvedeny základní a stěžejní body, na které by si spotřebitel měl dávat pozor při uzavírání smluv. Tyto doporučení se týkají především situací, kdy se nejedná o prodej v tom tradičním slova smyslu. Tradičním je myšleno, příchod spotřebitele do kamenného obchodu, výběr zboží či služby, zaplacení zálohy či plné ceny za vybraný objekt a tím dokončení transakce.

„agresivní obchodní praktiky

- *načasování, místo a doba trvání obchodní praktiky,*
- *způsob jednání, jeho výhružnost a urážlivost,*
- *vědomé využití nepříznivé situace spotřebitele,*
- *nepřiměřené překážky pro uplatnění práv spotřebitele*
- *hrozba protiprávním jednáním*

klamavé obchodní praktiky

- *je při ní použit nepravdivý údaj,*
- *je důležitý údaj sám o sobě pravdivý, ale může uvést spotřebitele v omyl vzhledem k okolnostem a souvislostem, za nichž byl užít*

- *je opomenuto uvedení důležitého údaje nebo je nesrozumitelný či nejednoznačný pro spotřebitele*
- *vede způsob prezentace služby (výrobku), včetně srovnávací reklamy, nebo jejich uvádění na trh k záměně s jiným službami (výrobky)*
- *není dodržen závazek obsažený v kodexu chování, k jehož dodržování se podnikatel zavázal*

zbystřete, pokud společnost nabízí

- *nabízí výhru na svých předváděcích akcích*
- *prezentují možnost členství v „exklusivním“ cestovním klubu (za roční poplatek)*
- *členům klubu nabízejí jako bonus zájezdy, plavby, slevy na ubytování, na letenky, pronájem aut, okružní plavby (není Vám poskytnuta doba na rozmyšlenou, nemáte nárok na vrácení peněz)*
- *nemáte dost času přečíst veškeré náležitosti ve Vaší smlouvě*

není možné ověřit, co případná výhra obsahuje a co musíte zaplatit (aby Váš vyhraný zájezd nakonec nestál více, než když si ho v klidu vyberete sami)“ (mmr.cz, 2014)

V dubnu roku 2013 byl na stránkách evropskyspotřebitel.cz uveřejněný článek, který popisuje nekalé obchodní praktiky na předváděcích akcích. Zmiňuje se o předváděcích akcích, kde jsou tyto praktiky používány a uvádí, že těchto akcí přibýlo. Navíc je zde více používáno i agrese a agresivních metod. Ústřední ředitel České obchodní inspekce Vladimír Velčovský se k celé situaci vyjádřil, poté co se seznámil s výsledky kontrol inspekce za 1. čtvrtletí. Několikrát odsoudil formy poškozování spotřebitelských práv, zejména fiktivní výhry, za které musí výherci platit, i tzv. VIP klubové či členské karty, na které doplácí převážně účastníci z řad seniorů. Ústřední ředitel také uvedl: *„Tyto praktiky uplatňované vůči důvěřivým seniorům zaslouží maximální výši pokut a zrušení živnostenského oprávnění, což jsme navrhli v uplynulých týdnech ve třech případech: první České reklamní společnosti, společnosti Beck Reisen a také u podnikatele Františka Tůmy z Prahy. A další mohou následovat,“*

Zbytek článku je třeba také citovat, neboť hovoří za sebe: *„V 1. čtvrtletí zjistila ČOI porušení ve více než 80 % kontrol a uložila v tomto období pokuty ve výši 5,4 mil. Kč. Za 1. čtvrtletí 2013 bylo v rámci kontrolní akce provedeno celkem 113 kontrol, při nichž inspektoři ověřovali podmínky prodeje zboží při předváděcích prodejních akcích.*

Zvláštní pozornost při těchto kontrolách věnovali odhalování různých forem nekalých obchodních praktik, včetně praktik agresivních, jejichž používání vůči účastníkům předváděcích prodejních akcí z řad seniorů lze považovat za zvlášť závažné porušování zákona o ochraně spotřebitele. Při kontrolách bylo využíváno všech dostupných prostředků, kterými lze prokázat protiprávní jednání prodávajících při těchto prodejních akcích, tj. při prodeji mimo prostory obvyklé k podnikání.

Z celkového počtu 113 kontrol bylo zjištěno porušení obecně závazných právních předpisů při 92 z nich, tj. v 81,4 %, byť ne ve všech případech se jednalo o porušování zákazu používání nekalých obchodních praktik.“ (evropskyspotřebitel.cz, 2013)

Závěr

Politika na ochranu spotřebitele chrání práva spotřebitelů v ČR proti vlivu ze strany podnikatelů, kteří mají ve vztahu podnikatel spotřebitel jasnou výhodu. Trh sám o sobě nezaručí rovnost práv, a proto jsou práva spotřebitelů definována zákony České republiky i Evropské unie. V oblasti práv, ve spojení s cestovním ruchem a cestováním obecně, jsou neustále zaznamenávány změny k lepšímu.

Dle mého názoru není potřeba, aby spotřebitel znal přesné a konkrétní znění všech platných zákonů, ale měl by mít přehled, kde tyto informace může získat. V této práci jsem se snažil vyzdvihnout místa, kde by spotřebitel mohl tyto informace nalézt.

Vymahatelnost práv spotřebitelů je dána zákony a dozorovými organizacemi, které na tato práva dohlížejí. S problémem či porušením práv je zapotřebí obracet se na konkrétní orgán, který danou problematiku řeší. Takovéto orgány lze nalézt jak na úrovni České republiky, tak na úrovni Evropské unie.

Na základě zjištěných poznatků je uvedeno, že každý spotřebitel by měl věnovat pozornost smluvním podmínkám před uskutečněním jakéhokoli nákupu, respektive před podepsáním jakékoli kupní smlouvy. Při nesrozumitelnosti podmínek, či nejasnosti detailu je třeba ponechat si čas na rozmyšlenou a případně prodiskutovat vyjasněné otázky s prodejcem. Je potřeba nenechat se zlákat příjemným popisem či nejnižší cenou, konečné důsledky z nepromyšlené podepsané kupní smlouvy mohou být fatální.

Seznam použitých zkratek

AČCKA – Asociace českých cestovních kanceláří a agentur

CA – cestovní agentura

CK – cestovní kancelář

ČOI – Česká obchodní inspekce

ČR – Česká republika

EHS – Evropské hospodářské sdružení

ESC – Evropské spotřebitelské centrum

EU – Evropská unie

IT – informační technologie

JVT – jednotný vnitřní trh

MMR – Ministerstvo pro místní rozvoj

MPO – Ministerstvo průmyslu a obchodu

NOZ – nový občanský zákoník

OS – ochrana spotřebitele

OSN – Organizace spojených národů

SFEU – Smlouva o fungování Evropské unie

SOS – Sdružení obrany spotřebitelů, o.s.

SZPI – Státní zemědělská a potravinářská inspekce

ÚOOÚ – Úřad pro ochranu osobních údajů

ÚV – Ústřední výbor

ŽŘ – Živnostenský řád

Seznam použité literatury

Publikace:

CIHELKOVÁ, Eva. *Evropská ekonomická integrace: procesy, politiky, governance*. Vyd. 1., Praha: Oeconomia, 2011. 335s. ISBN 978-80-245-1835-0.

HOROVÁ, Olga. *Ochrana spotřebitele po vstupu do Evropské unie*. Vyd. 1., Praha: Oeconomia, 2006. 186 s. ISBN 80-245-1106-1.

LACINA, Lubor a kol. *Učebnice evropské integrace.3., přeprac. a rozš. vyd.* Brno: Barrister & Principal, 2011. 468 s. ISBN 978-80-87474-31-0.

MATUSIKOVÁ, Lucja, *Percepce spotřebitelských práv ve světle obchodní strategie*. Karviná: Slezká univerzita v Opavě, 129 s. 2008, ISBN 978-80-7248-503-1 (brož.)

TOMANČÁKOVÁ, Blanka. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzorky a příklady*. Vyd 2., Praha: Linde Praha, a.s., 2011. 203 s. ISBN 978-80-7201-864-2

Elektronické zdroje:

Bílé knihy. *Euroskop.cz* [online]. 2014 [cit. 2014-04-19]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/200/322/clanek/bile-knihy/>

Časté případy. *Evropské spotřebitelské centrum* [online]. 2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.evropskyspotrebitel.cz/letecka-doprava/caste-pripady-27126>

Cestovní kancelář Alivia zkrachovala. *Novinky.cz* [online]. 2013 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/ekonomika/300845-cestovni-kancelar-alivia-zkrachovala.html>

CESTOVNÍ KANCELÁŘE A AGENTURY REKLAMACE VYŘIZUJÍ NERADY. *Česká obchodní inspekce* [online]. 2012 [cit. 2014-04-21]. Dostupné z: <http://www.coi.cz/cestovni-kancelare-a-agentury-reklamace-vyrizuji-nerady-nc647/>

Cíle spotřebitelské politiky. *BusinessInfo.cz* [online]. 2007 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/cile-spotrebiteleske-politiky-2417.html>

Dovolená jako z hororu? Poradíme, jak reklamovat zájezd. *Peníze.cz* [online]. 2012 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/reklamace/239906-dovolena-jako-z-hororu-poradime-jak-reklamovat-zajezd>

Hlavní stránka. *Státní zemědělská a potravinářská inspekce* [online]. 2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.szpi.gov.cz/>

Léto 2013 bylo z hlediska cestovního ruchu relativně vlídné. *Krachy Cestovek - Portál o praktikách neseriózních cestovních kanceláří* [online]. 2013 [cit. 2014-04-20]. Dostupné

z: <http://www.krachycestovek.cz/clanek/452-leto-2013-bylo-z-hlediska-cestovniho-ruchu-relativne-vlidle>

Nekalé obchodní praktiky na předváděcích akcích vedou. *Evropské spotřebitelské centrum* [online].2013 [cit. 2014-04-21]. Dostupné z: <http://www.evropskyspotrebitel.cz/novinky/coi-nekale-obchodni-praktiky-na-predvadecich-akcich-vedou>

O dTestu - Nezávislé testy, víc než jen recenze. *DTest* [online].2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.dtest.cz/clanek-2/o-dtestu>

O nás. *Evropské spotřebitelské centrum* [online].2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.evropskyspotrebitel.cz/o-nas>

O působnosti Úřadu. *ÚOOÚ* [online].2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://uouu.cz/uouu.aspx?menu=4&submenu=17>

O Státní veterinární správě.SVS [online].2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/svs/portal/zakladni-informace/>

Obecné informace.ČESKO JEDE [online].2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.ceskojede.cz/rubriky/obecne-informace/definice/>

Ochrana spotřebitele.*Euroskop.cz* [online].2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.euroskop.cz/8969/sekce/ochrana-spotrebitele>

Pozor na nekalé praktiky. *MMR* [online].2014 [cit. 2014-04-21]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Dovolena-bez-starosti/Pozor-na-nekale-praktiky>

Priority spotřebitelské politiky 2011 - 2014.*MPO* [online].2011 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument83648.html>

Profil.*ICT unie* [online].2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.ictu.cz/>

Působnost ministerstva.*MPO* [online].2010 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument1926.html>

Působnost úřadu.*Coi.cz* [online].2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.coi.cz/cz/o-coi/pusobnosturadu/>

Působnost veřejného ochránce práv.*Veřejný ochránce práv* [online].2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.ochrance.cz/p%C5%AFsobnost-verejneho-ochrance-prav>

Reklamace zájezdu pro porušení cestovní smlouvy.*DTest: Nezávislé testy, víc než jen recenze* [online]. 2012 [cit. 2014-04-21]. Dostupné z: <http://www.dtest.cz/clanek-789/reklamace-zajezdu-pro-poruseni-cestovni-smlouvy>

Reklamacie zájezdů, pojištění cestovních kanceláří. *Lety online|odlety letiště Praha, Vídeň|lety nízkonákladových leteck. společností* [online]. 2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: http://www.air-lowcost.cz/cestovani/pojt_ck.htm

Smlouva pro Evropu 21. století. *Europa.eu* [online]. 2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: http://europa.eu/lisbon_treaty/take/index_cs.htm

SOS - SDRUŽENÍ OBRANY SPOTŘEBITELŮ. *Naše Peníze .cz* [online]. 2010 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.nasepenize.cz/sos-sdruzen%C3%AD-obrany-sotrebitel%C5%AF-6171>

Stručný popis nejdůležitějších právních předpisů EU na ochranu spotřebitele v působnosti Ministerstva průmyslu a obchodu. *MPO* [online]. 2010 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument6730.html>

Šmejdi (2013). *ČSFD.cz* [online]. 2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/322198-smejdi/>

Zákon o ochraně spotřebitele - Část I. - Úvodní ustanovení. *Business.center.cz* [online]. 2014 [cit. 2014-04-21]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/spotrebitel/cast1.aspx>

ZDARMA vše, co potřebujete pro reklamaci zájezdu. *DTest* [online]. 2014 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.dtest.cz/clanek-1691/material-zdarma-jak-na-reklamaci-zajezdu>

Abstrakt

TÝŽL, J. Ochrana spotřebitele v České republice. Bakalářská práce. Cheb: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 50 s., 2014

Klíčová slova: ochrana spotřebitele v České republice, cíle politiky Evropské unie na ochranu spotřebitele

Předložená práce stručně popisuje ochranu spotřebitele v ČR. V úvodní části je popsáno, jak tuto problematiku řeší Evropská unie. Popisuje nástroje politiky EU a postavení spotřebitelských práv na celoevropském trhu. V další části je popsán historický vývoj ochrany spotřebitele v ČR. Jsou zde konkrétně rozepsány instituce, které ochranu spotřebitelských práv mají na starosti. V praktické části jsou uvedeny konkrétní situace a příklady jako ukázka porušení práv spotřebitelů a doporučené postupy, jak se v daných situacích zachovat. V závěru je stručné zhodnocení zmiňované problematiky.

Abstract

TÝZL, J. Consumer protection in the Czech Republic. Bachelor thesis. Cheb: Economics faculty of West Bohemian University in Pilsen, 50 p., 2014

Key words: consumer protection in the Czech Republic, European Union policy objectives of consumer protection. The presented work outlines a protection of the consumer in the Czech Republic. In the introduction, there is description of how European Union deals with this issue. It describes instruments of EU policies and the status of consumer's rights in the European market. The next section includes the historical development of the consumer's protection in the Czech Republic. It holds the list of institutions, which cover the protection of consumer's rights. The practical section provides specific situations and examples such as violation of consumer's rights, and recommends the best steps to take in given situations. In conclusion, there is a brief assessment of the mentioned issues.