

8. 11. 2011

Veďte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

Ochrana spotřebitele s přihlédnutím k ochraně před nekalými obchodními praktikami

Ochrana spotřebitele je jednou z nejdůležitějších oblastí, na kterou se zaměřuje evropská legislativa a která je následně zohledňována také národní legislativou členských států Evropské unie. Na území České republiky je ochrana spotřebitele upravena zejména zákonem č. [634/1992 Sb.](#), o ochraně spotřebitele, v platném znění (dál jen „zákon o ochraně spotřebitele“).



Zákon o ochraně spotřebitele byl mnohokrát novelizován, a to i za účelem dosažení souladu české legislativy s právem Evropské unie, které je reprezentováno především Směrnicí Evropského parlamentu a rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům (dále jen „směrnice o nekalých praktikách“).

Právní úprava problematiky týkající se ochrany spotřebitele má za cíl zlepšit a posílit právní postavení spotřebitele na trhu, neboť spotřebitel je obecně považován za slabší subjekt na trhu. Konkrétní právní úprava ochrany spotřebitele by pak měla zajistit, že spotřebitel se bude moci nejen svobodně rozhodnout jaké služby, výrobky či jiná plnění nakoupí od podnikatelských subjektů na trhu, ale bude mít i možnost případně domoci se svých nároků v případě potíží vzniklých při koupi či následném užívání služeb, výrobků či jiných plnění. Mimo jiné se tomuto cíli věnuje úprava ochrany spotřebitele před nekalými obchodními praktikami, které jsou zakázané, a dále právní úprava kladoucí důraz na dostatečnou informovanost spotřebitele. V zákoně o ochraně spotřebitele jsou pak následně upraveny i další povinnosti podnikatelů ve vztahu ke spotřebitelům.

Nekalé obchodní praktiky

Zákon o ochraně spotřebitele rozumí spotřebitelem, ve shodě se směrnicí o nekalých praktikách, fyzickou osobu, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci výkonu svého povolání. Druhou stranou spotřebitelského vztahu je podnikatel, přičemž zákon o ochraně spotřebitele rozlišuje podnikatele podle toho, jakou má jejich činnost povahu, na prodávajícího, výrobce, dovozce a dodavatele.

Ochrana spotřebitele podle zákona o ochraně spotřebitele se pak vztahuje na nabízení a prodej výrobků a poskytování služeb, ke kterému dochází na území České republiky nebo v případě, kdy

poskytované plnění souvisí s podnikatelskou činností provozovanou na území České republiky.

Zákon o ochraně spotřebitele v souladu se směrnicí o nekalých praktikách upravuje obecný zákaz nekalých praktik. Samotný pojem obchodní praktiky zákon o ochraně spotřebitele nedefinuje, v souladu se směrnicí o nekalých praktikách je však možné obchodní praktiku vymezit jako jednání, opomenutí, chování, nebo prohlášení, obchodní komunikaci včetně reklamy a uvedení na trh ze strany podnikatele, která přímo souvisí s propagací, prodejem nebo dodáním výrobků či služeb spotřebiteli. Zákon o ochraně spotřebitele pak uvádí, že obchodní praktika je nekalá, je-li jednání podnikatele vůči spotřebiteli v rozporu s požadavky odborné péče a je způsobilé podstatně ovlivnit jeho rozhodování tak, že může učinit obchodní rozhodnutí, které by jinak neučinil. Za nekalé obchodní praktiky jsou následně považovány klamavé a agresivní obchodní praktiky.

Klamavé obchodní praktiky

Zákon o ochraně spotřebitele dále popisuje znaky klamavé obchodní praktiky. Klamavou obchodní praktikou jsou takové obchodní praktiky, při nichž je užit nepravdivý údaj, nebo situace, je-li důležitý údaj sám o sobě pravdivý, ale může uvést spotřebitele v omyl vzhledem k okolnostem a souvislostem, za nichž byl užit. Za klamavou obchodní praktiku považuje zákon o ochraně spotřebitele také skutečnost, opomenou-li podnikatel uvést důležitý údaj, jenž s přihlédnutím ke všem okolnostem lze po podnikateli spravedlivě požadovat, přičemž za opomenutí se považuje též uvedení důležitého údaje nesrozumitelným nebo nejednoznačným způsobem. Klamavé obchodní praktiky se může podnikatel dopustit také v případě, vede-li způsob prezentace výrobku či služby, včetně srovnávací reklamy, nebo jejich uvádění na trh k záměně s jinými výrobky či službami, nebo rozlišovacími znaky jiného podnikatele.

O klamavou obchodní praktiku podle zákona o ochraně spotřebitele jde rovněž v případě, není-li podnikatelem dodržena závazek obsažený v kodexu chování, k jehož dodržování se podnikatel zavázal, a jde-li o jednoznačný závazek, který lze ověřit, a podnikatel v obchodní praxi uvádí, že je vázán kodexem. Kodexem chování jsou myšlena pravidla chování, k jejichž dodržování se podnikatel zavázal. V souladu se směrnicí o nekalých praktikách jde o dohodu, nebo soubor pravidel, který není uložen právním nebo správním předpisem členského státu Evropské unie a který vymezuje chování obchodníků, kteří se zaváží k jeho dodržování, v souvislosti s jednou nebo více obchodními praktikami nebo odvětvími podnikání.

Nad rámec směrnice o nekalých praktikách zákon o ochraně spotřebitele považuje za klamavou obchodní praktiku také nabízení nebo prodej výrobků nebo služeb porušujících některá práva duševního vlastnictví, jakož i skladování takových výrobků za účelem jejich nabízení nebo prodeje a dále neoprávněné užívání označení chráněného podle zvláštního právního předpisu v obchodním styku. Zvláštním právním předpisem se myslí zákon č. [441/2003](#) Sb., o ochranných známkách, v platném znění.

Zákon o ochraně spotřebitele pak v příloze č. 1 vyjmenovává obchodní praktiky, které jsou vždy považovány za klamavé. Klamavou obchodní praktikou je tak například situace, kdy podnikatel nepravdivě uvádí, že výrobek nebo služba budou nabízeny pouze po omezenou dobu nebo že budou nabízeny pouze po omezenou dobu za určitých podmínek s cílem přimět spotřebitele k okamžitému rozhodnutí, aniž by mu poskytl přiměřenou lhůtu potřebnou k informovanému rozhodnutí. Výčet klamavých obchodních praktik vychází z úpravy směrnice o nekalých praktikách a může být změněn jen v návaznosti na revizi směrnice o nekalých praktikách.

Agresivní obchodní praktiky

Agresivní obchodní praktikou zákon rozumí obchodní praktiku, která s přihlédnutím ke všem

okolnostem svým obtěžováním, donucováním, včetně použití síly nebo nepatřičným ovlivňováním výrazně zhoršuje možnost svobodného rozhodnutí spotřebitele. Při posuzování, zda je obchodní praktika agresivní, se přihlíží zejména k těmto okolnostem: načasování, místo a doba trvání obchodní praktiky, způsob jednání, jeho výhružnost a urážlivost, vědomé využití nepříznivé situace spotřebitele, nepřiměřené překážky pro uplatnění práv spotřebitele, nebo hrozba protiprávním jednáním. Při vymezení agresivní obchodní praktiky se zákon o ochraně spotřebitele nijak neodchyluje od rozsahu, kterým agresivní obchodní praktiky vymezuje směrnice o nekalých praktikách.

V příloze č. 2 k zákonu o ochraně spotřebitele jsou v souladu se směrnicí o nekalých praktikách vymezeny obchodní praktiky, které jsou vždy považovány za agresivní. Agresivní obchodní praktikou pak je mimo jiné jednání podnikatele, který vytváří klamný dojem, že spotřebitel vyhrál nebo vyhraje, pokud bude jednat určitým způsobem, ačkoli ve skutečnosti žádná taková výhra nebo výhoda neexistuje nebo pro získání výhry nebo výhody musí spotřebitel vynaložit finanční prostředky nebo jiné výdaje. Také výčet agresivních obchodních praktik může být změněn pouze v návaznosti na revizi směrnice o nekalých praktikách.

Další povinnosti směřující k ochraně spotřebitele

Kromě úpravy ochrany spotřebitelů před nekalými obchodními praktikami obsahuje zákon o ochraně spotřebitele další povinnosti, které ukládá podnikatelům za účelem zlepšení postavení spotřebitele a které vycházejí z původního znění zákona a nejsou tak výsledkem transpozice práva Evropské unie. Pro rozhodování spotřebitelů jsou významné především správné a pravdivé informace. Proto zákon o ochraně spotřebitele stanoví povinnost podnikatele, který je prodejcem, řádně informovat spotřebitele o vlastnostech prodávaných výrobků nebo charakteru poskytovaných služeb, o způsobu použití a údržby výrobku a o nebezpečí, které vyplývá z jeho nesprávného použití nebo údržby, jakož i o riziku souvisejícím s poskytovanou službou. Prodávající má povinnost zajistit v případech, kdy je to nezbytné s ohledem na povahu výrobku, způsob a dobu jeho užívání, aby tyto informace byly obsaženy v příloženém písemném návodu a aby byly spotřebiteli poskytnuty ve srozumitelné formě. Prodávané výrobky musí být také přímo a viditelně označeny označením výrobce, dovozce, nebo případně dodavatele. Pokud to vyžaduje povaha výrobků, musí být současně výrobek označen dalšími údaji, například údaji o hmotnosti, rozměru nebo způsobu užití výrobku a v neposlední řadě také návodem, pokud to obsluha výrobku vyžaduje. Podnikatel má povinnost uvádět informace podle zákona o ochraně spotřebitele v českém jazyce.

Podnikatel má také povinnost řádně informovat spotřebitele o ceně poskytovaných výrobků nebo služeb, a to v souladu s příslušným zvláštním předpisem, kterým je zákon č. [526/1990](#) Sb., o cenách, v platném znění. Zvláštní úprava se dále uplatní při nabízení leteckých služeb, kde jsou poskytovatelé leteckých služeb povinni postupovat podle Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1008/2008 o společných pravidlech pro provozování leteckých služeb ve Společenství (přepřpracované znění).

Podnikatel tak při informování spotřebitelů o cenách výrobků či služeb například nesmí vzbuzovat zdání, že cena je nižší, než jaká je ve skutečnosti, nebo že stanovení ceny závisí na okolnostech, na nichž ve skutečnosti nezávisí. Cena, o které informuje podnikatel spotřebitele, pak musí obsahovat veškeré daně, cla nebo jiné poplatky. Tato povinnost vychází ze Směrnice Evropského parlamentu a rady 98/6/ES o ochraně spotřebitele při označování výrobků nabízených spotřebiteli, podle kterého má prodávající povinnost označit výrobek tzv. konečnou cenou, k níž nemohou být připočítávány žádné další částky.

Dozor nad dodržováním povinností k ochraně spotřebitele

Dozor nad dodržováním povinností podle zákona o ochraně spotřebitele vykonává zejména Česká obchodní inspekce, přičemž dozor nad některými dalšími povinnostmi podle zákona o ochraně spotřebitele vykonávají i další správní orgány, jako například Česká národní banka, Státní zemědělská a potravinářská inspekce nebo Energetický regulační úřad.

Zákon o ochraně spotřebitele obsahuje také úpravu správních deliktů pro případ porušení povinností, které zákon o ochraně spotřebitele podnikatelům stanoví. Zmíněný zákon také výslovně uvádí, že povinnosti prodávajících mají i osoby, která podnikají bez příslušných oprávnění, čímž se zajišťuje ochrana spotřebitelů i proti osobám, které podnikají neoprávněně. Za správní delikty podle zákona o ochraně spotřebitele pak mohou příslušné správní orgány udělit pokutu v některých případech až do výše 50.000.000,- Kč, a to v závislosti na druhu a závažnosti správního deliktu.

Závěr

S ohledem na shora poskytnutý základní exkurz týkající se ochrany spotřebitele před nekalými obchodními praktikami je zřejmé, že se jedná o velmi širokou škálu každodenních situací, ve kterých je nezbytné zajistit, aby měl spotřebitel možnost nalézt vhodný nástroj ochrany před uvedenými nekalými obchodními praktikami ze strany podnikatelů. Problematika ochrany spotřebitele je tedy citlivou oblastí, která si zasluhuje větší pozornosti jak ze strany podnikatelů tak i spotřebitelů samotných. Neboť jsou to právě spotřebitelé, kteří s vědomím svých práv, jsou schopni přispět nejen k zajištění lepší ochrany spotřebitelů v praxi, ale také k jejímu praktickému a efektivnímu využívání.



JUDr. Kamil Šebesta, M.B.A., LL.M,
advokát



Mgr. Richard Šubrt,
advokátní koncipient

[KŠD ŠŤOVÍČEK](#)

advokátní kancelář, s.r.o.

CITY TOWER
Hvězdova 1716/2b
140 78 Praha 4

Tel.: +420 221 412 611
Fax: +420 222 254 030
e-mail: ksd.law@ksd.cz



© EPRAVO.CZ - Sbírka zákonů, judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- [Postoupení pohledávky na výživné jako novinka právní úpravy účinné od 1. 1. 2026](#)
- [Jak zahájit provoz mezinárodní letecké linky do České republiky \(EU\): právní požadavky pro aerolinky ze třetích zemí](#)
- [Mimořádné vydržení a vývoj judikatury Nejvyššího soudu](#)
- [Preventivně-sankční funkce náhrady nemajetkové újmy za porušení osobnostních práv pohledem Ústavního soudu](#)
- [Odštěpný závod zahraniční společnosti optikou NIS2: Jak správně určit velikost podniku?](#)
- [Zápis ochranné známky bez komplikací. Klíčem k úspěchu je kvalitní předběžná rešerše](#)
- [Zneužití práva na přístup podle GDPR](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 31. - létající pořizovatel ve světle nového stavebního zákona](#)
- [Právní povaha sítě elektronických komunikací - režim náhrady škody](#)
- [Náhrada ušlého nájemného při předčasném ukončení nájemní smlouvy na nebytové prostory](#)
- [Jak fungují plánovací smlouvy v reálných situacích \(2. díl\)](#)