

# Obsah

AUTOŘI .....	9
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK .....	11
<b>1 ÚVOD DO PROBLEMATIKY .....</b>	<b>15</b>
1.1 Zaměření jednotlivých kapitol.....	16
1.2 Obecné vymezení některých pojmů a koncepcí.....	22
1.3 Východiska právní úpravy ochrany zdraví spotřebitele v EU .....	26
<b>2 SOCIOLOGICKÝ PŘÍSTUP K OCHRANĚ ZDRAVÍ SPOTŘEBITELŮ .....</b>	<b>33</b>
2.1 Sociologický přístup k právu .....	34
2.2 Společnost a její změny .....	39
2.2.1 Postmoderní společnost .....	42
2.2.2 Doba anomická .....	47
2.2.3 Projevy anomie a právo .....	49
2.2.4 Spotřební společnost a masová kultura.....	51
2.2.5 Ekonomizace společnosti.....	52
2.3 Socializace a spotřebitelská socializace .....	55
2.3.1 Formy kapitálu .....	57
2.4 Demografické proměny a stříbrná ekonomika .....	58
2.5 Zdraví.....	60
2.5.1 Životní způsob, styl a zdraví .....	63
2.5.2 Hodnoty .....	64
2.6 Dílčí závěr.....	65
<b>3 SOUKROMOPRÁVNÍ OCHRANA SPOTŘEBITELŮ A JEJICH ZDRAVÍ.....</b>	<b>67</b>
3.1 Soukromoprávní ochrana spotřebitelů obecně.....	67
3.2 Ochrana zdraví spotřebitelů v případě smluv sjednaných mimo obchodní prostory .....	69
3.2.1 Pojem „smlouva uzavřená mimo obchodní prostory“ .....	69
3.2.2 Informační povinnost – základní způsob ochrany spotřebitele.....	70
3.2.3 Odstoupení od smlouvy .....	73
3.2.4 Dílčí závěr.....	77
3.3 Nekalé obchodní praktiky a nekalá soutěž vůči spotřebitelům.....	80
3.3.1 K úpravě nekalých obchodních praktik a nekalé soutěže.....	81

3.3.2	K subjektům v nekalé soutěži.....	84
3.3.3	K nekalé soutěži vůbec a k vybraným skutkovým podstatám.....	90
3.3.4	Klamavá reklama.....	95
3.3.5	Klamavé označení zboží nebo služby.....	101
3.3.6	Srovnávací reklama.....	103
3.3.7	Vyvolání nebezpečí záměny.....	105
3.3.8	Dotěrné obtěžování.....	109
3.3.9	Ohrožení zdraví nebo životního prostředí.....	111
3.4	K ochraně spotřebitele proti nekalé soutěži.....	112
3.5	Vybrané případy z aplikační praxe (nekalé obchodní praktiky, reklama, zdraví, průměrný spotřebitel a jeho ochrana).....	119
3.5.1	K hledisku průměrného spotřebitele - doplněk stravy multiMUN AKUT.....	120
3.5.2	K tvrzení týkajícímu se léčby či prevence onemocnění - doplňky stravy (VARIXINAL, Lipovitan, GS Condro FORTE, Vicks Symtomed Complete).....	123
3.5.3	Naplnění znaků generální klauzule nekalé soutěže.....	126
3.5.4	Zdravotní tvrzení na alkoholických nápojích.....	127
3.5.5	Tvrzení týkající se složení potravin.....	128
3.5.6	Reklama působící negativně na duševní zdraví.....	129
3.5.7	Klamavá reklama ve vztahu k přípravkům na hubnutí.....	131
3.6	Vlastní zkušenost s obchodními praktikami tzv. „šmejdů“ (uvítací balíček doplňku stravy ZDARMA).....	132
3.7	Dílčí závěr.....	141
<b>4</b>	<b>VEŘEJNOPRÁVNÍ OCHRANA SPOTŘEBITELŮ A JEJICH ZDRAVÍ.....</b>	<b>149</b>
4.1	Správně-právní prostředky ochrany spotřebitelů.....	149
4.1.1	Východiska správně-právní regulace ochrany zdraví spotřebitele v podmínkách ČR.....	151
4.2	Další vybraná správněprávní úprava na ochranu zdraví spotřebitele.....	163
4.2.1	Ochrana zdraví spotřebitele prostřednictvím bezpečného výrobku.....	163
4.2.2	Ochrana zdraví zvláště zranitelného spotřebitele.....	171
4.2.3	Vybrané příklady z aplikační praxe.....	175
4.2.4	Dílčí závěr.....	181
4.3	Trestněprávní přístup k ochraně zdraví spotřebitelů.....	183
4.3.1	Obecně k trestněprávní ochraně spotřebitele.....	184
4.3.2	Relevantní skutkové podstaty obecně.....	196
4.3.3	Trestné činy dle ustanovení § 248 a 253 TZ.....	209
4.3.4	Souběh trestněprávní odpovědnosti a odpovědnosti podle jiného právního odvětví.....	214

---

4.3.5 Spotřebitel v trestním řízení.....	218
4.3.6 Statistické a kazuistické aspekty.....	220
4.3.7 Dílčí závěr.....	226
<b>5 ZÁVĚREČNÉ SHRNUTÍ.....</b>	<b>229</b>
<b>LITERATURA A DALŠÍ POUŽITÉ ZDROJE.....</b>	<b>237</b>
<b>PŘÍLOHY.....</b>	<b>257</b>
<b>SUMMARY.....</b>	<b>295</b>