

# Sociologické aspekty ochrany spotřebitele

- Formou vládní regulace chránící zájmy spotřebitele
- Ochrana spotřebitele, která je motivována tím, že spotřebitel je zpravidla ekonomicky a informačně méně vybaven než podnikatel
- Vzhledem k společenské situaci je regulací nezbytnou.



## Analýza chování spotřebitele

Ekonomická teorie se v analýze chování spotřebitele jednoduše řečeno zajímá o to, **jak** (a proč) **se bude spotřebitel chovat v závislosti na působení různých podmínek** (faktorů).

Pod pojmem **chování spotřebitele** většinou myslíme **kolik a jakých statků bude nakupovat** za zvolených podmínek.

Těmito podmínkami myslíme nejčastěji určitou **výši ceny**, ale i další faktory, jako například **výši jeho důchodu, intenzitu potřeb, okolní prostředí nebo chování ostatních nakupujících**.



# Pranýř

- <http://olomoucky.rej.cz/clanky/historie/1931-olomoucky-pranyr-lumpy-cekala-hanba-pod-okny-radnich-pred-zraky-mestanu>

# Aktuality

- <https://www.novinky.cz/ekonomika/415526-prelomovy-rozsudek-seniorka-vyhrala-nad-smejdy-firma-musi-vratit-penize.html>

<http://tn.nova.cz/clanek/konecne-smejdi-dostali-trest-jejich-penezenky-ted-zaplacou.html>





každý dostane  
občerstvení ZDARMA



**JEDINEČNÁ AKCE!**

každý host má možnost vyhrát až

**1 000 000,- Kč**

Jako poděkování za Vaši účast  
na výletě pro Vás Beck připravil:

**pro dámy ZDARMA**  
kávovar

**pro pány ZDARMA**  
elektrická vibrační bruska

**manželské páry**  
**ZDARMA!**

digitální fotoaparát

nebo  
velký slunečník



Dárek pro

každého hosta

cestovní poukaz

v hodnotě **3 000,- Kč**

možnost uplatnit ihned!

Výlet s

**BECK**

**Veselé vyprávění**

**o hubnutí**

**a českých**

**“knedlicích”**

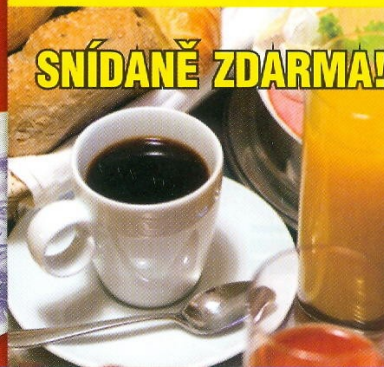
**Naše služby**

- cesta pohodlným autobusem
- přivítáme Vás snídaní ZDARMA!
- reklamní show - účast dobrovolná
- možnost výtečného oběda
- účast v tombole
- cestovní poukaz  
v hodnotě 3 000,- Kč
- pro každého hosta dárek!
- vyprávění Víta Chaloupky  
a jeho kamarádů
- každý dostane  
občerstvení ZDARMA
- sláva, nazdar výletu,  
už jsme doma, už jsme tu!

**VŠE JEN ZA DOPRAVU 99,- Kč**  
- zaplatit u řidiče autobusu.

Po naplnění kapacity autobusu si již  
nelze nárokovat nastoupení do autobusu.

**SNÍDANĚ ZDARMA!**



# Sociologický přístup k ochraně spotřebitele

## Metodologická východiska

- Příčiny sociální
  - Komplexní
  - Teoreticko-empirický
  - Umění nedůvěry
- Sociologie práva – právo jako sociální jev
  - Právo jako nástroj sociální kontroly
  - Právo a sociální změna

# Typy společnosti

## Vývoj společností a nutnost ochrany spotřebitele

.

Společnost tradiční

Moderní

Postmoderní

# Současná společnost

- Postindustriální
- Spotřební
- Masová
- Anomická

# Spotřební společnost

- reklama
- tlak na stále vyšší spotřebu
- spotřeba určuje kým jsem
- individualizace
- anomie



# Kriteria sociálního postavení spotřebitele

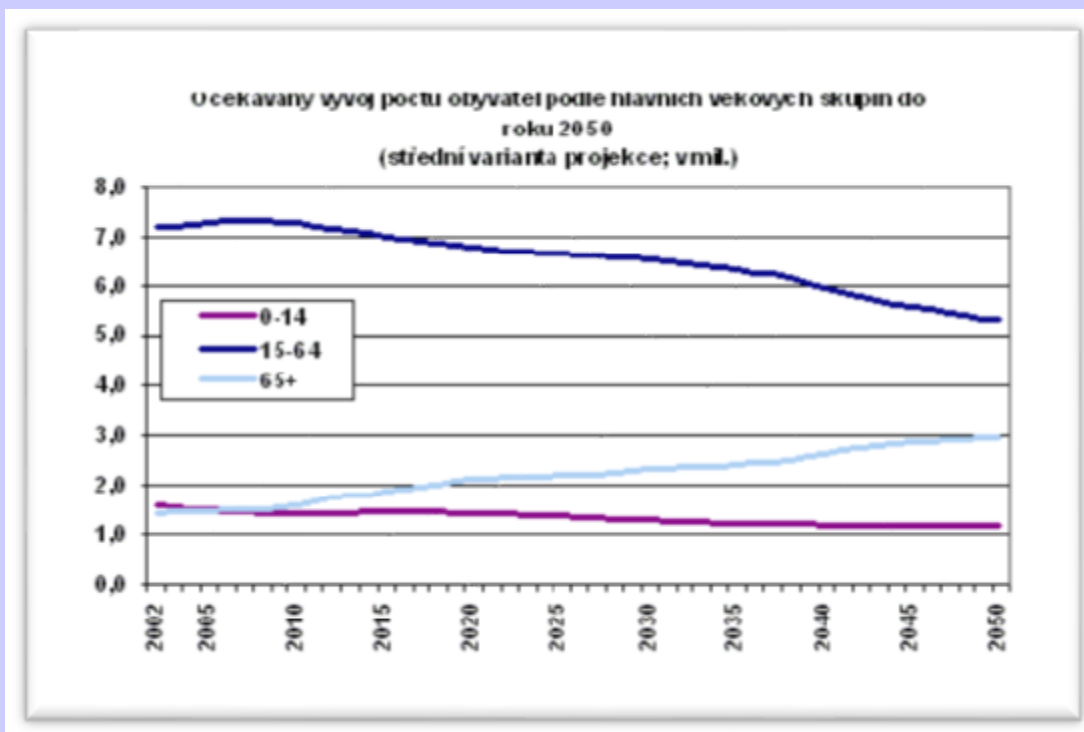
ekonomické	mocensko politické	kulturní	subjektivně hodnotící
povolání	politická moc	vzdělání	prestiž povolání
příjem	podíl na řízení	životní styl	prestiž osobní
bohatství		sociální kontakty	

# Spotřebitelské socializace

Formy kapitálu

Zdravotní gramotnost

# Stárnutí populace na tzv. stříbrná ekonomika



# Behaviorální ekonomie

Jak drahé je zdarma?



# Spotřebitel mikroekonomie

- Racionálně jednající spotřebitel maximalizuje užitek.
- Ve svém rozhodování je omezen svým důchodem.
- Užitek plyne z preferencí spotřebitele.
- Rozhodování spotřebitele je volba takového spotřebního koše, který přináší maximální užitek.
- Jednotlivé spotřební situace porovnává spotřebitel z hlediska preferencí.

# Zdraví jako hodnota














Spotřební „jednání“ není vlastně spotřebitelem kontrolováno (spotřebitel ho nemá pod kontrolou) ve všech svých důsledcích.

Lze proto konstatovat, že se jedná pouze o chování s určitým cílem.

# Procento správných odpovědí na otázku obsahu tuku ve 100 g výrobku

 PL	33%
 EU27	58%
 CZ	58%
 SK	67%
 HU	65%
 UK	75%
 DE	75%
 FR	67%
 AT	79%

SPECIAL EUROBAROMETER 342 Consumer empowerment REPORT, [online]

Feldvétel: Február – Ápril 2010 European Commission, 2011. [cit. 9.8.2015] Dostupné z

[http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_342\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_342_en.pdf)

	PL	39%
	HU	42%
	CZ	53%
	SK	54%
	AT	62%
	EU27	63%
	UK	67%
	DE	68%
	FR	83%



Procento správných odpovědí o významu loga „Produkt může způsobit škodu na zdraví při nesprávném použití“

# Děkuji za pozornost

**Martina Urbanová**

urbanovam@law.muni.cz

