

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”**

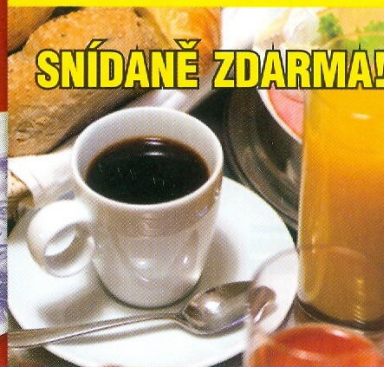
Naše služby

- 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

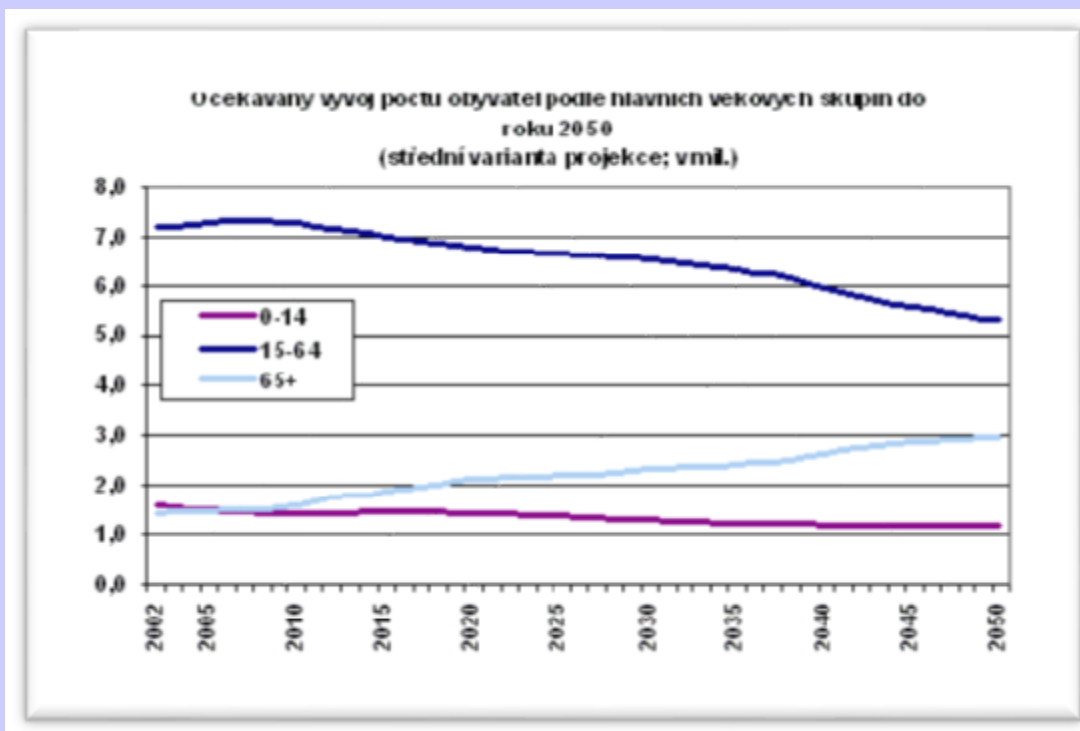
ekonomické	mocensko politické	kulturní	subjektivně hodnotící
povolání	politická moc	vzdělání	prestiž povolání
příjem	podíl na řízení	životní styl	prestiž osobní
bohatství		sociální kontakty	

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

	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

