

## RESUMÉ

### Koncept průměrného spotřebitele v českém a evropském právu

Cílem předkládané diplomové práce s názvem "Koncept průměrného spotřebitele v českém a evropském právu" je popsat současné trendy, které lze pozorovat v pojmání tohoto slovního spojení. Metody, použité v této diplomové práci za účelem dosažení stanoveného cíle, jsou analýzy české i evropské legislativy a české judikatury i rozhodnutí Soudního dvora Evropské unie a Tribunálu. V neposlední řadě jsou v této diplomové práci použity také metoda monografická a srovnávací.

V první části práce je věnována pozornost pojmům „spotřebitel“ a „průměrný spotřebitel“, a to zejména s ohledem na ovlivnění jejich nazírání sekundárními právními předpisy Evropské unie a judikaturu Soudního dvora Evropské unie, jakož i rozhodnutí soudů členských států Evropské unie.

Dalším, a snad nejdůležitějším, záměrem této diplomové práce je zdůraznit skutečnost, že na model průměrného spotřebitele je třeba pohlížet různě v závislosti na oblasti hospodářské soutěže, v níž se ten který spotřebitel právě nachází. V různých oblastech hospodářské soutěže jsou totiž, jak bude dokumentováno na několika soudních rozhodnutích, na průměrného spotřebitele (jeho pozornost, opatrnost a obezřetnost) kladeny různé nároky.

Ideální funkcí modelu průměrného spotřebitele je býti substitutem pro všechny spotřebitele. Právě prostřednictvím měřítka průměrného spotřebitele je spotřebitelům poskytována ochrana. Je však třeba zdůraznit, že měřítko průměrného spotřebitele je jen modelem, a nebylo by správné představovat si pod tímto pojmem reálně existujícího spotřebitele. Analýza a srovnání soudních rozhodnutí rezultovaly ve vymezení základních vlastností průměrného spotřebitele, mezi nimiž je třeba zmínit především náležitou pozornost, obezřetnost a opatrnost. V této části diplomové práce je také naznačeno překonání nazírání na koncept průměrného spotřebitele coby na statistický pojem. Koncept průměrného spotřebitele je dnes pojímán pouze jako model normativní.

Jak bude doloženo na příkladech soudních rozhodnutí, důležitou roli hraje také správné vymezení cílové skupiny spotřebitelů ve sporech z nekalé soutěže. Takovéto rozlišení je klíčové zejména pro posuzování nároků kladených na designovaného průměrného spotřebitele. Pozornost je taktéž, v této části práce, věnována skupině zvláště zranitelných spotřebitelů, kteří jsou zvláště zranitelní z důvodu jejich věku, duševní nebo fyzické slabosti či důvěřivosti.

Poslední část práce se stručně věnuje problematice dokazování při soudních jednáních, jež má za následek právě normativní pojetí konceptu průměrného spotřebitele. Zvláštní pozornost je pak věnována televizní reklamě.