

## Souhrn

Cílem mé diplomové práce je analyzovat jedno z nejčastějších nekalosoutěžních jednání, klamavou reklamu a možnosti právní obrany proti tomuto jednání. Tato práce se skládá ze šesti kapitol, přičemž každá z kapitol se zabývá různými aspekty nekalé soutěže.

V první kapitole jsou popsány různé pokusy o definici hospodářské soutěže a objasněny pojmy jako hospodářský aspekt a hospodářský prospěch. Právní úprava hospodářské soutěže obsahuje přímou a nepřímou regulaci. Nepřímá regulace spočívá ve vyloučení určitého zboží z obchodování a v dohledu nad jinými druhy zboží. Přímá regulace se dělí na antimonopolní právo, které brání vyloučení, omezení nebo jinému porušení hospodářské soutěže, a na soutěžní právo, které zakazuje soutěžitelům užívat nekalé praktiky v boji o zákazníka.

Druhá kapitola pojednává o nekalé soutěži, jejím vývoji a jejích subjektech. Jeden z nejzákladnějších prvků nekalé soutěže, koncept „generální klauzule“, je objasněn v této kapitole pomocí popisu jejích znaků a jejího vztahu ke zvláštním skutkovým podstatám nekalé soutěže. Určité jednání musí obsahovat všechny znaky „generální klauzule“ kumulativně, aby mohlo být označeno za nekalosoutěžní.

Třetí kapitola, jež je jádrem celé práce, analyzuje právní úpravu reklamy, zejména reklamy klamavé, v české a evropské legislativě. Česká legislativa je prozkoumána detailně. Právní úprava klamavé reklamy je obsažena zejména v zákoně č. 513/1991 Sb., obchodním zákoníku, ve znění pozdějších předpisů. Jsou zde zmíněna také podstatná soudní rozhodnutí, která mohou být užitečná pro porozumění institutu klamavé reklamy.

Čtvrtá kapitola pojednává o právních způsobech obrany před nekalou soutěží, jako je žaloba na zdržení se jednání, odstranění závadného stavu, přiznání přiměřeného zadostiučinění, na náhradu škody či vydání bezdůvodného obohacení. Kromě těchto speciálních ustanovení obsažených v obchodním zákoníku, mohou být použita ustanovení obecná, obsažená v občanském zákoníku či ustanovení občanského soudního řádu.

Poslední kapitola obsahuje souhrn předchozích kapitol a návrhy na zlepšení současné právní úpravy klamavé reklamy.