

JUDr. Daniel Patěk, Ph.D.
Katedra obchodního práva
PF UK

Posudek k diplomové práci pana Martina Šulce
na téma „Nedovolená srovnávací reklama“

Rozsah práce: 55 stran

Datum odevzdání práce: 4. 2. 2013

1. Aktuálnost (novost) tématu:

Téma srovnávací reklamy patří mezi obzvláště aktuální v rámci nekalosoutěžní úpravy, zejména díky úplné harmonizaci na poli evropského práva a rozvíjející se judikatuře.

2. Náročnost tématu (teoretické znalosti, vstupní údaje a jejich zpracování, použité metody).

Střední náročnost tématu je dána stručností a uceleností evropské a české úpravy a nutností zohlednit i celkový kontext této nekalosoutěžní skutkové podstaty.

3. Kritéria hodnocení práce:

A. Splnění cíle práce

Diplomant si předsevzal jako ne zcela odborně vhodný cíl „popis současné úpravy“ a „podrobné seznámení s právními prostředky (str. 2 a 3). Tento cíl se diplomantovi v práci samozřejmě podařilo naplnit.

B. Samostatnost při zpracování tématu

Při zpracování tématu autor postupoval samostatně a tvůrčím způsobem nakládal s použitými prameny.

C. Logická stavba práce

Systematika byla vhodně zvolena. Práce ve vhodně zvolené souslednosti zkoumá komplexně zvolené téma.

D. Práce s literaturou (využití cizojazyčné literatury) včetně citací

Autor k vypracování textu použil značný počet (výlučně českých) pramenů. Práce s literaturou včetně způsobu citací odpovídá požadavkům kladeným na odborný text, jakým je diplomová práce.

E. Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)

Autor zdařile zpracoval zvolené téma. Jen výjimečně však podrobuje doktrínu či judikaturu analýze či dokonce kritice.

F. Úprava práce (text, grafy, tabulky)

Úprava práce je standardní, v přílohách jsou zobrazeny zkoumané reklamy. Grafy ani tabulky práce neobsahuje.

G. Jazyková a stylistická úroveň

Jazyková a gramatická úroveň textu odpovídá standardům diplomové práce.

4. Případné další vyjádření k práci:

Str. 10 – význam včlenění pojmu zákazník do § 44 obch. zák. je nutné zkoumat především ve světle novely občanského zákoníku z téhož roku (limitace pojmu spotřebitel jen na fyzické osoby).

5. Přípomínky a otázky k zodpovězení při obhajobě:

Jak by autor výstižně vyložil obrat „pokud se srovnání týče“ dle § 2980 odst. 2 NOZ z hlediska věcné působnosti podmínek přípustnosti reklamy v tomto ustanovení uvedených – jaké aspekty reklamy musí být (pouze) z těchto hledisek zkoumány (str. 23)?

Na str. 29 autor zmiňuje legislativní upřesnění podmínek dovoleného užívání srovnávací reklamy, která nesmí zlehčovat nepravdivými údaji. Jaké dopady bude mít nová úprava v § 2980 NOZ opouštějící dosavadní výslovnou limitaci jen na zlehčování údajů nepravdivými?

Opravdu šampaňská klauzule brání srovnávat se šampaňským vínem odlišný nápoj inzerenta bez chráněného označení (původu či zeměpisného) – viz str. 31?

6. Doporučení / nedoporučení práce k obhajobě a navržený klasifikační stupeň:

S ohledem na vysokou kvalitu odevzdané práce ji doporučuji k obhajobě a navrhuji předběžně klasifikovat ji stupněm „výborně“ či „velmi dobře“ a to v závislosti na úrovni obhajoby.

V Praze dne 14. 2. 2013

JUDr. Daniel Patěk, Ph. D.
vedoucí diplomové práce