

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra práva**



**Bakalářská práce**

**Klamavé označování zboží a služeb**

**Michaela Berkovcová**

© 2015 ČZU v Praze

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra práva

Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Michaela Berkovcová

Hospodářská a kulturní studia

Název práce

Klamavé označování zboží a služeb

Název anglicky

Misleading description of goods and services

---

### Cíle práce

Hlavním cílem této bakalářské práce je zmapování právní problematiky související s klamavým označováním zboží a služeb v českém právním řádu. Dílčím úkolem je vymezení kompetencí orgánů státní správy činných v této oblasti, především České obchodní inspekce a Celní správy. Cílem praktické části je zjistit, zda-li spotřebitel je seznámen se všemi možnostmi, které nabízí právní řád ČR, v rámci obrany proti klamavému označování zboží a služeb a dále s možnostmi při rozpoznání padělků a originálů. V návaznosti na stanovenou hypotézu je dílčím cílem vypracování pravidel, kterými by se měl spotřebitel, v rámci obrany proti klamavému označování zboží a služeb, řídit. Tato pravidla budou také návodem, jak rozpoznat padělek od originálního kusu.

### Metodika

Základní metodikou při zpracování teoretické části této bakalářské práce bude analýza právních předpisů, relevantních literárních zdrojů, dále literární rešerše odborné literatury a odborných zdrojů. V rámci praktické části bude využita metoda kvantitativního výzkumu, a to konkrétně dotazníkového šetření. Dále bude využita metoda komparace, kdy budou porovnávány výsledky dotazníkového šetření s platnými právními předpisy. Metodou syntézy budou vyhodnoceny výstupy provedené analýzy, komparace a metody kvantitativního výzkumu.

## Doporučený rozsah práce

30 – 40 stran

---

### Doporučené zdroje informací

- DĚDIČ, Jan, Zbyněk ŠVARC a Pavel SVOBODA. Přehled judikatury ve věcech nekalé soutěže: (systematický výklad). 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2011, 302 s. Přehledy judikatury, sv. 72. ISBN 978-807-3576-707.
- DĚDIČ, Jan, Zbyněk ŠVARC a Pavel SVOBODA. Učebnice práva pro ekonomy: (systematický výklad). 1. vyd. Praha: Prospektrum, 1994, 910 s. Spisy Právnické fakulty Masarykovy univerzity v Brně, sv. 135. ISBN 80-854-3195-5.
- HAJN, Petr, Jiří KINDL a Pavel SVOBODA. Právo nekalé soutěže: (systematický výklad). 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2012, 146 s. Spisy Právnické fakulty Masarykovy univerzity v Brně, sv. 135. ISBN 80-210-0923-3.
- <https://www.uohs.cz/>  
<http://www.celnisprava.cz>  
<http://www.col.cz/>
- MUNDOVÁ, Jindřiška, Jiří KINDL a Pavel SVOBODA. Soutěžní právo. 2. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2012, xxvii, 619 s. Beckovy mezilaborové učebnice. ISBN 978-807-4004-247.
- MUNDOVÁ, Jindřiška. Zákon o ochraně hospodářské soutěže: komentář. 2. vyd. Praha: C.H. Beck, 2009, xiv, 681 s. Beckova edice komentované zákony. ISBN 978-807-4001-734.
- PELC, Vladimír. Hospodářská soutěž. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1995, 162 s. ISBN 80-716-9124-0.
- Směrnice 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu do úpravy nekalé soutěže v ČR
- Zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 137/1995 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 17/2012 Sb., o Celní správě České republiky, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 191/1999 Sb., o opatřeních týkajících se dovozu, vývozu a zpětného vývozu zboží porušující některá práva duševního vlastnictví, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 221/2006 Sb., o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví a o změně zákonů na ochranu průmyslového vlastnictví (zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví), ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
- 

### Předběžný termín obhajoby

2015/06 (červen)

### Vedoucí práce

Mgr. Denisa Cívínová

Elektronicky schváleno dne 10. 9. 2014

JUDr. Jana Borská

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 11. 11. 2014

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 09. 03. 2015

### Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Klamavé označování zboží a služeb" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 16. 3. 2015

---

## Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Mgr. Denise Cívínové za odbornou pomoc a cenné připomínky, které mi poskytovala během vypracování mé bakalářské práce.

# Klamavé označování zboží a služeb

---

## Misleading description of goods and services

### **Souhrn**

Souhrnným cílem této bakalářské práce je zjistit všeobecný přehled spotřebitelů v oblasti klamavého označení zboží nebo služeb. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části práce nalezneme obecná východiska této problematiky, seznámíme se s prostředím, ve kterém se s problematikou setkáváme, s právní úpravou a příslušnými povolanými orgány. Praktická část poskytne odpověď na otázku, jaký je vztah spotřebitelů k problematice klamavě označených produktů a padělků. Hlavním cílem praktické části je zjistit prostřednictvím kvantitativního výzkumu, jak jsou spotřebitelé obezřetní a jak k této problematice přistupují, zda se danými situacemi zabývají a zda vědí, jakým způsobem je řešit. V závěru práce je shrnuto, jak by měli spotřebitelé postupovat, aby se klamavým praktikám prodejců ubránili.

### **Summary**

The major deal of this bachelor thesis is to determine the consumer's general overview about misleading descriptions of goods and services. This thesis is divided into theoretical and practical part. The theoretical part of this thesis contains the general background of the issue and there is described the environment of this issue as well. This thesis includes the legislation and competent authorities. The practical part answers the question how much the consumers care about misleading products and counterfeits. The main aim of the practical part is to describe using the quantitative research the behavior of the consumers during purchasing and their approach to this issue. There is shown how they deal with deceiving situations and how they solve them. In conclusion is summarized how consumers should act to defend misleading practices of sellers.

**Klíčová slova:** klamavé označení, zboží, služba, nekalá soutěž, ochrana spotřebitele, podnikatel, spotřebitel, Česká obchodní inspekce, Celní správa

**Keywords:** misleading description, goods, services, unfair competition, consumer protection, businessman, consumer, The Czech Trade Inspection Authority, Customs Administration of the Czech Republic

## OBSAH

1. ÚVOD.....	10
2. CÍL PRÁCE A METODIKA.....	12
3. TEORETICKÁ VÝCHODISKA.....	14
3.1. Vývoj právní úpravy klamavého označování zboží a služeb.....	14
3.1.1. Změny v občanském zákoníku oproti obchodnímu zákoníku.....	15
3.1.2. Občanský zákoník.....	16
3.2. Nekalá soutěž.....	17
3.2.1. Subjekty nekalé soutěže.....	17
3.2.1.1. Spotřebitel.....	18
3.2.1.2. Podnikatel.....	18
3.2.2. Druhy nekalé soutěže.....	19
3.2.3. Ochrana proti nekalé soutěži.....	19
3.3. Klamavé označení zboží nebo služby.....	22
3.3.1. Vztah k ostatním skutkovým podstatám.....	23
3.3.2. Vymezení klamavého označení zboží nebo služby.....	23
3.4. Související právní úprava.....	24
3.4.1. Práva průmyslového vlastnictví.....	25
3.4.1.1. Zákon o ochranných známkách.....	25
3.4.2. Zákon o ochraně označení původu a zeměpisných označení.....	27
3.4.3. Ochrana spotřebitele.....	28
3.5. Orgány činné v problematice klamavého označení zboží nebo služby.....	30
3.5.1. Česká obchodní inspekce.....	30
3.5.1.1. Rozsah činnosti České obchodní inspekce.....	30
3.5.1.2. Kontrolní činnost České obchodní inspekce.....	32
3.5.2. Celní správa.....	32
3.5.2.1. Rozsah činnosti Celní správy.....	33



3.5.2.2.	Kontrolní činnost Celní správy.....	34
3.5.3.	Úřad pro ochranu průmyslového vlastnictví.....	35
3.5.3.1.	Rozsah činností Úřadu pro ochranu průmyslového vlastnictví .....	35
3.5.3.2.	Činnost Úřadu pro ochranu průmyslových práv.....	37
4.	VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ.....	38
5.	ZHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ.....	50
6.	ZÁVĚR.....	53
7.	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ .....	54
7.1.	Literární zdroje.....	54
7.2.	Internetové zdroje.....	55
7.3.	Právní předpisy.....	56
8.	PŘÍLOHY .....	58

#### **SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1	Kontroly České obchodní inspekce.....	32
Tabulka 2	Kontroly Celní správy.....	35

#### **SEZNAM GRAFŮ**

Graf 1, 2.....	39
Graf 3, 4.....	40
Graf 5.....	41
Graf 6, 7.....	42
Graf 8, 9.....	43
Graf 10, 11... ..	44
Graf 12.....	45
Graf 13.....	46
Graf 14, 15.....	47
Graf 16, 17, 18, 19, 20.....	48

## 1. ÚVOD

Tématem této bakalářské práce je klamavé označování zboží a služeb. Tato problematika je legislativně upravena především v zákoně č. 89/2012 Sb., občanském zákoníku, který od 1. 1. 2014 nahradil předchozí právní úpravu. Úplné počátky dané problematiky nalzáme počátkem 19. století a do dnešního dne prošla řadou různých vývojových stupňů.

Označení zboží jako takové slouží zejména k odlišení jednotlivých výrobků. Ovšem s rozvojem moderní doby má označení zboží spotřebitele spíše informovat o jeho kvalitě, jakosti nebo pouhé prestiži.

V důsledku spotřebitelského chování, kdy o zboží označené určitou značkou nebo vykazující jistou kvalitu, zájem stoupá, dochází k neoprávněnému označování. Výrobci označují zboží chráněnými prvky, které nemají právo použít. Nejčastěji se setkáme s klamavě označeným oblečením nebo obuví, kdy je použita ochranná známka například „Adidas“, která je často jakkoliv upravena nebo přejmenována. Ovšem v dnešní době se setkáváme i s označením téměř identickým, které lze od originálu jen těžko rozeznat. Takové zboží nazýváme padělkem.

Klamavé označování zboží a služeb je jedním druhem nekalé soutěže, kterou definuje občanský zákoník. V rámci právního řádu České republiky mají osoby, dotčené tímto nekalosoutěžním jednáním, právo na ochranu proti nekalé soutěži zakotvenou v občanském zákoníku a spotřebitelé se mohou souběžně domáhat ochrany podle zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.

V první kapitole teoretické části se věnuji vývoji klamavého označování a nekalé soutěže jako takové. Podávám stručný přehled právních předpisů, ve kterých byla tato problematika v jednotlivých obdobích našeho státu zakotvena. Dále zmiňuji zásadní změny, ke kterým došlo v souvislosti s nabytím účinnosti nového občanského zákoníku a zánikem zákoníku obchodního, ve kterém byla tato problematika do 1. 1. 2014 kodifikována.

Druhá kapitola se zabývá prostředím, ve kterém se vyskytuje klamavé označení zboží a služeb - prostředí nekalé soutěže. V této kapitole jsou vysvětleny pojmy jako je podnikatel, spotřebitel a dále jsou zde uvedeny možnosti ochrany proti nekalé soutěži.

Třetí kapitola nabízí seznámení s pojmem klamavé označování zboží a služeb a jeho vztahu k ostatním skutovým podstatám.

Čtvrtá kapitola je věnována související právní úpravě, tedy konkrétně právům průmyslového vlastnictví, která jsou v českém právním systému zakotvena mimo jiné v zákoně č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách a zákoně č. 452/2001 Sb., o označení původu a zeměpisném označení a v neposlední řadě také v zákoně č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.

V poslední kapitole teoretické části se čtenář může seznámit se základními orgány činnými v dané oblasti. Uvedeny jsou zde kompetence České obchodní inspekce, Celní správy a Úřadu pro ochranu průmyslových práv.

Další část bakalářské práce je částí praktickou a je věnována vlastnímu kvantitativnímu výzkumu v oblasti klamavě označovaného zboží.

## 2. CÍL PRÁCE A METODIKA

Tato bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části jsou uvedena obecná východiska problematiky. Čtenář je seznámen s prostředím a právními předpisy klamavého označování zboží a služeb a dále s rozsahem činností kompetentních orgánů.

Hlavním cílem praktické části je zjistit, jaký je přehled spotřebitelů v této oblasti a odpovědět tím na výzkumnou otázku, která zní: „*Jsou spotřebitelé dostatečně obeznámeni s možnostmi obrany proti klamavému označení zboží a služeb?*“ Součástí výzkumu jsou další podotázky, které nám umožní lépe pochopit spotřebitelské chování. Co spotřebitelé upřednostňují při nákupu, jak se zachovají v případě oklamání a zda vědí, jaké mají možnosti při řešení těchto situací. V závěru práce je shrnuto, jak by měli spotřebitelé postupovat při nákupu, aby se nestali oběťmi klamavého označení.

Z metodologického hlediska je v práci postupováno metodou kvalitativního a kvantitativního výzkumu. V teoretické části práce byla využita metoda kvalitativního výzkumu, metoda sběru a studia sekundárních zdrojů, tedy dostupné odborné literatury, právních předpisů a internetových zdrojů, čímž byly získány teoretická východiska dané problematiky. V praktické části byl použit kvantitativní výzkum. Prostřednictvím internetu byl šířen dotazník, na který odpovědělo celkem 148 respondentů. Dotazníkové šetření bylo složeno ze 14 otázek. První 4 otázky byly sociodemografického charakteru - byl zjišťován věk respondenta, pohlaví, vzdělání a měsíční příjmy jeho domácnosti. Dále ve výzkumu byly formulovány 3 uzavřené otázky a 7 částečně otevřených, kde byla respondentovi vždy nabídnuta možnost vlastní, jiné odpovědi.

Pro dosažení stanovených cílů byl využit již zmiňovaný kvantitativní výzkum, který byl realizován ve spolupráci se sociologickou laboratoří České zemědělské univerzity. Byla využita deduktivní metoda, jejímž principem je prvotní formulace obecného problému – výzkumné otázky, k níž jsou poté utvořeny pracovní hypotézy. Hypotézy jsou vždy založeny na vztazích mezi dvěma nebo více proměnnými. Před započítím sběru dat byla provedena pilotáž, kdy bylo ověřeno, zda jsou otázky pro dotazované srozumitelné a zda není potřeba doplnit další odpovědi. Poté probíhal sběr samotných dat a

prostřednictvím zpracovaných odpovědí respondentů byly stanovené hypotézy přijaty nebo zamítnuty.<sup>1</sup>

V návaznosti na stanovenou výzkumnou otázku, byly zvoleny následující 4 pracovní hypotézy:

1. Ženy více řeší situaci, pokud se stanou obětí klamavého označování zboží nebo služeb než muži.
2. Lidé s vysokoškolským vzděláním se budou častěji obracet na ČOI než osoby s nižším vzděláním.
3. Lidé starší 30 let se obecně více zabývají informacemi o klamavých praktikách a o různé případy z tohoto odvětví než lidé mladší 30 let.
4. Pro osoby, jejichž příjmy domácnosti jsou nižší než 20 000Kč/měsíčně, je rozhodujícím kritériem při nákupu cena.

Hlavní výhodou kvantitativního výzkumu je především možnost získání dat od velkého počtu jedinců a poměrně vysoká spolehlivost. Naopak nevýhodou tohoto výzkumu může být nízká validita, což zapříčiní, že ne vždy se povede zjistit to, co bylo jeho hlavním cílem.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> DISMAN, Miroslav. Jak se vyrábí sociologická znalost: Příručka pro uživatele. 3.vyd. Praha: Karolinum, 2000, s.76, ISBN 80-246-0139-7.

<sup>2</sup> TECLOVÁ, Petra. Kvantitativní a kvalitativní výzkum využijete při psaní diplomky. TOPZINE [online]. 2011 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.topzine.cz/kvantitativni-a-kvalitativni-vyzkum-vyuzijete-pri-psani-diplomky>

### 3. TEORETICKÁ VÝCHODISKA

#### 3.1. Vývoj právní úpravy klamavého označování zboží a služeb

Právo nekalé soutěže se začalo vyvíjet spolu s právem obchodním. Prvními střípky nekalosoutěžních ustanovení byla pravidla upravující například tzv. odloudění zákaznictva nebo pravidla proti přehánění v reklamě. Ta se datují začátkem 19. století.<sup>3</sup>

Až do 20. let 19. století úplně chyběla v českých zemích komplexní právní úprava dané oblasti. Existovalo zde však několik právních předpisů, které se problematiky nekalé soutěže dotýkaly. Byl jím například zákon o ochraně známek z roku 1890 nebo zákon o výprodejích z roku 1895. Prvním státem, který prosadil komplexní úpravu ochrany proti nekalé soutěži bylo Německo a to dokonce již v roce 1896. Významným krokem ve vývoji dané právní úpravy byla ratifikace Pařížské unijní úmluvy na ochranu průmyslového vlastnictví, kterou Československo podepsalo v roce 1919. Z této úmluvy totiž plynula pro Československou republiku povinnost zakotvit ochranu proti nekalosoutěžním praktikám do svého právního řádu. K nejvýznamnějším právním předpisům, které se týkaly některých projevů nekalé soutěže, po vzniku Československé republiky, patřil zákon č. 3/1924 Sb., o zákazu prémiových obchodů předměty denní potřeby, a zákon č. 5/1924 Sb., o označování původu zboží. Vydání těchto zákonů bylo také výsledkem přístupu Československé republiky k tzv. Madridské úpravě z roku 1891 o potírání nesprávných označení o původu zboží. Ucelenou úpravu práva na ochranu proti nekalé soutěži do právního řádu Československé republiky přinesl až zákon č. 111/1927 Sb., o ochraně proti nekalé soutěži. Můžeme říci, že tímto zákonem byl položen základní stavební kámen ochrany před nekalou soutěží. Zákon nabyl účinnosti 28. ledna 1928 a jeho platnost trvala až do roku 1950. Tento zákon poskytoval tři druhy ochrany - ochranu soukromoprávní, trestněprávní a správněprávní a dodnes je považován za velmi kvalitní předpis upravující tuto problematiku. K 1. lednu 1951 zákon č. 141/1950 Sb., občanský zákoník ruší veškeré právní předpisy upravující hospodářskou soutěž, včetně zákona o ochraně proti nekalé soutěži. V nové právní úpravě se nekalá soutěž vyskytla pouze v jediném paragrafu, konkrétně v § 352. Dané

---

<sup>3</sup> ELIÁŠ, K., BEJČEK, J., HAJN, P., JEŽEK, J. A KOL.: Kurs obchodního práva: obecná část – soutěžní právo, 5. vydání, Praha: C.H. Beck, 2007, str. 290, ISBN 978-80-7179-583-4.

ustanovení znělo: „*Na tom, kdo se octne v hospodářském styku v rozporu s dobrými mravy soutěže jednáním způsobilým poškodit soutěžitele, může se každý soutěžitel, který tímto jednáním utrpěl škodu, nebo jemuž škoda přímo hrozí, domáhat, aby se zdržel takového jednání a odstranil závadný stav jím způsobený. Kdo věděl, že jeho jednání je způsobilé poškodit soutěžitele, je povinen mu nahradit způsobenou škodu.*” Takto byla nekalá soutěž v právním řádu zakotvena až do roku 1991.<sup>4</sup>

Dne 1. 1. 1992 nabyt účinnosti zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník. Nekalá soutěž zde byla upravena v § 44, kde byly kromě samotného vymezení nekalé soutěže vyjmenovány i druhy nekalosoutěžního jednání.<sup>5</sup>

Tento zákon byl nahrazen současnou platnou právní úpravou, zákonem č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. Občanský zákoník nabyt účinnosti 1. 1. 2014.<sup>6</sup>

### **3.1.1. Změny v občanském zákoníku oproti obchodnímu zákoníku**

Oproti „staré” právní úpravě evidujeme v „novém” občanském zákoníku řadu změn. Jednou z těch nejzásadnějších je samotná formulace klamavého označení. V obchodním zákoníku bylo definováno klamavé označování zboží a služeb jako: „*Každé označení, které je způsobilé vyvolat v hospodářském styku mylnou domněnku, že jím označené zboží nebo služby pocházejí z určitého státu, určité oblasti či místa nebo od určitého výrobce, anebo že vykazují zvláštní charakteristické znak nebo zvláštní jakost. Nerozhodné je, zda označení bylo uvedeno bezprostředně na zboží, obalech, obchodních písemnostech apod. Rovněž je nerozhodné, zda ke klamavému označení došlo přímo nebo nepřímo a jakým prostředkem se tak stalo.*”<sup>7</sup> Ve stávající právní úpravě byly provedeny následující změny, slovní spojení „každé označení” bylo transformováno na spojení „takové označení”, dále byl odstraněn výraz „z určitého státu” a bylo ponecháno pouze „určité oblasti”. Zkratka „apod.” byla změněna na „a jinde”.

---

<sup>4</sup> Historický exkurz do právního vývoje nekalé soutěže v českých zemích do roku 1992. Epravo.cz [online]. 2013 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/clanky/historicky-exkurz-do-pravniho-vyvoje-nekale-souteze-v-ceskych-zemich-do-roku-1992-91931.html>

<sup>5</sup> Zákon č. 513/1991Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů

<sup>6</sup> Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

<sup>7</sup> Zákon č. 513/1991Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů

Ustanovení § 46, odstavce 2, obchodního zákoníku bylo přesunuto do § 2979, který upravuje společná ustanovení o klamavé reklamě a klamavém označení zboží a služeb. Poslední výraznou změnou je úplné vypuštění odstavce, který upravoval tzv. katalogové podvody.<sup>8</sup>

### 3.1.2. Občanský zákoník

Nekalá soutěž je nyní v zákoně č. 89/2012 Sb., občanském zákoníku upravena v hlavě III - Závazky z deliktů a v díle 2 - Zneužití a omezení soutěže. V oddíle 1 - Obecná ustanovení nalezneme definici soutěžitele. Soutěžitel je definován jako: „*ten kdo, se účastní hospodářské soutěže.*” Dále v témže paragrafu nalezneme zákaz zneužívání hospodářské soutěže. Následující dva paragrafy - § 2973 a § 2974 jsou věnovány účinkům nekalosoutěžního jednání v zahraničí a postavení zahraničních osob v nekalé soutěži. Oddíl 2 se pak věnuje konkrétně nekalé soutěži, podobně jako ji upravoval obchodní zákoník v díle II - Právní úprava je i zde založena na kombinaci tzv. generální klauzule nekalé soutěže a zvláštních skutkových podstat nekalé soutěže, které jsou oproti obchodnímu zákoníku pozměněny. Výčet zmíněných skutkových podstat, kdy se jedná o nekalou soutěž, je uveden v této práci v kapitole 3.2. – Nekalá soutěž, jedná se o § 2977 - § 2987. V dalších paragrafech je upravena ochrana proti nekalé soutěži. Podle § 2988, osoba, jejíž právo bylo nekalou soutěží ohroženo nebo porušeno, může proti rušiteli požadovat, aby se nekalé soutěže zdržel nebo aby odstranil závadný stav. Dále může tato osoba požadovat přiměřené zadostiučinění, náhradu škody a vydání bezdůvodného obohacení. Poslední paragraf - § 2990 ochrana proti omezování soutěže říká, že: „*Osoba, jejíž právo bylo ohroženo nebo porušeno nedovoleným omezováním soutěže, má práva stanovená § 2988.*”<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> ONDREJOVÁ, Dana. Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku: komentář. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2014, xvi, 364 s. Beckovy komentáře. ISBN 9788074005220, s. 111-113.

<sup>9</sup> Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník



### 3.2. Nekalá soutěž

Nekalá soutěž je jednání, které se v praxi objevuje v rámci hospodářské soutěže. Hospodářská soutěž je považována za jakýsi hnací motor tržní ekonomiky a občanský zákoník stanovuje přiměřené hranice soutěže. Kindl a Rozehnal ve své knize Nový občanský zákoník – problémy a úskalí definují hospodářskou soutěž jako: „*jednání, které směřuje k prosazení na trhu s cílem toto prosazení využít ke svému ekonomickému prospěchu.*”<sup>10</sup>

Nekalou soutěž definuje zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník následovně: „*Kdo se dostane v hospodářském styku do rozporu s dobrými mravy soutěže jednáním způsobilým přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům, dopustí se nekalé soutěže. Nekalá soutěž se zakazuje.*”<sup>11</sup>

Aby tedy byla naplněna podstata nekalé soutěže musí být kumulativně splněny tři podmínky:

- Jednání v rámci hospodářské soutěže
- Jednání musí být v rozporu s dobrými mravy
- Jednání musí být způsobilé přivodit újmu <sup>12</sup>

#### 3.2.1. Subjekty nekalé soutěže

Proto, aby vůbec bylo vytvořeno prostředí soutěže, musí zde vystupovat určité činné subjekty. Na trh nekalé soutěže vstupuje hned několik subjektů. Obecně je lze rozdělit do dvou základních protikladných skupin. Na jedné straně jsou to osoby, které jednají nekalosouěžně a na straně druhé osoby, které jsou nekalou soutěží dotčeni.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> KINDL, Milan a Aleš ROZEHNAL. Nový občanský zákoník: problémy a úskalí. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2014, 303 s. Pro praxi. ISBN 9788073805166, s.226.

<sup>11</sup> Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

<sup>12</sup> ONDREJOVÁ, Dana. Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku: komentář. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2014, xvi, 364 s. Beckovy komentáře. ISBN 9788074005220, s. 37

<sup>13</sup> VEČERKOVÁ, Eva. Nekalá soutěž a reklama: (vybrané kapitoly). Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2005, 330 s. Spisy Právnické fakulty Masarykovy univerzity v Brně, sv. 284. ISBN 8021036079, s.44.

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník účinný od 1. 1. 2014 specifikuje dva subjekty vystupující v nekalé soutěži – spotřebitele a podnikatele.<sup>14</sup>

### 3.2.1.1. Spotřebitel

Spotřebitelé jsou obecně osoby, které se na trhu chovají dle svých vlastních preferencí a možností, narozdíl od osob, které jednají v rámci své podnikatelské činnosti. V podstatě lze spotřebitele definovat dvěma způsoby. Za prvé jako slabší smluvní stranu, která vyžaduje silnou právní ochranu – bývá často označován jako pasivní spotřebitel. Toto pojetí využívá zejména právo ve Skandinávských zemích. Za druhé jsou to tzv. aktivní spotřebitelé, u kterých se má za to, že jsou informováni, znají rizika, která jim ve smluvním vztahu hrozí a kteří jednají velmi racionálně.<sup>15</sup>

Podle § 419, zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku: „*Spotřebitelem je každý člověk, který mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná.*”<sup>16</sup>

Další vymezení spotřebitele nám předkládá zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, který ho definuje jako: „*fyzickou osobu, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání.*”<sup>17</sup>

### 3.2.1.2. Podnikatel

Od 1. 1. 2014 je v občanském zákoníku zaveden pojem podnikatel. Oproti předchozí právní úpravě v obchodním zákoníku, kde jsme se setkávali s pojmem soutěžitel, § 420 téhož zákona říká: „*Kdo samostatně vykonává na vlastní odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.*” Podle téhož paragrafu, odst. 2: „*Pro účely ochrany spotřebitele a pro účely § 1963 se*

<sup>14</sup> Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

<sup>15</sup> TOMANČÁKOVÁ, Blanka. Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady. Praha: Linde, 2008, 222 s. ISBN 9788072016952, s.13-20.

<sup>16</sup> Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

<sup>17</sup> Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

*za podnikatele považuje také každá osoba, která uzavírá smlouvy související se vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností či při samotném výkonu svého povolání, popřípadě osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele.”<sup>18</sup>*

### **3.2.2. Druhy nekalé soutěže**

Občanský zákoník, § 2976, odstavec 2 specifikuje jednotlivé instituty nekalé soutěže:

- Klamavá reklama
- Klamavé označování zboží a služeb
- Vyvolání nebezpečí záměny
- Parazitování na pověsti závodu, výrobku či služeb jiného soutěžitele
- Podplácení
- Zlehčování
- Srovnávací reklama, pokud není dovoleno jako přípustná
- Porušení obchodního tajemství
- Dotěrné obtěžování
- Ohrožení zdraví a životního prostředí<sup>19</sup>

Je nutné uvést, že existuje celá řada dalších nekalosoutěžních jednání. Výše uvedené jsou pouze nejčastějšími a nejzávažnějšími druhy nekalé soutěže.<sup>20</sup>

### **3.2.3. Ochrana proti nekalé soutěži**

*„Osoba, jejíž právo bylo nekalou soutěží ohroženo nebo porušeno, může proti rušiteli požadovat, aby se nekalé soutěže zdržel nebo aby odstranil závadný stav. Dále může požadovat přiměřené zadostiučinění, náhradu škody a vydání bezdůvodného obohacení.”<sup>21</sup>*

---

<sup>18</sup> Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

<sup>19</sup> Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

<sup>20</sup> KINDL, Milan a Aleš ROZEHNAL. Nový občanský zákoník: problémy a úskalí. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2014, 303 s. Pro praxi. ISBN 9788073805166, s.226.

<sup>21</sup> Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

Ve sporech, které se týkají nekalé soutěže, vystupují tzv. aktivně legitimované osoby a pasivně legitimované osoby.

- Aktivně legitimovaná osoba - subjekt, který je oprávněn podat žalobu k soudu, v případě, že jiný subjekt zasáhne nekalosoutěžním jednáním do jeho práv
- Pasivně legitimovaná osoba – subjekt, který může být žalován. Osoba pasivně legitimovaná je tzv. rušitel. Rušitelem nemusí být vždy pouze soutěžitel, řadí se sem i osoby tzv. pomocné. O osobě pomocné mluvíme tehdy, nechá-li soutěžitel za sebe jednat někoho jiného.<sup>22</sup>

### **Nárok na zdržení se nekalosoutěžního jednání**

Nárok na zdržení se nekalého jednání patří do kategorie zabraňovacích právních prostředků, spolu s odstraněním závadného stavu. V praxi se často setkáme s tím, že jsou tyto dva nároky uplatňovány zároveň. Nemusí tomu ale tak být vždy. Oprávnění domáhat se zdržení nekalosoutěžního jednání má především preventivní povahu a je směřováno zejména do budoucnosti, aby bylo zabráněno nekalosoutěžnímu jednání a nebo pokračování v jednání, které již bylo započato, ale doposud nebylo ukončeno. Tento požadavek není možné vyžadovat tehdy, když je jednání již ukončeno a v budoucnosti reálně nehrozí.<sup>23</sup>

Pro lepší pochopení je vhodné uvést příklad. V reklamním letáku nejmenovaného potravinového řetězce bude pravidelně vycházet nabídka na produkty „DIA“, ačkoliv produkty tento status nesplňují. Lze tedy podat zápurčí žalobu na zdržení se používání tohoto označení.

### **Nárok na odstranění závadného stavu**

Dalším typem právního prostředku ochrany proti nekalé soutěži je žaloba na odstranění závadného stavu. Jak již bylo zmíněno, patří tento nárok také do kategorie zabraňovacích právních prostředků. Žaloba na odstranění závadného stavu působí, oproti žalobě na zdržení se nekalého jednání, do minulosti. Tato žaloba má především

---

<sup>22</sup> ONDREJOVÁ, Dana. Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku: komentář. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2014, xvi, 364 s. Beckovy komentáře. ISBN 9788074005220, s. 247-249.

<sup>23</sup> ONDREJOVÁ, Dana. Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku: komentář. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2014, xvi, 364 s. Beckovy komentáře. ISBN 9788074005220, s. 254

odstranit následky a nežádoucí účinky, které byly způsobené nekalosoutěžním jednáním v minulosti.<sup>24</sup>

V praxi si můžeme představit situaci, kdy společnost pošle do oběhu klamavé reklamní letáčky. Žalobce podá žalobu na odstranění závadného stavu, společnost dané letáčky stáhne z oběhu a tím odstraní závadný stav.

### **Nárok na přiměřené zadostiučinění**

Žaloba na poskytnutí přiměřeného zadostiučinění je uplatňována v případě, že žalobci vznikla újma nemateriálního charakteru. Občanský zákoník upřednostňuje při nápravě nekalosoutěžního jednání satisfakci v nepeněžité podobě. Podmínkou však je, že musí dojít k dostatečnému odčinění nemateriální újmy. Pokud nelze nemateriální újmu odčinit pouhým zadostiučiněním, lze nařídít prostřednictvím soudu peněžité plnění. Jako nemateriální újma se nejčastěji v praxi objevuje újma na dobré pověsti nebo poškození dobrého jména. V praxi je tento případ řešen odčiněním nemateriální újmy, tedy například uveřejnění omluvy v těch samých médiích, ve kterých předtím kolovalo klamavé označení.<sup>25 26</sup>

### **Nárok na náhradu škody**

Cílem nároku na náhradu škody je nahradit vzniklou materiální újmu aktivně legitimované osoby a postihnout pasivně legitimovanou osobu neboli rušitele. Na problematiku nároku náhrady škody v oblasti nekalé soutěže se tak uplatní obecná úprava nároku na náhradu majetkové újmy. Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, § 2894 stanovuje povinnost nahradit jinému škodu, pokud došlo k újmě na jmění. Uplatňování nároku na náhradu škody z nekalé soutěže není v současné době příliš obvyklé a je jen velmi málo úspěšné. To je zapříčiněno především tím, že je velmi

---

<sup>24</sup> ONDREJOVÁ, Dana. Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku: komentář. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2014, xvi, 364 s. Beckovy komentáře. ISBN 9788074005220, s.257

<sup>25</sup> ONDREJOVÁ, Dana. Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku: komentář. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2014, xvi, 364 s. Beckovy komentáře. ISBN 9788074005220, s.259-261.

<sup>26</sup> Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

složitě dokázat, že škoda vznikla skutečně nekalosoutěžním jednáním a nikoliv vlivem dalších tržních faktorů a také vysokou obtížností vyčíslení výše vzniklé škody.<sup>27 28</sup>

### **Nárok na vydání bezdůvodného obohacení**

Posledním právním prostředkem ochrany proti nekalé soutěži je vydání bezdůvodného obohacení. Dle zákona č. 89/2012, § 2991: „*Kdo se na úkor jiného bez spravedlivého důvodu obohatí, musí ochuzenému vydat, oč se obohatil.*” Dotyčný rušitel je povinen vydat vše, co tímto způsobem nabyl. Pokud to není z jakýchkoliv důvodů dost dobře možné, musí být poskytnuta peněžitá náhrada. Jako praktický příklad si můžeme uvést zisky získané nedovoleným užíváním know-how nebo ochranných známek soutěžitelů a další.<sup>29 30</sup>

### **3.3. Klamavé označení zboží nebo služby**

Klamavé označení zboží a služeb je, jak již bylo jednou uvedeno, druhem nekalé soutěže. Vymezení nekalé soutěže nám předkládá zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník: „*Kdo se dostane v hospodářském styku do rozporu s dobrými mravy soutěže jednáním způsobilým přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům, dopustí se nekalé soutěže. Nekalá soutěž se zakazuje.*”<sup>31</sup>

Klamavé označení je v uvedeném zákoně zakotveno v § 2978: „*Klamavé označení zboží nebo služeb je takové označení, které je způsobilé vyvolat v hospodářském styku mylnou domněnku, že jím označené zboží nebo služba pocházejí z určité oblasti či místa nebo od určitého výrobce, anebo že vykazuje zvláštní charakteristický znak nebo zvláštní jakost. Nerozhodné je, zda označení bylo uvedeno bezprostředně na zboží, na obalu, obchodní písemnosti nebo jinde. Rovněž je nerozhodné, zda ke klamavému označení došlo přímo nebo nepřímo a jakým prostředkem se tak stalo.*” V témže paragrafu, ve druhém odstavci jsou upraveny dodatky způsobilé klamat. Jedná se například

---

<sup>27</sup> ONDREJOVÁ, Dana. Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku: komentář. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2014, xvi, 364 s. Beckovy komentáře. ISBN 9788074005220, s.265-272.

<sup>28</sup> Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

<sup>29</sup> ONDREJOVÁ, Dana. Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku: komentář. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2014, xvi, 364 s. Beckovy komentáře. ISBN 9788074005220, s.273-275.

<sup>30</sup> Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

<sup>31</sup> Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

o označení produktu pojmem „pravý“, „původní“ a podobně. Třetí odstavce říká, že výše uvedenými ustanoveními nejsou dotčeny práva průmyslového ani duševního vlastnictví.<sup>32</sup>

### **3.3.1. Vztah k ostatním skutkovým podstatám**

Klamavé označení zboží a služeb je velmi úzce spojeno s jinými druhy nekalé soutěže, především s klamavou reklamou, která je upravena v ustanovení - § 2977 téhož zákona. Dalo by se s nadsázkou říct, že se téměř vždy uplatňují zároveň. Asi nejčastěji se totiž v praxi setkáme s reklamou, prostřednictvím které je inzerováno klamavě označené zboží. Jedná se tedy zároveň o naplnění skutkové podstaty klamavé reklamy i klamavého označení zboží a služeb. Zároveň je vhodné, uvést příklad ve kterém dokážeme, že existují situace, kdy se jedná pouze o klamavé označení. Pouze o klamavém označování mluvíme tehdy, pokud je zboží nebo služba klamavě označena, ale daný produkt není nijak inzerován ani prezentován v reklamě.<sup>33</sup>

### **3.3.2. Vymezení klamavého označení zboží nebo služby**

O klamavé označení zboží nebo služby se podle občanského zákoníku jedná tehdy, pokud je označení způsobilé v hospodářském styku vyvolat mylnou domněnku, že dané zboží pochází z určité oblasti, je vyrobeno určitým výrobcem nebo vykazuje určitou jakost.<sup>34</sup>

V právní úpravě je použit termín „mylná domněnka“. Za mylnou domněnkou se označuje okolnost, která neodpovídá skutečnosti, je tedy mylná. Stačí však, aby jednání bylo způsobilé mylnou domněnkou vyvolat, k faktickému přivození mylné domněnky nemusí dojít. Mylná domněnka může být vyvolána tím, že zboží pochází z určité oblasti nebo místa. Zde má problematika klamavého označení zboží nebo služby velmi blízko k problematice označení původu a zeměpisného označení, které jsou upraveny zákonem č. 452/2001 Sb., o ochraně označení původu a zeměpisných označení, ve znění

---

<sup>32</sup> Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

<sup>33</sup> ONDREJOVÁ, Dana. Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku: komentář. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2014, xvi, 364 s. Beckovy komentáře. ISBN 9788074005220, s.110

<sup>34</sup> Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

pozdějších předpisů, který je přiblížen v této práci v kapitole 3.4. Dále může být mylná domněnka vyvolána tím, že produkt pochází od určitého výrobce. Mylná domněnka se může týkat také případů, kdy dané zboží nebo služba vykazuje určitý charakteristický znak nebo jakost, například označení výrobků značkou kvality KLASA a dalších, aniž má soutěžitel právo, tuto značku užívat. V neposlední řadě se můžeme setkat také s označením o obsahu masa, tuku aj., neodpovídajícím skutečnosti.<sup>35</sup>

Ke klamavému označení může dojít buď přímo nebo nepřímo. O přímém označení hovoříme v souvislosti s tím, kdy je přímo na produktu uvedeno označení, které neodpovídá skutečnosti. O nepřímé klamavé označení se jedná v případě, že je zboží neoprávněně zařazeno do určitého oddělení, například s DIA výrobky.<sup>36</sup>

Často se u zboží setkáváme s dodatky jako jsou: „druh“, „typ“, „způsob“ aj., které mají dané zboží nebo službu odlišit od pravého původu a mají povahu vyvolat u spotřebitele mylnou domněnku. Tento typ klamavého označování zboží a služeb se nazývá „dekolizační klauzule.“ Jedním z dalších dodatků způsobilých klamat jsou tzv. „lokalizační klauzule.“ Jedná se o dodatky, které klamou o původu, že zboží pochází z určitého území nebo státu, např. „pravý“ nebo „původní.“ Za klamavé označení je považován i případ, kdy je klamavý údaj uveden nejen na samotném výrobku, ale i na obalu, v obchodních listinách nebo v katalogu, na webových stránkách nebo pouze na cedulce v regálu s daným zbožím. Odpovědnost za dané klamavé označení nese jak výrobce, tak i prodejce, který tyto výrobky nebo služby nabízí.<sup>37</sup>

### **3.4. Související právní úprava**

V praxi se setkáváme s několika prameny právní úpravy dotýkajících se klamavého označování zboží a služeb, ochrany spotřebitele a práv z průmyslového vlastnictví. Konkrétně se jedná o zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, se kterým jsme se již

---

<sup>35</sup> ONDREJOVÁ, Dana. Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku: komentář. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2014, xvi, 364 s. Beckovy komentáře. ISBN 9788074005220, s.115-118.

<sup>36</sup> ONDREJOVÁ, Dana. Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku: komentář. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2014, xvi, 364 s. Beckovy komentáře. ISBN 9788074005220, s.115-118.

<sup>37</sup> KINDL, Milan a Aleš ROZEHNAL. Nový občanský zákoník: problémy a úskalí. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2014, 303 s. Pro praxi. ISBN 9788073805166, s.236.



seznámili. Dále jsou to zákony vyplývající z práv průmyslového vlastnictví, zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů nebo zákon č. 452/2001 Sb. o ochraně označení původu a zeměpisného označení, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 634/1992 Sb., zákon o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů. Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník zde působí jako lex generalis a ostatní právní předpisy jako lex specialis.<sup>38 39 40</sup>

### **3.4.1. Práva průmyslového vlastnictví**

O jakémsi souběhu více právních úprav můžeme hovořit tehdy, kdy určitý skutkový stav lze podrobit více právním ustanovením, podle různých právních předpisů. Osoba, jejíž práva byla klamavým označením porušena a zároveň byla porušena také její práva průmyslového vlastnictví, se může domáhat souběžné ochrany. Můžeme tedy říci, že skutková podstata klamavého označení zboží nebo služby je širší, než zvláštní právní úpravy průmyslového nebo jiného duševního vlastnictví.<sup>41</sup>

#### **3.4.1.1. Zákon o ochranných známkách**

S problematikou klamavého označení zboží a služeb úzce souvisí pojem ochranná známka. Definici ochranné známky nám uvádí zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů: „*Ochrannou známkou může být za podmínek stanovených tímto zákonem jakékoliv označení schopné grafického znázornění, zejména slova, včetně osobních jmen, barvy, kresby, písmena, číslice, tvar výrobku nebo jeho obal, pokud je toto označení způsobilé odlišit výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby.*” Aby označení bylo na území České republiky ochrannou známkou musí být zapsáno do příslušných rejstříků. V České republice se jedná o rejstřík ochranných známek, který vede Úřad pro ochranu průmyslového vlastnictví, rejstřík vedený Mezinárodním úřadem duševního vlastnictví a rejstřík vedený Úřadem pro harmonizaci ve vnitřním trhu. Ochrany se dostává i známkám tzv.

---

<sup>38</sup> Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

<sup>39</sup> Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů

<sup>40</sup> Zákon č. 452/2001 Sb., o ochraně označení původu a zeměpisných označení, ve znění pozdějších předpisů

<sup>41</sup> HORÁČEK, Roman, Karel ČADA a Petr HAJN. Práva k průmyslovému vlastnictví. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: C.H. Beck, 2011, xxvii, 480 s. Právnícké učebnice (C.H. Beck). ISBN 9788074004179.

všeobecně známým dle Pařížské úmluvy na ochranu průmyslového vlastnictví a dohody o obchodních aspektech práv duševního vlastnictví. Ve smyslu tohoto zákona má vlastník ochranné známky právo používat ji ve spojitosti s produkty pro něž je chráněna. Spolu s ochrannou známkou je také oprávněn používat značku ®, podle které lze jednoduše poznat, že jde o známku registrovanou. Právo vlastníka lze ověřit výpisem z rejstříku ochranných známek a nebo osvědčením o zápisu do rejstříku. V uvedeném zákoně je zakotveno, že nikdo kromě vlastníka nemá právo ochranné známky užívat, pokud nestaví tento zákon jinak.<sup>42</sup>

Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu uvádí druhy ochranných známek.

- Slovní ochranná známka – vyobrazena pouze písmeny, číslicemi nebo jinými symboly, které lze zapsat, nejčastěji se jedná pouze o slovo nebo slovní spojení
- Obrazová ochranná známka – pouze obrázek nebo grafika, neobjevují se žádné písmena ani číslice
- Kombinovaná ochranná známka – kombinace písmen a číslic s obrázky nebo grafikou
- Trojrozměrná ochranná známka – ochrannou známkou je samostatný výrobek nebo jeho obal
- Barevná ochranná známka - ochrana se vztahuje na užití barvy a jejich uspořádání, známka se smí používat jen v daném barevném provedení
- Zvuková známka – musí být vyobrazena notovým zápisem<sup>43</sup>

V praxi je často ochranná známka zaměňována s pojmem značka. Nejedná se ale o totéž. Značka je nechráněné označení, které slouží pouze k označení a odlišení výsledných produktů.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů

<sup>43</sup> Ochranné známky: Druhy ochranných známek. Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu [online]. 2014 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <https://oami.europa.eu/ohimportal/cs/trade-mark-definitio>

<sup>44</sup> HORÁČEK, Roman, Karel ČADA a Petr HAJN. Práva k průmyslovému vlastnictví. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: C.H. Beck, 2011, xxvii, 480 s. Právnícké učebnice (C.H. Beck). ISBN 9788074004179, s. 360.

### 3.4.2. Zákon o ochraně označení původu a zeměpisných označení

Ochrana označení původu a zeměpisných označení je součástí ochrany práv průmyslového vlastnictví. Celou úpravu nalazeme v zákoně č. 452/2001 Sb., o ochraně označení původu a zeměpisných označení, ve znění pozdějších předpisů: „*Zákon upravuje podmínky, za nichž lze získat v České republice ochranu označení původu, popřípadě zeměpisného označení pro zboží, jakož i právní účinky této ochrany.*“<sup>45</sup>

Výše zmíněný zákon nám uvádí informace o tom, že Úřad průmyslových práv vede rejstřík o zeměpisných označeních a označeních původu. Dále je v zákoně specifikováno, jak podat žádost o tento zápis a je zde stanoven vznik ochrany a doba trvání ochrany označení původu. Zapsáním do příslušného rejstříku vyvstávají danému označení práva na ochranu. Označení jsou chráněna proti jakémukoliv užití na produktech, na které se zápis nevztahuje, proti napodobování, nápadnému připomínání nebo zneužití. Dále jsou označení chráněna před klamavými a nepravdivými údaji uvedenými na obalech, reklamních materiálech nebo i dokumentech příslušných ke zboží. Celkově se ochrana vztahuje na všechna jednání, která jsou způsobilá vzbudit ve spotřebiteli mylný pocit, že zboží je určitého původu.<sup>46</sup>

#### Označení původu

Označením původu se dle výše uvedeného zákona rozumí: „*název oblasti, určitého místa nebo země (dále jen „území“)* používaný k označení zboží pocházejícího z tohoto území, jestliže kvalita nebo vlastnosti tohoto zboží jsou výlučně nebo převážně dány zvláštními zeměpisným prostředím s jeho charakteristickými přírodními a lidskými faktory a jestliže výroba, zpracování a příprava takového zboží probíhá ve vymezeném území; za označení původu pro zemědělské výrobky nebo potraviny jsou pokládána i tradiční zeměpisná nebo nezeměpisná označení pro zboží pocházející z vymezeného

---

<sup>45</sup> HORÁČEK, Roman, Karel ČADA a Petr HAJN. Práva k průmyslovému vlastnictví. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: C.H. Beck, 2011, xxvii, 480 s. Právnícké učebnice (C.H. Beck). ISBN 9788074004179, s. 289-290.

<sup>46</sup> Zákon č. 452/2001 Sb., o ochraně označení původu a zeměpisných označení, ve znění pozdějších předpisů

*území, splňuje-li takové zboží ostatní podmínky podle ustanovení.” Zapsaným označením původu je například „Jablonecké sklo z České republiky.”<sup>47</sup>*

### **Zeměpisné označení**

Zeměpisným označením je podle téhož zákona, § 2, písmena b): *„název území používaný k označení zboží pocházejícího z tohoto území, jestliže toto zboží má určitou kvalitu, pověst nebo jiné vlastnosti, které lze přičíst tomuto zeměpisnému původu, a jestliže výroba nebo zpracování anebo příprava takového zboží probíhá ve vymezeném území.”* Mezi zeměpisné označení řadíme například „Olomoucké tvarůžky”.<sup>48</sup>

### **3.4.3. Ochrana spotřebitele**

Právní úprava ochany spotřebitele je velmi rozsáhlá a spadá do různých odvětví českého práva. Úprava ochrany spotřebitele se do české právní úpravy dostávala postupně, zejména v návaznosti na rozvoj obchodu. V praxi to znamená především ochranu slabší strany, která vstupuje do smluvního vztahu proti osobě profesionála a má tak ztíženou pozici.<sup>49</sup>

Základním pramenem veřejnoprávní úpravy ochrany spotřebitele je zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, který byl do roku 2015 již mnohokrát novelizován. Tento zákon se týká nabízení, prodeje či poskytování služby s místem plnění na území České republiky. Pro uvedenou právní úpravu se výrobkem rozumí: *„věc nebo jiné hodnoty určené k nabídce spotřebiteli, které mohou být předmětem právního vztahu a službou jakákoliv podnikatelská činnost, která je určena k nabídce spotřebiteli.”*<sup>50</sup>

---

<sup>47</sup> Zákon č. 452/2001 Sb., o ochranně označení původu a zeměpisných označení, ve znění pozdějších předpisů

<sup>48</sup> Zákon č. 452/2001 Sb., o ochranně označení původu a zeměpisných označení, ve znění pozdějších předpisů

<sup>49</sup> Ministerstvo průmyslu a obchodu [online]. 2005 [cit. 2015-03-09]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/>

<sup>50</sup> Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

Ve jmenovaném zákoně jsou dále specifikovány výrobky, které jsou padělkem, nedovolenou napodobeninou, výrobky, které porušují práva majitele patentu nebo užitného vzoru, popř. práva ze zapsaného označení původu nebo zeměpisného označení. Dále jsou v zákoně specifikovány povinnosti při prodeji výrobků a poskytování služeb. Jsou zde zakotveny povinnosti prodejce, který je povinen prodávat zboží ve správném množství a v určité jakosti. Poskytované služby a prodávané výrobky musí být dostupné za ceny v souladu s cenovými předpisy. V zákoně též nalezneme druhy obchodních praktik. Jeden z paragrafů se zabývá nekalými obchodními praktikami, jakými je jednání vůči spotřebiteli, které je způsobilé přimět spotřebitele učinit rozhodnutí, které by jinak neučinil. Patří sem také jednání, které je zaměřeno na duševně nebo fyzicky slabší jedince. Za nekalé obchodní praktiky jsou považovány i klamavé a agresivní praktiky, které jsou uvedeny v další paragrafech téhož zákona. Klamavá praktika je jednání při němž je například uveden nepravdivý údaj, nebo je údaj pravdivý, ale vzhledem k okolnostem je způsobilý vyvolat ve spotřebiteli mylnou domněnku. Do téhož ustanovení zákona spadá i jednání, při kterém není uveden důležitý údaj a nebo je uveden na špatně viditelném místě nebo je nesrozumitelný. Pokud je prezentace výrobku způsobilá vyvolat záměnu s jiným výrobkem nebo službou a pokud není dodržen kodex chování je považováno jednání soutěžitele také za klamavé. Za klamavou obchodní praktiku se dále považuje, pokud je nabízen, prodáván nebo skladován produkt porušující některá práva duševního vlastnictví a nebo je užito chráněné označení. Výčet praktik, které jsou vždy považovány za klamavé je uveden v příloze č. 1 tohoto zákona. V souvislosti s klamavým označením se jedná zejména o situaci, kdy podnikatel užívá neoprávněně značku jakosti nebo obdobné označení. Dalším typem obchodních praktik uvedených v zákoně o ochraně spotřebitele je agresivní obchodní praktika. Jedná se o situace, kdy je použito dotěrné obtěžování, donucování, přílišné obtěžování nebo je použita síla k ovlivnění rozhodnutí spotřebitele. V příloze č. 2 tohoto zákona nalezneme příklady agresivních obchodních praktik.<sup>51</sup>

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, stanovuje prodávajícím povinnost informovat spotřebitele o vlastnostech prodávaných výrobků a charakteru poskytovaných služeb. Prodávající musí také zajistit, aby jím nabízené

---

<sup>51</sup> Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

produkty byly řádně označeny. Zároveň je zde stanoven dozor nad ochranou spotřebitele, který provádí zejména Česká obchodní inspekce. Vyjímkou je zemědělský, potravinářský a tabákový průmysl, ve kterém je činná Státní zemědělská a potravinářská inspekce. Další vyjímkou tvoří výrobky a služby, které jsou upraveny zákony o veřejném zdraví. Zde kontrolu provádí krajské hygienické stanice. Dozor nad dodržování povinností na úseku veterinární péče provádí Státní veterinární správa. V oblasti střelných zbraní, střeliva a pyrotechnických výrobků působí Český úřad pro zkoušení zbraní a střeliva. V energetickém průmyslu působí Energetický regulační úřad a v oblasti elektronických telekomunikací a poštovní služeb Český telekomunikační úřad.<sup>52</sup>

### **3.5. Orgány činné v problematice klamavého označení zboží nebo služby**

#### **3.5.1. Česká obchodní inspekce**

Česká obchodní inspekce (dále jen „ČOI“) je orgánem státní správy podřízeným Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR. ČOI byla ustanovena zákonem č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci. *„Česká obchodní inspekce kontroluje a dozoruje právnické a fyzické osoby prodávající nebo dodávající výrobky a zboží na vnitřní trh, poskytující služby nebo vyvíjející jinou podobnou činnost na vnitřním trhu, poskytující spotřebitelský úvěr nebo provozující tržiště, pokud podle zvláštních právních předpisů nevykonává tento dozor jiný správní úřad.“*<sup>53</sup>

##### **3.5.1.1. Rozsah činnosti České obchodní inspekce**

Česká obchodní inspekce byla ustanovena jako nástupnická organizace Státní obchodní inspekce. V uplynulých letech se stala hlavním dozorovým orgánem v oblasti technických požadavků a bezpečnosti výrobků, také v oblasti ochrany ekonomických zájmů spotřebitelů a v určitém rozsahu organizací chránící i fiskální zájmy státu. Působnost ČOI nespadá do potravinářského průmyslu. Dozor nad kvalitou

---

<sup>52</sup> Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů

<sup>53</sup> MIŠŮR, Peter a Zdeněk SVOBODA. *Instituce státní moci v ČR: úplný přehled s internetovými odkazy*. Praha: Linde, 2007, 247 s. ISBN 9788086131740, s.86.

potravinářských výrobků vykonává Státní zemědělská a potravinářská inspekce. ČOI se zabývá pouze kontrolou poctivosti prodeje potravin.<sup>54</sup>

Oficiální webové stránky České obchodní inspekce uvádí výčet zákonů, které specifikují rozsah činnosti této instituce. V problematice klamavého označení zboží a služeb jsou jimi zejména:

- Zákon č. 64/1986 Sb., České národní rady o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky a o změně a doplnění některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 255/2012 Sb., o kontrole (kontrolní řád), ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 307/2013 Sb., o povinném značení lihu, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 477/2001 Sb., o obalech a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů<sup>55</sup>

Na základě výše uvedených předpisů ČOI kontroluje dodržování podmínek jakosti zboží, zdravotní nezávadnost, bezpečnost výrobků a poskytování dostatečných informací o výrobcích. Při uvádění výrobků na trh má ČOI za úkol zkontrolovat, zda je zboží nebo služba řádně označena a zda jejich vlastnosti odpovídají daným technickým požadavkům. V neposlední řadě ČOI kontroluje prodávající. Zaměřuje se především na to, zda prodávající uvádějí u výrobků a služeb veškeré předepsané informace, zda neporušují zásady poctivosti prodeje a zda není spotřebitel oklamáván uváděním klamavých a neúplných údajů. Významné je, že za klamání spotřebitele se považuje

---

<sup>54</sup> MIŠŮR, Peter a Zdeněk SVOBODA. Instituce státní moci v ČR: úplný přehled s internetovými odkazy. Praha: Linde, 2007, 247 s. ISBN 9788086131740, s.85.

<sup>55</sup> Česká obchodní inspekce [online]. 2013 [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: <http://www.coi.cz/>

také nabídka nebo prodej výrobku nebo služby porušující některá práva duševního vlastnictví.<sup>56 57</sup>

### 3.5.1.2. Kontrolní činnost České obchodní inspekce

Inspektoři ČOI provedou ročně cca 40 000 kontrol. V roce 2013 bylo provedeno 37 299 kontrol a ve 13 226 případech bylo zjištěno porušení právních předpisů. V nejzávažnějších případech může ČOI uložit kontrolovanému subjektu pokutu až do výše 50 mil. Kč. Za méně závažné prohřešky uděluje inspektor blokovou pokutu na místě do maximální výše 5 000 Kč a to jak právnickým, tak i fyzickým osobám. Přesný návod ukládání sankcí nalezneme v zákoně č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů, § 9. Kromě finančních sankcí jsou uplatňovány zákazy prodeje výrobků a to v případě, že tyto výrobky neodpovídají požadavkům právních předpisů. K posouzení jakosti nebo nebezpečnosti zboží nebo k posouzení, zda nedochází ke klamání spotřebitele, jsou odebírány vzorky těchto výrobků.<sup>58</sup>

Tabulka 2: Kontroly České obchodní inspekce

Kontroly prodeje výrobků nebo služeb porušujících některá práva duševního vlastnictví					
rok	počet kontrol	kontroly se závadami	kontroly se zjištěnými padělkami	počet padělků v ks	hodnota padělků v cenách originálů v Kč
2009	1738	1233	382	41804	59038000
2010	1710	1213	256	133833	53502000
2011	2144	1732	842	86417	214681000
2012	1642	1260	552	48958	122922000
2013	1946	1444	614	25486	44335000

Zdroj: zpracováno dle <http://www.coi.cz/userdata/files/dokumenty-ke-stazeni/vyrocnizpravy-ocinnosti/2013-vyr-zprava-cinnost.pdf>

### 3.5.2. Celní správa

Dalším, velmi důležitým a neopominutelným orgánem, činným v problematice klamavého označování zboží a služeb je Celní správa, která je upravena samostatným

<sup>56</sup> MIŠŮR, Peter a Zdeněk SVOBODA. *Instituce státní moci v ČR: úplný přehled s internetovými odkazy*. Praha: Linde, 2007, 247 s. ISBN 9788086131740, s.85-86.

<sup>57</sup> REKTORÍK, Jaroslav a Jan ŠELEŠOVSKÝ. *Kontrolní systémy veřejné správy a veřejného sektoru*. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2003, 212 s. ISBN 8086119726, s.41.

<sup>58</sup> Česká obchodní inspekce [online]. 2013 [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: <http://www.coi.cz/>



zákonem č. 17/2012 Sb., o Celní správě České republiky. „*Celní správa soustavou správních orgánů a ozbrojeným bezpečnostním sborem.*” V uvedeném zákoně jsou uvedeny orgány Celní správy, kterými jsou Generální ředitelství Cel a celní úřady, které jsou řazeny mezi organizační složky státu. Zákon také hovoří o vztazích mezi jednotlivými institucemi a říká, že Generální ředitelství Cel je podřízeno Ministerstvu financí a celní úřady jsou podřízené Generálnímu ředitelství Cel.<sup>59</sup>

### 3.5.2.1. Rozsah činnosti Celní správy

Celní správa České republiky je, jak již bylo uvedeno, bezpečnostním sborem a její činnost je součástí systému celního dohledu nad zbožím v rámci jednotného celního území Evropské unie. Rozsah kompetencí této instituce je poměrně široký. Oficiální webové stránky Celní správy uvádí následující:

- celní řízení a správa cel
- správa spotřebních a energetických daní
- dělená správa
- kontrola omezení plateb v hotovosti
- kontrola ohlašovací povinnosti osob při dovozu a vývozu finančních prostředků a cenných věcí
- ochrana práv duševního vlastnictví
- ochrana přírody
- ochrana předmětů historické a kulturní hodnoty
- kontrola přepravy omamných a psychotropních látek
- kontrola v oblasti silniční dopravy
- kontrola zaměstnávání cizinců
- trestí řízení<sup>60</sup>

Pro oblast klamavého označování zboží a služeb jsou také rozhodující kompetence v ochraně práv duševního vlastnictví. Celní správa je oprávněna se aktivně zapojovat do boje proti padělání a pirátství. Zároveň je oprávněna zasáhnout při jakémkoliv

---

<sup>59</sup> Zákon č. 17/2012 Sb., o Celní správě České republiky, ve znění pozdějších předpisů

<sup>60</sup> Kompetence Celní správy ČR. *Celní správa ČR* [online]. 2009 [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: <http://www.celnisprava.cz/cz/o-nas/kompetence/Stranky/default.aspx>

podezření z porušení práv duševního vlastnictví. V tomto odvětví působnosti Celní správa ve správním řízení, především přijímá opatření k zabránění porušování práv duševního vlastnictví a dále provádí některé úkony v rámci trestního řízení. Monitoruje také internetové prostředí s cílem dokumentace a šetření protiprávních aktivit páchaných prostřednictvím internetu a vztahujících se ke kompetencím Celní správy.

Jak uvádí oficiální webové stránky, při výkonu své činnosti v této oblasti se Celní správa řídí především těmito předpisy:

- nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 608/2013 ze dne 12. června 2013 o vymáhání práv duševního vlastnictví celními orgány a o zrušení nařízení Rady (ES) č. 1383/2003
- prováděcí nařízení Komise (EU) č. 1352/2013 ze dne 4. prosince 2013, kterým se zavádějí formuláře upravené nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 608/2013 o vymáhání práv duševního vlastnictví celními orgány
- zákon č. 355/2014 Sb., o působnosti orgánů Celní správy České republiky v souvislosti s vymáháním práv duševního vlastnictví, ve znění pozdějších předpisů
- vyhláška č. 358/2014 Sb., k provedení některých ustanovení zákona o působnosti orgánů Celní správy České republiky v souvislosti s vymáháním práv duševního vlastnictví.<sup>61</sup>

### **3.5.2.2. Kontrolní činnost Celní správy**

Celní správa je kompetentní zasahovat v oblasti porušování práv duševního vlastnictví v rámci celního řízení při kontrole zboží pocházejícího z třetích zemích, ale i v rámci dozoru nad ochranou spotřebitele na tuzemském trhu. Zároveň je Celní správa i orgánem činným v trestním řízení, přičemž těchto svých kompetencí využívá především při odhalování distribučních kanálů padělků a nedovolených napodobenin a odhalování ilegálních výroben, skladů a provozoven. V roce 2013 celní orgány v rámci kontrol zaměřených na ochranu spotřebitele a vnitřního trhu zajistily 1 738 645

---

<sup>61</sup> Ochrana práv duševního vlastnictví. Celní správa ČR [online]. 2009 [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: <http://www.celnisprava.cz/cz/dalsi-kompetence/ochrana-dusevniho-vlastnictvi/Stranky/default.aspx>

ks zboží podezřelého z porušování práv k duševnímu vlastnictví. Škoda způsobená majitelům práv byla vyčíslena na 1 723 799 Kč.<sup>62</sup>

**Tabulka 3: Kontroly Celní správy**

Výsledky kontrolní činnosti Celní správy		
rok	počet zajištěného zboží v ks	škoda způsobená majitelům práv
2010	2640410	4473255
2011	5607802	3484658
2012	2480342	4820063
2013	1738645	1732799

Zdroj: zpracování dle <http://www.celnisprava.cz/cz/statistiky/Stranky/vyrocní-zpravy.aspx>

### 3.5.3. Úřad pro ochranu průmyslového vlastnictví

Úřad pro ochranu průmyslového vlastnictví je také jedním z klíčových orgánů v této problematice. Působnost úřadu je zakotvena v zákoně č. 14/1993 Sb., o opatřeních na ochranu průmyslového vlastnictví, ve znění pozdějších předpisů. Průmyslové právo je právo vyplývající z tvůrčí činnosti, v případě klamavého označení jsou to práva na označení – ochranné známky a označení původu. Dle tohoto zákona Úřad pro ochranu průmyslového vlastnictví rozhoduje o ochranně práv předmětů průmyslového vlastnictví.<sup>63</sup>

#### 3.5.3.1. Rozsah činností Úřadu pro ochranu průmyslového vlastnictví

Mezi základní činnosti tohoto orgánu patří vedení správního řízení o poskytování ochrany vynálezů, průmyslových vzorů, užitných vzorů, topografií polovodičových výrobků a v neposlední řadě ochranných známek a označení původu. Úřad vede veřejné rejstříky o všech předmětech průmyslových práv. Dále pak zpracovává fond světové patentové literatury a zabezpečuje plnění závazků vyplývajících z mezinárodních smluv v oblasti průmyslového vlastnictví. Také aktivně spolupracuje s ostatními národními i mezinárodními úřady a orgány na poli průmyslových práv.<sup>64</sup>

<sup>62</sup> Výroční zprávy. Celní správa ČR [online]. 2009 [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: <http://www.celnisprava.cz/cz/statistiky/Stranky/vyrocní-zpravy.aspx>

<sup>63</sup> Úřad průmyslového vlastnictví [online]. 2008 [cit. 2015-03-07]. Dostupné z: <http://upv.cz/cs.html>

<sup>64</sup> Úřad průmyslového vlastnictví [online]. 2008 [cit. 2015-03-07]. Dostupné z: <http://upv.cz/cs.html>

Úřad pro ochranu průmyslového vlastnictví na svých webových stránkách specifikuje rozsah své činnosti. Pravomoc je mu dána především následujícími národními právními předpisy:

- Zákon č. 14/1993 Sb., zákon České národní rady o opatřeních na ochranu průmyslového vlastnictví
- Zákon č. 221/2006 Sb., o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví a o změně zákonů na ochranu průmyslového vlastnictví, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů (zákon o soudech a soudcích), ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 452/2001 Sb., o ochraně označení původu a zeměpisných označení a o změně zákona o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 527/1990 Sb., o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 206/2000 Sb., o ochraně biotechnologických vynálezů a o změně zákona č. 132/1989 Sb., o ochraně práv k novým odrudám rostlin a plemenům zvířat, ve znění zákona č. 93/1996 Sb., ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 173/2002 Sb., o poplatcích za udržování patentů a dodatkových ochranných osvědčení pro léčiva a pro přípravky na ochranu rostlin a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 478/1992 Sb., o užitných vzorech, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 207/2000 Sb., o ochraně průmyslových vzorů a o změně zákona č. 527/1990 Sb., o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 529/1991 Sb., o ochraně topografií polovodičových výrobků, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon 378/2007 Sb., o léčivech a o změnách některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů<sup>65</sup>

---

<sup>65</sup> Právní předpisy: Zákony. Úřad průmyslového vlastnictví [online]. 2014 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z:<http://upv.cz/cs/pravni-predpisy/narodni/zakony.html>

### 3.5.3.2. Činnost Úřadu pro ochranu průmyslových práv

Úřad pro ochranu průmyslových práv vede rejstříky s právy k předmětům průmyslového vlastnictví. Tyto rejstříky jsou veřejnosti přístupné a jsou zveřejňovány ve Věstníku úřadu. V odvětví ochranných známek a označení původu úřad vyřizuje žádosti o registraci ochranné známky a označení. Příhlašku s žádostí o registraci může podat jak fyzická, tak právnická osoba. Úřad provede formální kontrolu žádosti, tedy zda má všechny potřebné náležitosti a poté provede průzkum, zda lze známku nebo označení do rejstříku zanést. Situace, kdy nelze známce nebo označení poskytnout ochranu jsou například, pokud se shodují s jinou již registrovanou známkou nebo označením, anebo není označení pravdivé a je způsobilé klamat. Pokud je známka úřadem uznána, je zapsána do rejstříku a její vlastník tak získává právo na její užívání po dobu 10 let. Po 10ti letech je možné podání žádosti o obnovu a prodloužení je vždy možné o dalších 10 let. U označení původu vzniká ochrana dnem zápisu do rejstříku a doba ochrany není časově omezena.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Úřad průmyslového vlastnictví [online]. 2008 [cit. 2015-03-07]. Dostupné z: <http://upv.cz/cs.html>

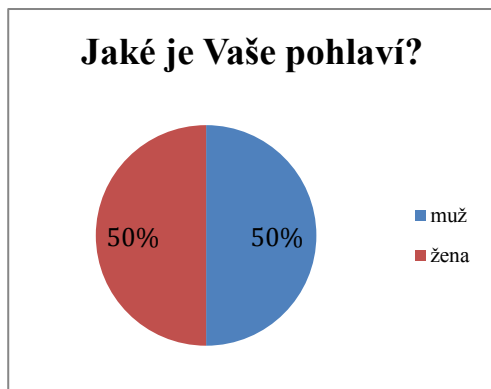
#### **4. VLASTNÍ ZPRACOVÁNÍ**

V této kapitole jsou interpretovány výsledky kvantitativního výzkumu. Ve dnech 22. 2. – 25. 2. 2015 bylo provedeno dotazníkové šetření, kterého se zúčastnilo celkem 148 respondentů, z přibližného počtu 200 oslovených. Dotazník byl rozšířen elektronicky. Základním souborem se podle dotazníkového šetření stali především lidé ve věku 19 – 30 let s dovažným středoškolským nebo vysokoškolským vzděláním. Na základě výsledků výzkumu byly přijaty nebo zamítnuty stanovené hypotézy.

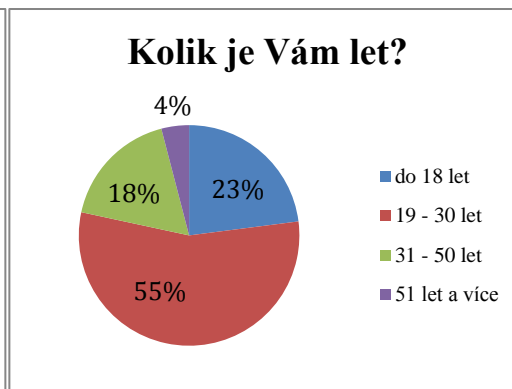
1. Ženy více řeší situaci, pokud se stanou obětí klamavého označování zboží nebo služeb než muži.
2. Lidé s vysokoškolským vzděláním se budou častěji obracet na ČOI než osoby s nižším vzděláním.
3. Lidé starší 30 let se obecně více zabývají informacemi o klamavých praktikách a o různé případy z tohoto odvětví než lidé mladší 30 let.
4. Pro osoby, jejichž příjmy domácnosti jsou nižší než 20 000Kč/měsíčně, je rozhodujícím kritériem při nákupu cena.

## Složení respondentů

Graf 1

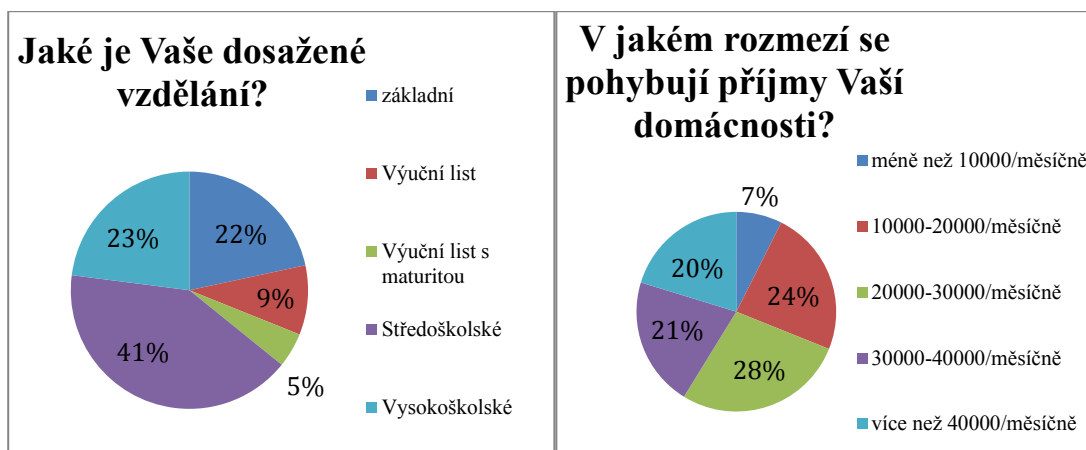
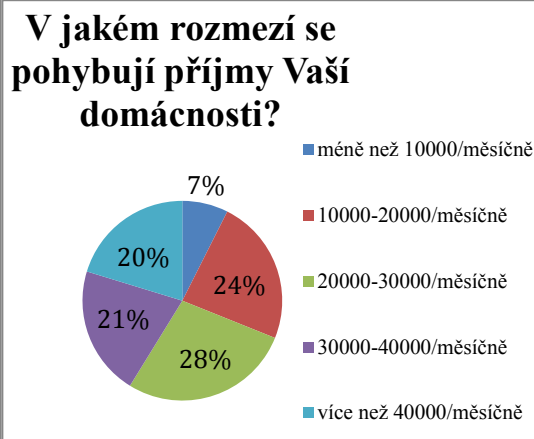


Graf 2



*Zdroj: vlastní zpracování*

Celkově se dotazníkového šetření zúčastnilo 148 respondentů. Překvapivě byl podíl žen a mužů naprosto stejný, 74 žen a 74 mužů. V šetření se objevují zástupci všech věkových kategorií, avšak vzhledem ke způsobu šíření dotazníku - elektronickou formou, bylo nejvíce respondentů ve věkové kategorii 19-30 let, celkem 82 osob. Tato skupina tedy tvořila 55 % všech zúčastněných. Věková kategorie do 18ti let byla zastoupena 34 osobami (23 %) a ve věkové kategorii 31-50 let 26 osobami (18 %). Nejméně zastoupena byla věková kategorie nad 51 let, pouhé 4 %, 6 osob z celkového počtu respondentů. Malé množství respondentů v této kategorii může být zapříčiněno způsobem šíření dotazníku, kdy byly z výzkumu úplně vyloučeny osoby, které nepracují s počítači a moderními technologiemi.

**Graf 3****Graf 4**

*Zdroj: vlastní zpracování*

Dalšími sociodemografickými prvky, které byly použity ve výzkumu bylo dosažené vzdělání respondentů a měsíční příjmy domácností dotazovaných. Z celkového počtu zúčastněných respondentů jich bylo 32 se základním vzděláním (22 %), 14 s výučním listem (9 %), 7 s výučním listem s maturitou (5 %), 61 s dokončeným středoškolským vzděláním (41 %) a 34 s vysokoškolským vzděláním (23 %).

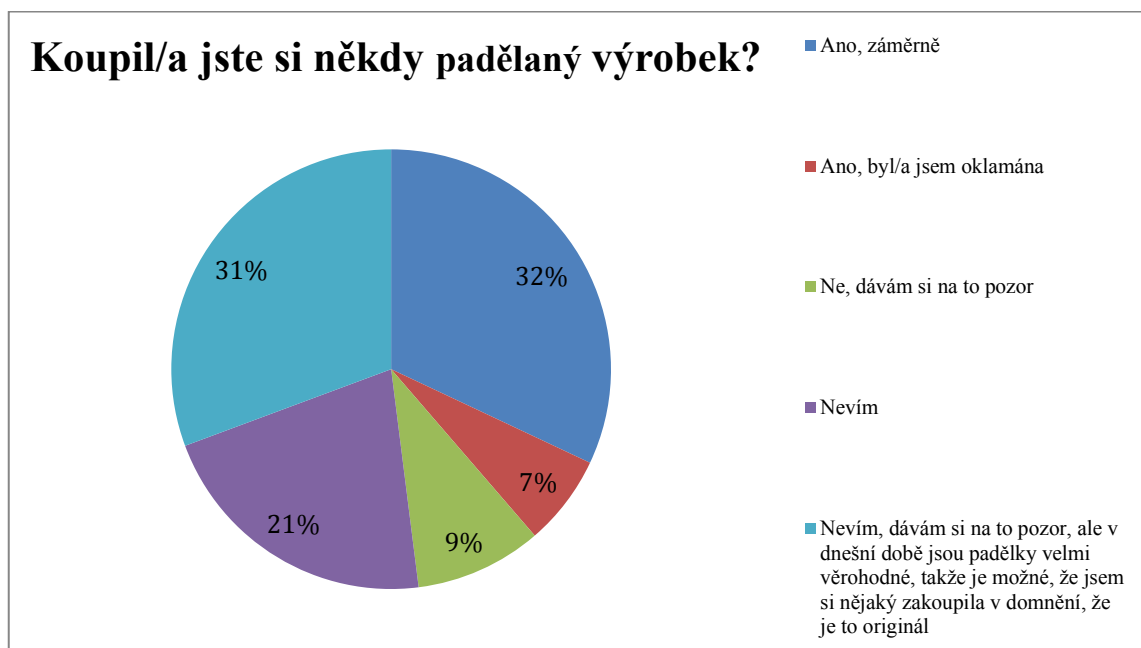
Graf 4 znázorňuje příjmové rozložení oslovených respondentů. Respondentů s příjmy domácnosti nižšími než 10 000 Kč/měsíčně se zúčastnilo 11 (7 %), v kategorii s příjmy domácnosti 10 000 – 20 000 Kč/měsíčně 35 respondentů (24 %), v kategorii s příjmy domácnosti 20 000 – 30 000 Kč/měsíčně 41 respondentů (28 %), v kategorii s příjmy domácnosti 30 000 – 40 000 Kč/měsíčně 31 respondentů (21 %) a s příjmy domácnosti většími než 40 000 Kč/měsíčně se zúčastnilo 30 respondentů (20 %).



## Spotřebitelské chování

Ve výzkumu byly dále kladeny otázky týkající se spotřebitelského chování v oblasti klamavého označování zboží a služeb.

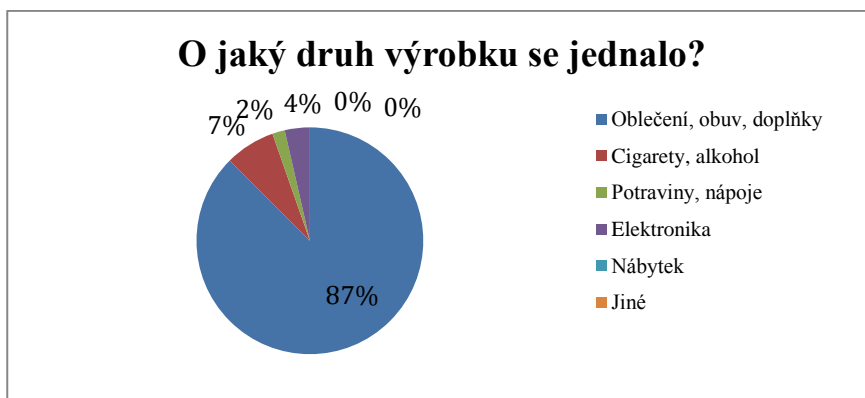
Graf 5



*Zdroj: vlastní zpracování*

Na ilustračním grafu můžeme vidět, že záměrně si padělek koupilo 46 respondentů (31 %), oklamáno bylo 10 respondentů (7 %), 14 respondentů uvedlo, že si padělek nikdy nekoupili, že si dávají velký pozor (9 %), 32 respondentů uvedlo odpověď nevím (22 %). 46 respondentů uvedlo také odpověď nevím, ale připustilo možnost, že mohli být někdy oklamáni, z důvodu velké věrohodnosti padělku (31 %)

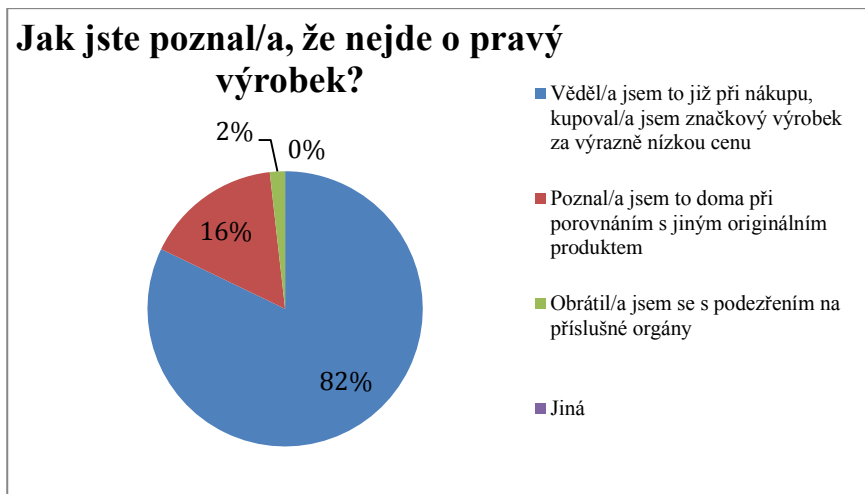
**Graf 6**



*Zdroj: vlastní zpracování*

Graf 6 znázorňuje, že z 56 respondentů, kteří v předchozí otázce odpověděli, že si již někdy padělaný výrobek zakoupili, jich 49 (87 %) uvedlo, že se jednalo o oblečení, obuv nebo doplňky. 4 respondenti uvedli cigarety a alkohol (7 %). 2 respondenti (4%) označili elektroniku a 1 respondent (2%) potraviny.

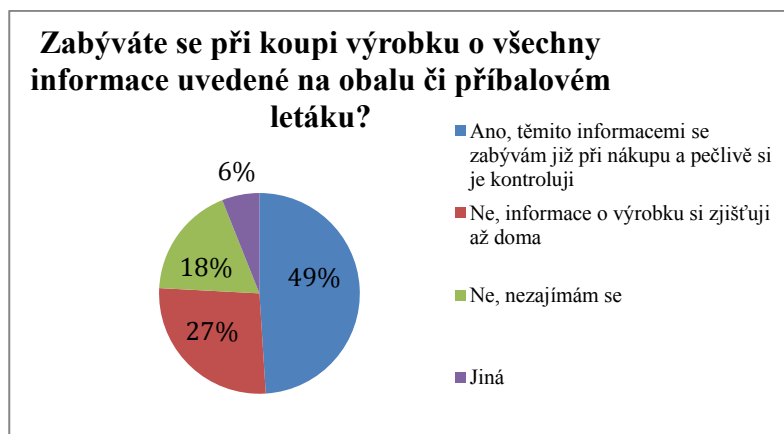
**Graf 7**



*Zdroj: vlastní zpracování*

Z grafu 7 jednoznačně vyplývá, že z 56 respondentů, kteří uvedli, že si již v minulosti zakoupili padělaný výrobek, jich 82 % tuto skutečnost vědělo již při nákupu, neboť kupovali značkový výrobek za výrazně nízkou cenu. 16% respondentů uvedlo, že padělaný výrobek poznalo až doma při srovnání s jiným originálním produktem. Pouze 2 % respondentů se obrátili s podezřením na příslušné orgány.

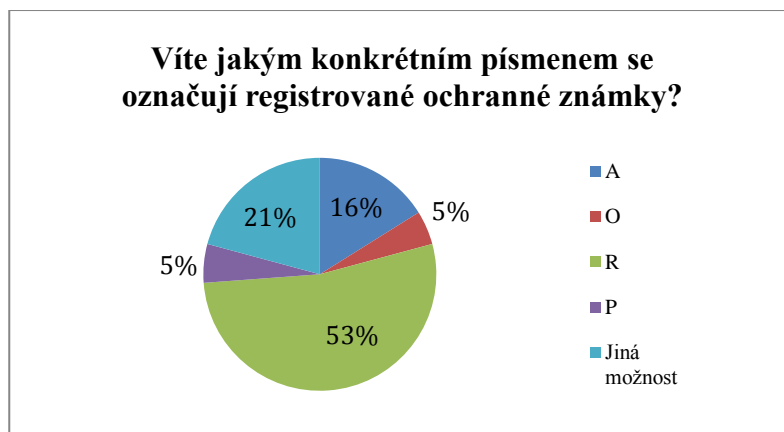
**Graf 8**



*Zdroj: vlastní zpracování*

Ve výše uvedeném grafu 8 je znázorněno, jak respondenti odpovídali na otázku, zda se zajímají o informace uvedené na obalu nebo příbalovém letáku. Téměř polovina respondentů (49 %) odpověděla, že se o informace zajímá již při nákupu a pečlivě si je kontroluje. Oproti tomu 18 % respondentů odpovědělo, že se o tyto informace nezajímá a 27 % respondentů si informace o výrobku zjišťuje až doma.

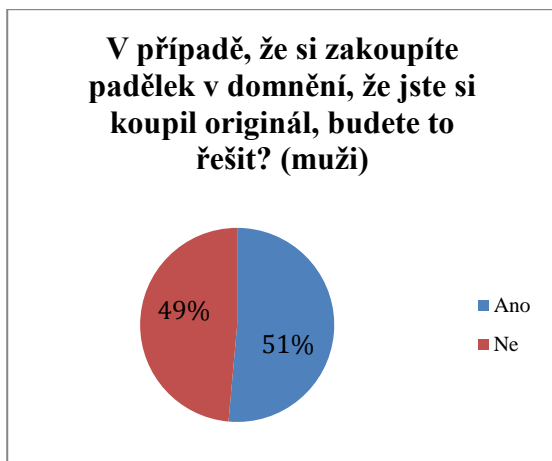
**Graf 9**



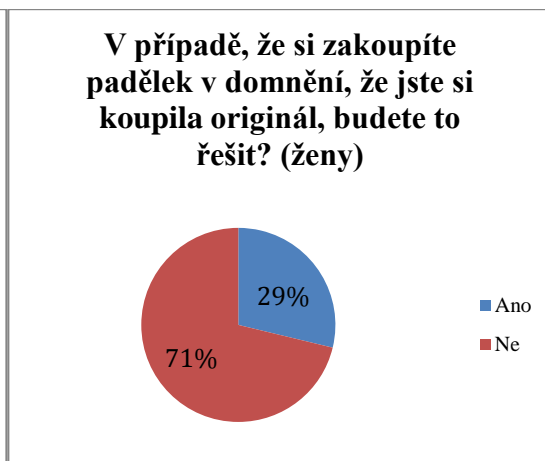
*Zdroj: vlastní zpracování*

Tato otázka byla formulována jako doplňující otázka k danému tématu. Registrované ochranné známky se značí písmenem R - ®. Tuto správnou odpověď označilo 53 % všech dotazovaných respondentů. Z tohoto výsledku lze usoudit, že spotřebitelé se poměrně dobře orientují v označování registrovaných ochranných známek.

Graf 10



Graf 11



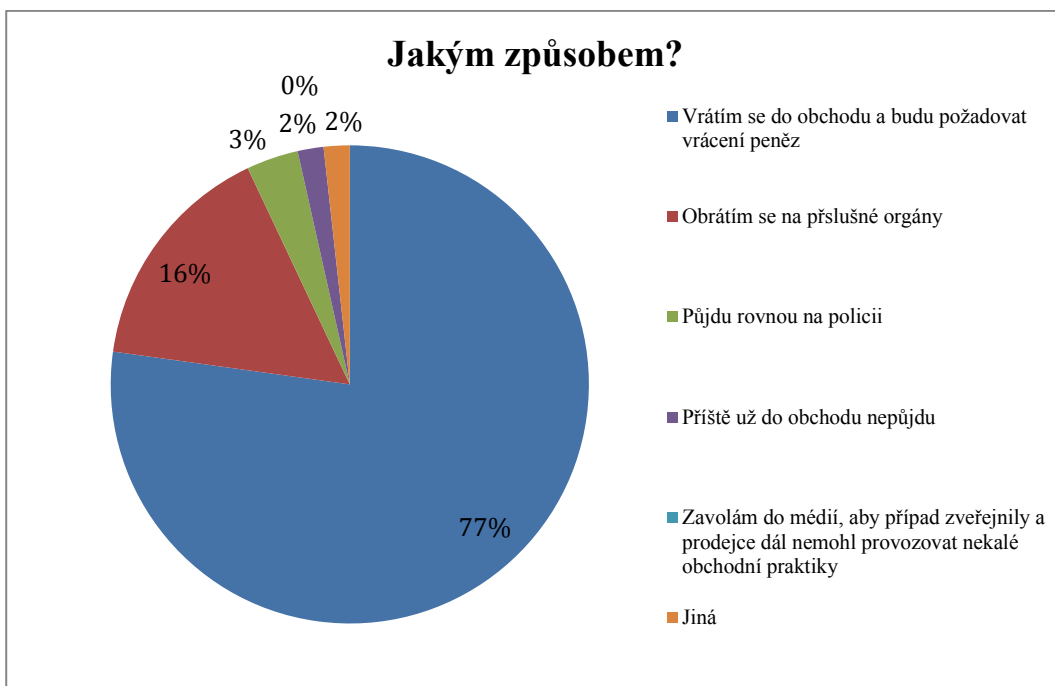
Zdroj: vlastní zpracování

**Hypotéza č. 1:** Ženy více řeší situaci, pokud se stanou obětí klamavého označování zboží nebo služeb než muži.

Tuto hypotézu lze jednoznačně zamítnout. Z výsledků je patrné, že danou situaci řeší více muži než ženy.

Grafy 10 a 11 znázorňují odpověď na otázku, zda by respondenti řešili situaci, kdy by si zakoupili padělek v domnění, že si koupili originál. Výzkumu se zúčastnilo 74 mužů a 74 žen. Více než polovina mužů (51 %) by danou situaci řešila a ženy by tuto situaci řešily pouze ve 29 % případů.

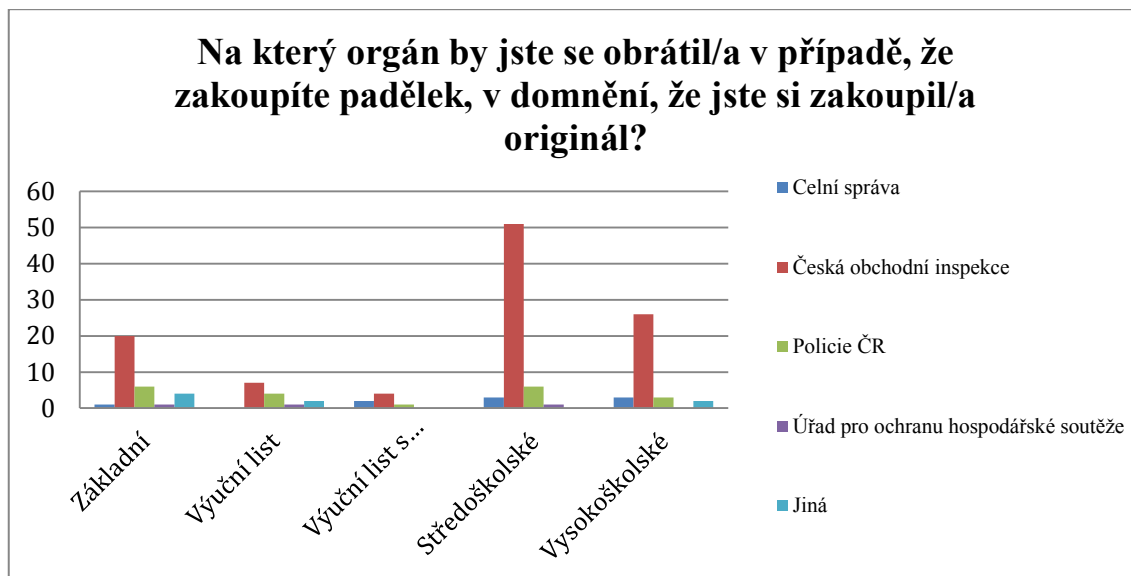
**Graf 12**



*Zdroj: vlastní zpracování*

Tento ilustrační graf navazuje na předešlé grafy 10 a 11 a znázorňuje, jakým způsobem by respondenti řešili situaci, kdy by zakoupili padělek v domění, že koupili originál. Z grafu jednoznačně vyplývá, že nejvíce respondentů by tuto situaci řešilo tím, že se vrátí do obchodu a budou požadovat vrácení peněz (77 %). 16 % respondentů by se obrátilo na příslušné orgány a 3 % na Policii ČR. 2% respondentů se se vzniklou situací smíří, ale příště již do obchodu nepůjdou a 2% respondentů zvolilo variantu „jiná“ s komentářem: že jejich jednání bude souviset především s hodnotou zakoupeného zboží.

Graf 13



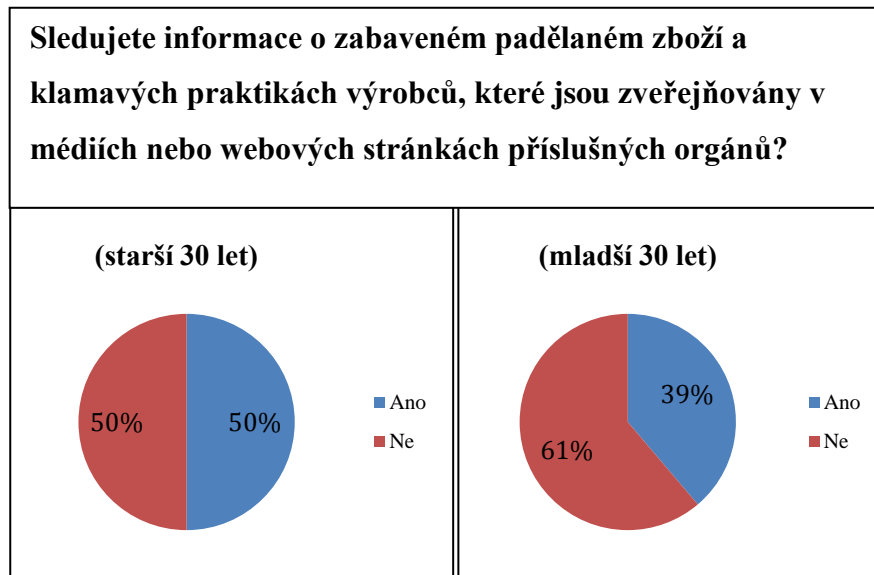
Zdroj: vlastní zpracování

**Hypotéza č. 2:** Lidé s vysokoškolským vzděláním se budou častěji obracet na Českou obchodní inspekci než lidé s nižším vzděláním.

Tuto hypotézu lze zamítnout. Na Českou obchodní inspekci by se obracela většina respondentů napříč vzdělanostními kategoriemi.

Graf 13 znázorňuje, že ve všech sledovaných vzdělanostních kategoriích nejvíce respondentů odpovědělo, že se v případě, že si zakoupí padělek v domnění, že koupili originál, obrátí na Českou obchodní inspekci.

Graf 14, 15



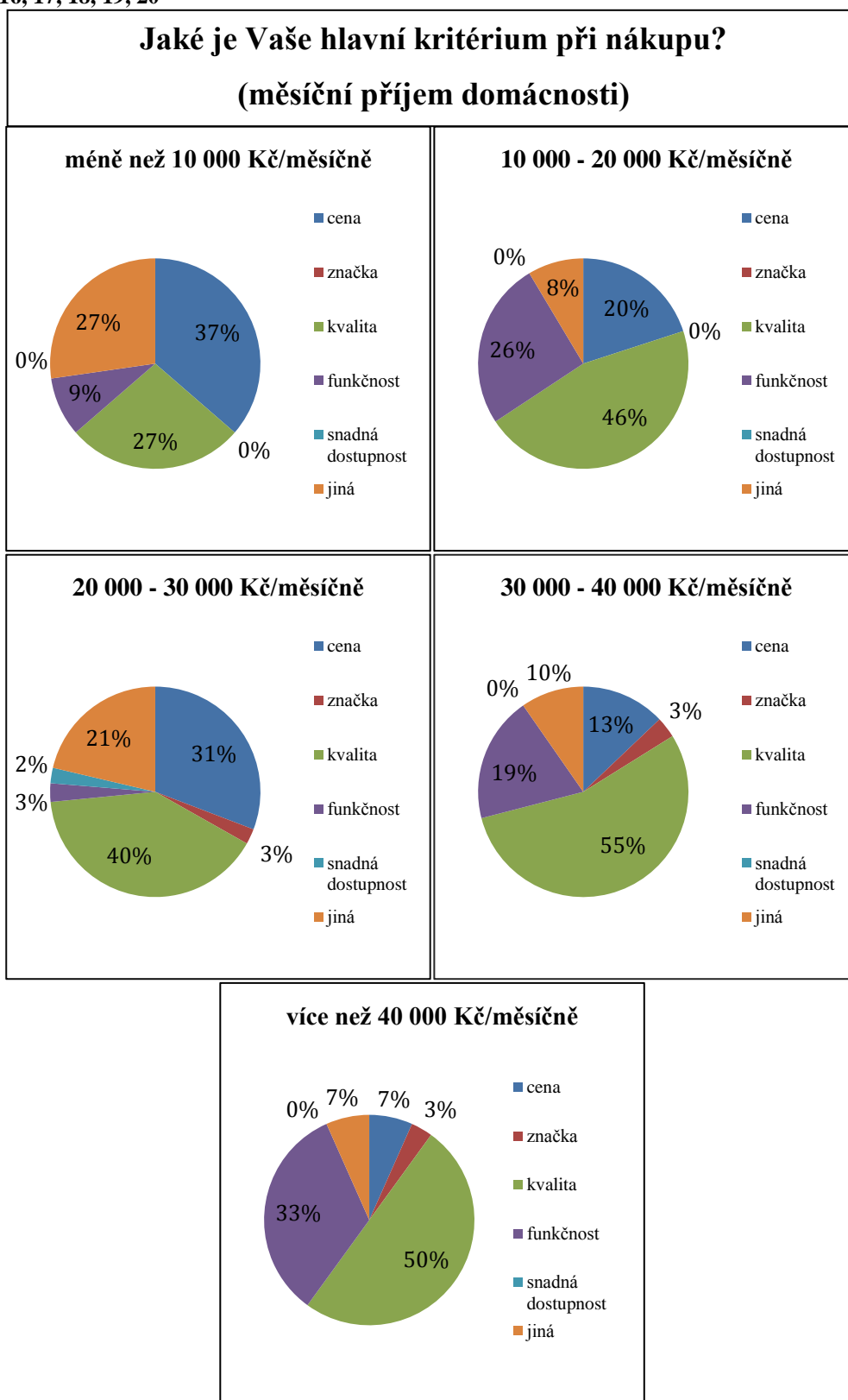
*Zdroj: vlastní zpracování*

**Hypotéza č. 3:** Lidé starší 30 let se obecně více zabývají informacemi o klamavých praktikách a o různé z případy z tohoto odvětví než osoby mladší 30 let.

Tuto hypotézu lze přijmout. Výsledky výzkumu stanovenou hypotézu potvrdily.

Graf 14 a 15 rozděluje respondenty na starší 30ti let a mladší 30ti let. Lidé starší 30ti let více sledují dostupné informace o klamavých praktikách výrobců, které jsou zveřejňovány v médiích nebo webových stránkách příslušných orgánů, než lidé mladší 30 let.

Graf 16, 17, 18, 19, 20



Zdroj: vlastní zpracování



**Hypotéza č. 4:** Pro lidi, jejichž příjmy domácnosti jsou nižší než 20 000Kč/měsíčně je rozhodujícím kritériem při nákupu cena.

Poslední uvedenou hypotézu nelze jednoznačně přijmout. Z výsledků vyplývá, že cena je zásadním, rozhodujícím faktorem pouze u respondentů s měsíčními příjmy do 10 000 Kč. Důležitost ceny zboží se významně snižuje s rostoucími měsíčními příjmy domácností a pro spotřebitele se stává rozhodujícím faktorem zejména kvalita zboží.

Z pěti výše uvedených grafů vyplývá, že v kategorii s měsíčním příjmem domácnosti méně než 10 000 Kč je hlavním kritériem při nákupu cena. Ve druhé kategorii s měsíčním příjmem domácnosti 10 000 – 20 000 Kč byla oproti tomu cena rozhodující pouze u méně jak poloviny respondentů, hlavním kritériem se stala kvalita. Podobně v dalších příjmových kategoriích 20 000 – 30 000 Kč/měsíčně, 30 000 – 40 000 Kč/měsíčně a 40 000/měsíčně nebyla rozhodujícím kritériem nákupů cena, ale stěžejním faktorem byla opět kvalita.

## 5. ZHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ

Praktická část práce je založena na informacích získaných z výzkumu provedeného dotazníkovým šetřením. Výzkumu se celkem zúčastnilo celkem 148 respondentů.

Z výsledků výzkumu, vyplynulo, že s padělaným výrobkem se již někdy ve svém životě setkala většina spotřebitelů. Je nutné uvést, že poměrně velká část, z těchto spotřebitelů, si tento výrobek dokonce zcela vědomě zakoupila. Při koupi byla pro tyto spotřebitele rozhodující cena. Je zde ale také velká část spotřebitelů, kteří vůbec neví, zda byli oklamáni, neboť se otázkou originality výrobku nezabývají. Je tudíž ale velmi pravděpodobné, že i oni se někdy stali oběťmi klamavého označení zboží či služeb. Faktor ceny byl ve výzkumu velmi výrazný zejména u příjmové skupiny respondentů s celkovými příjmy domácnosti nižšími než 10 000 Kč/měsíčně a zároveň také u mladší věkové populace, lidí do 30ti let. Výsledky výzkumu potvrzují všeobecně známou skutečnost, že s padělkami se úplně nejčastěji setkáváme u oblečení, obuvi a doplňků. Spotřebitelé je většinou kupují cíleně. Jejich požadavkem je za poměrně nízké náklady získat co největší množství značkového zboží. Dalším z důvodů, proč si lidé kupují padělané výrobky je získat zboží, které se alespoň vizuálně shoduje se značkovým originálem a to i na úkor toho, že jeho užitná hodnota je mnohdy několikanásobně nižší. Vlastnit značkové zboží je v dnešní době prioritou a jakousi prestiží ve společnosti, zejména mladých lidí a ti většinou nejsou ve svém věku dostatečně finančně zabezpečeni.

Svým chováním tak mnozí spotřebitelé umožňují prodejcům provozovat a dále více rozvíjet klamavé obchodní praktiky a významně z tohoto jednání profitovat.

Se zvyšujícími se celkovými příjmy rodiny a zvyšujícím se věkem spotřebitelů se mění základní kritérium při nákupu výrobku. Do popředí se dostává především kvalita výrobku před jeho cenou. Lidé starší 30 let více sledují zveřejňované informace o klamavých praktikách výrobců a jejich informovanost tak vede k přirozené ochraně spotřebitele v oblasti klamavého označení zboží a služeb.

Na obranu spotřebitele lze konstatovat, že většina spotřebitelů se již při realizaci nákupu zajímá o bližší informace o výrobku a tím, již na počátku minimalizují riziko, že si domů přinesou padělek. Dalším typem spotřebitelů jsou ti, kteří se otázkou originality a kvality zabývají až po nákupu výrobku. V tomto případě může nastat situace, že spotřebitel sám vlastní kontrolou, např. porovnáním s originálním výrobkem zjistí, že se jedná o padělek. Takto oklamáný spotřebitel řeší vzniklou situaci většinou sám s prodejcem. V případě, že spotřebitel pojme podezření, že jím zakoupený výrobek je padělek a není si zcela jistý, obrací se většinou správně, na Českou obchodní inspekci, která je hlavním kontrolním orgánem v dané oblasti. Podnět spotřebitele je zde prošetřen a jsou přijata příslušná opatření. Lidé mají také všeobecné povědomí o tom, že se výrobky označují ochrannou známkou ®.

Výsledkem šetření je také zajímavé zjištění, že otázku klamavého označení zboží a služeb mnohem více řeší muži než ženy. Nepotvrdila se ani hypotéza, že lidé s vysokoškolským vzděláním se budou častěji obracet na Českou obchodní inspekci než lidé s nižším vzděláním, neboť spotřebitelé napříč všemi vzdělanostními stupni většinou problém s oklamáním řeší nebo by řešili právě s Českou obchodní inspekci.

Na základě teoretické a praktické části bakalářské práce je možné uvést některá základní doporučení, která mapují to, jak by se měl spotřebitel při nákupu zboží chovat. Důvodem je, aby v rámci svých možností, dokázal co nejvíce minimalizovat riziko, že se stane obětí klamavých praktik. Jelikož se respondenti v praktické části práce nejvíce setkali s padělkem v oblasti oblečení, obuvi a doplňků, jsou doporučení vypracována pro tuto oblast. Níže uvedená doporučení vycházejí pouze z výsledků výzkumu.

Doporučení:

- nakupovat v ověřeném prostředí
- nakupovat od důvěryhodných prodejců
- nakupovat za cenu přiměřenou výrobku, nízká cena je jedním z hlavních varovných signálů
- nakupovat výrobek v originálním, nepoškozeném obalu
- nakupovat výrobek opatřený cenami, originálními visačkami

- provést vizuální kontrolu výrobku, zda značka a tvar odpovídá originálu, lze k tomu například využít webové stránky příslušné značky
- originalitu výrobku lze ověřit podáním podnětu na Českou obchodní inspekci

Podnět k prošetření lze na Českou obchodní inspekci podat prostřednictvím e-podatelný na oficiálních webových stránkách České obchodní inspekce. Podmínkou pro odeslání podnětu je správně zvolit místně příslušný inspektorát, specifikovat typ sdělení a následně popsat vzniklou situaci. Žadatel musí také vyplnit několik osobních informací.

## 6. ZÁVĚR

Hlavním cílem bakalářské práce bylo zjistit, jak velký přehled mají spotřebitelé v oblasti klamavého označení zboží a služeb a odpovědět tím na výzkumnou otázku, která zní: „*Jsou spotřebitelé dostatečně obeznámeni s možnostmi obrany proti klamavému označení zboží a služeb?*”

Výsledky výzkumu ukázaly, že spotřebitelé bez rozdílu věku a dosaženého vzdělání se poměrně dobře orientují v dané problematice. Spotřebitelé vědí, že se dnes na trhu mohou setkat s nekalými praktikami prodejců. Zároveň jsou obeznámeni s tím, jak se mohou těmto praktikám bránit. Je na zodpovědnosti každého spotřebitele nakolik bude při nákupu obezřetný a bude ve svůj prospěch využívat jemu dostupné informace. Každý z nás se tak může podílet na zlepšení situace v této oblasti a výrazně tak omezit stále se rozmáhající trh s klamavě označeným zbožím a službami.

Na základě výše uvedených skutečností bylo zjištěno, že informovanost spotřebitel je poměrně vysoká. Tímto byla zároveň kladně zodpovězena výzkumná otázka, zda jsou spotřebitelé dostatečně obeznámeni s možnostmi obrany proti klamavému označení zboží a služeb.

Dílčím cílem bylo vypracování pravidel, kterými by se měl spotřebitel řídit, aby se nestal obětí klamavého označení. Zmíněná pravidla byla vypracována na základě dotazníkového šetření a byla vypracována pro oblast oblečení, obuvi a doplňků, jelikož se tato oblast mezi spotřebiteli ukázala jako nejvíce zasaženou. Pro spotřebitele jsou pravidla spíše doporučením, jak být při nákupu obezřetní.

## 7. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### 7.1. Literární zdroje

- DISMAN, Miroslav. Jak se vyrábí sociologická znalost: Příručka pro uživatele. 3.vyd. Praha: Karolinum, 2000, 374 s. ISBN 80-246-0139-7.
- ELIÁŠ, Karel, Josef BEJČEK a Petr HAJN. Kurs obchodního práva: obecná část: soutěžní právo. 5. vyd. Praha: C.H. Beck, 2007, xlii, 610 s. Právnické učebnice (C.H. Beck). ISBN 978-807-1795-834.
- HORÁČEK, Roman, Karel ČADA a Petr HAJN. Práva k průmyslovému vlastnictví. 2., dopl. a přeprac. vyd. V Praze: C. H. Beck, 2011, xxvii, 480 s. Beckovy právnické učebnice. ISBN 978-80-7400-417-9.
- MIŠŮR, Peter, Zdeněk SVOBODA a Petr HAJN. Instituce státní moci v ČR: úplný přehled s internetovými odkazy. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Linde, 2007, 247 s. Beckovy právnické učebnice. ISBN 978-808-6131-740.
- ONDREJOVÁ, Dana, Josef BEJČEK a Petr HAJN. Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku: komentář. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2014, xvi, 364 s. Beckovy komentáře. ISBN 978-807-4005-220.
- ONDREJOVÁ, Dana, Josef BEJČEK a Petr HAJN. Nový Občanský zákoník - Problémy a úskalí: komentář. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2014, xvi, 364 s. Beckovy komentáře. ISBN 978-807-3805-166.
- ONDREJOVÁ, Dana. Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2010, 315 p. ISBN 978-807-3575-052.
- REKTOŘÍK, Jaroslav, Zdeněk SVOBODA a Petr HAJN. Kontrolní systémy veřejné správy a veřejného sektoru: úplný přehled s internetovými odkazy. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2003, 212 s. Beckovy právnické učebnice. ISBN 80-861-1972-6.
- TOMANČÁKOVÁ, Blanka. Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady. Praha: Linde, 2008, 222 s. ISBN 978-807-2016-952.
- VEČERKOVÁ, Eva, Josef BEJČEK a Petr HAJN. Nekalá soutěž a reklama: (vybrané kapitoly). Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2005, 330 s. Spisy Právnické fakulty Masarykovy univerzity v Brně. ISBN 80-210-3607-9.

## 7.2. Internetové zdroje

- Historický exkurz do právního vývoje nekalé soutěže v českých zemích do roku 1992. Epravo.cz [online]. 2013 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/clanky/historicky-exkurz-do-pravniho-vyvoje-nekale-souteze-v-ceskych-zemich-do-roku-1992-91931.html>
- Česká obchodní inspekce [online]. 2013 [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: <http://www.coi.cz/>
- Kompetence Celní správy ČR. Celní správa ČR [online]. 2009 [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: <http://www.celnisprava.cz/cz/o-nas/kompetence/Stranky/default.aspx>
- Ministerstvo průmyslu a obchodu [online]. 2005 [cit. 2015-03-09]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/>
- Ochrana práv duševního vlastnictví. Celní správa ČR [online]. 2009 [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: <http://www.celnisprava.cz/cz/dalsi-kompetence/ochrana-dusevniho-vlastnictvi/Stranky/default.aspx>
- Ochranné známky: Druhy ochranných známek. Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu [online]. 2014 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <https://oami.europa.eu/ohimportal/cs/trade-mark-definitio>
- Právní předpisy: Zákony. Úřad průmyslového vlastnictví [online]. 2014 [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://upv.cz/cs/pravni-predpisy/narodni/zakony.html>
- TECLOVÁ, Petra. Kvantitativní a kvalitativní výzkum využijete při psaní diplomky. TOPZINE [online]. 2011 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.topzine.cz/kvantitativni-a-kvalitativni-vyzkum-vyuzijete-pri-psani-diplomky>
- Úřad průmyslového vlastnictví [online]. 2008 [cit. 2015-03-07]. Dostupné z: <http://upv.cz/cs.html>
- Výroční zprávy. Celní správa ČR [online]. 2009 [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: <http://www.celnisprava.cz/cz/statistiky/Stranky/vyrocní-zpravy.aspx>
- Zákon České národní rady o opatřeních na ochranu průmyslového vlastnictví. In: zákon č. 14/1993. 1993. Dostupné z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/1993-14>

### 7.3. Právní předpisy

- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 608/2013 ze dne 12. června 2013 o vymáhání práv duševního vlastnictví celními orgány a o zrušení nařízení Rady (ES) č. 1383/2003
- Prováděcí nařízení Komise (EU) č. 1352/2013 ze dne 4. prosince 2013, kterým se zavádějí formuláře upravené nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 608/2013 o vymáhání práv duševního vlastnictví celními orgány
- Vyhláška č. 358/2014 Sb., k provedení některých ustanovení zákona o působnosti orgánů Celní správy České republiky v souvislosti s vymáháním práv duševního vlastnictví.
- Zákon č. 64/1986 Sb., České národní rady o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 14/1993 Sb., České národní rady o opatřeních na ochranu průmyslového vlastnictví, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
- Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů (již neplatný)
- Zákon č. 17/2012 Sb., o Celní správě České republiky, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 255/2012 Sb., o kontrole (kontrolní řád), ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 477/2001 Sb., o obalech a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 206/2000 Sb., o ochraně biotechnologických vynálezů a o změně zákona č. 132/1989 Sb., o ochraně práv k novým odrudám rostlin a plemenům zvířat, ve znění zákona č. 93/1996 Sb., ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 452/2001 Sb., o ochraně označení původu a zeměpisných označení a o změně zákona o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 207/2000 Sb., o ochraně průmyslových vzorů a o změně zákona č. 527/1990 Sb., o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů



- Zákon č. 529/1991 Sb., o ochraně topografií polovodičových výrobků, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 173/2002 Sb., o poplatcích za udržování patentů a dodatkových ochranných osvědčení pro léčiva a pro přípravky na ochranu rostlin a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 307/2013 Sb., o povinném značení lihu, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 355/2014 Sb., o působnosti orgánů Celní správy České republiky v souvislosti s vymáháním práv duševního vlastnictví, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky a o změně a doplnění některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 478/1992 Sb., o užitných vzorech, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 221/2006 Sb., o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví a o změně zákonů na ochranu průmyslového vlastnictví, ve znění pozdějších předpisů
- Zákon č. 527/1990 Sb., o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích, ve znění pozdějších předpisů

## 8. PŘÍLOHY

### Příloha č. 1 – dotazník

**1.) Jaké je Vaše pohlaví?**

- Muž
- Žena

**2.) Kolik je Vám let?**

- Do 18 let
- 19 – 30 let
- 31 – 50 let
- 51 let a více

**3.) Jaké je Vaše dosažené vzdělání?**

- Základní
- Výuční list
- Výuční list s maturitou
- Středoškolské
- Vysokoškolské

**4.) V jakém rozmezí se pohybují příjmy Vaší domácnosti?**

- Méně než 10 000/měsíčně
- 10 000 – 20 000/měsíčně
- 20 000 – 30 000/měsíčně
- 30 000 – 40 000/měsíčně
- Více než 40 000/měsíčně

**5.) Koupil/a jste si někdy padělaný výrobek?**

- Ano, záměrně
- Ano, byla jsem oklamána
- Ne, dávám si na to pozor
- Nevím
- Nevím, dávám si na to pozor, ale v dnešní době jsou padělky velmi věrohodné, takže je možné, že jsem si nějaký zakoupila v domnění, že je to originál

**6.) O jaký druh výrobku se jednalo?**

- Oblečení, obuv, doplňky
- Cigarety, alkohol
- Potraviny, nápoje
- Elektronika
- Nábytek
- Jiné

**7.) Jak jste poznal/a, že nejde o pravý výrobek?**

- Věděl/a jsem to už při nákupu, kupovala jsem značkový výrobek za výrazně nízkou cenu
- Poznal/a jsem to doma při porovnání s jiným originálním produktem
- Obrátila jsem se s podezřením na příslušné orgány
- Jiné

**8.) Víte jakým konkrétním písmenem se označují registrované ochranné známky?**

- A
- O
- R
- P
- Jiná

**9.) Jaké je Vaše hlavní kritérium při nákupu?**

- Cena
- Značka
- Kvalita
- Funkčnost
- Snadná dostupnost
- Jiná

**10.) Zabýváte se při koupi výrobku o všechny informace uvedené na obalu či příbalovém letáku?**

- Ano, těmito informacemi se zabývám a již při nákupu a pečlivě si je kontroluji
- Ne, informace o výrobku si zjišťuji až doma
- Ne, nezajímám se
- Jiná

**11.) V případě, že zakoupíte padělek, v domnění, že jste koupil/a originál, budete to řešit?**

- Ano
- Ne, je mi to jedno
- Ne, ale při příštím nákupu si dám pozor
- Jiná

**12.) Jakým způsobem?**

- Vrátím se do obchodu a budu požadovat vrácení peněz
- Obrátím se na příslušné orgány
- Půjdu rovnou na policii
- Příště už do obchodu nepůjdu
- Zavolám do médií, aby případ zveřejnily a prodejce dál nemohl provozovat nekalé obchodní praktiky

- Jiná

**13.) Na který orgán by jste se obrátil/a v případě, že zakoupíte padělek v domnění, že jste si zakoupil/a originál?**

- Celní správa
- Česká obchodní inspekce
- Policie ČR
- Úřad pro ochranu hospodářské soutěže
- Jiná

**14.) Sledujete informace o zabaveném padělaném zboží a klamavých praktikách výrobců, které jsou zveřejňovány v médiích nebo webových stránkách příslušných orgánů?**

- Ano
- Ne, je mi to jedno
- Ne, nevím o tom, že jsou tyto informace zveřejňovány