

Posudok oponenta na habilitačnú prácu
JUDr. Radomíra Jakaba, PhD.,
spracovanú na tému
„Verejnoprávna regulácia porovnávacej reklamy“

I.

Na základe schválenia uznesením č. 3 Vedeckej rady Univerzity Komenského v Bratislave, Právnickej fakulty, z 23. júna 2016 ma dekan Univerzity Komenského v Bratislave, Právnickej fakulty, rozhodnutím č. OVDŠ 612/2016 B II/2 z 30. júna 2016 vymenoval za oponenta habilitačnej práce JUDr. Radomíra Jakaba, PhD., z Univerzity P. J. Šafárika v Košiciach, Právnickej fakulty, Katedry ústavného práva a správneho práva, a následne ma požiadal o vypracovanie oponentského posudku. Po preštudovaní habilitačnej práce menovaného predkladám nasledovný posudok:

II.

Porovnávacia reklama, ako to vyplýva aj zo súhrnu prezentovaného autorom na str. 8 a 9 jeho práce, nie je príliš častým objektom záujmu slovenskej právnej vedy. Okrem skúmania komercionalistami (Vozár, Kubinec) niet v slovenských podmienkach ďalších autorov, ktorí by sa problematike (porovnávacej) reklamy venovali systematicky a dlhodobo. Pravda, s výnimkou habilitanta, ktorý, ako o tom svedčí zoznam použitej literatúry, už dlhší čas analyzuje predovšetkým (ale nielen) administratívistické aspekty slovenskej právnej regulácie porovnávacej reklamy.

Zvolenú tému habilitačnej práce je potrebné vyhodnotiť ako aktuálnu vzhľadom na rozmer dotknutých spoločenských vzťahov, rozmer únijovej právnej regulácie i vzhľadom na osobitosti, ktoré so sebou prináša slovenská práva úprava v relácii k identickému predmetu regulácie v iných európskych štátoch.

III.

Habilitačná práca je spracovaná celkovo v rozsahu 172 strán. Okrem vlastného textu zahŕňa obsah, zoznam použitých skratiek a zoznam použitej literatúry. Text práce je systematicky členený na úvod, šesť kapitol a záver. Tematicky nadväzujúce kapitoly sú ďalej vnútorne štrukturované. Ich obsahové zameranie potvrdzuje samotným autorom konštatovaný deduktívny prístup.

Prvá kapitola orientuje pozornosť na reklamu ako právny inštitút. Habilitant hľadá čo najvýstižnejšiu definíciu reklamy a nadväzne sa venuje ťažiskovému právnemu predpisu (zákon č. 147/2001 Z. z.) i jeho aplikačnému vzťahu k súvisiacim zákonom (o audiovizii, o vysielaní a retransmisii, o potravinách, o štátnom jazyku, o ochrane spotrebiteľa). V druhej kapitole autor pokračuje v pojmovom a definičnom prístupe, zužujúc však objekt svojho záujmu už výlučne na porovnávaciu reklamu. Napokon, v tretej kapitole práca pojednáva o vývoji právnej regulácie porovnávacej reklamy, a to tak v slovenských

podmienkach, ako aj v práve Európskej únie. Tretia kapitola mohla byť z pohľadu systematiky pokojne „rozptýlená“ v druhej kapitole, jej samostatné štrukturálne vyčlenenie ale nepôsobí rušivo do tej miery, že by oslabovalo náležitú koncentráciu pri výstavbe tematickej línie práce. Prvými tromi kapitolami sa autorovi podarilo na primeranom priestore (49 strán) položiť základy práce tvoriace potrebné východisko pre nasledujúce analýzy.

Štvrtú kapitolu a piatu kapitolu práce možno považovať za jadro práce, pretože vo svojom tematickom súhrne sú spôsobilé dostatočne vymedziť a charakterizovať podstatu i problémové stránky administratívnoprávnej regulácie porovnávacej reklamy. Štvrtá kapitola sa komplexne i na selektívnej báze venuje súboru tzv. zlatých pravidiel ako predpokladov prípustnosti porovnávacej reklamy, kým kapitola piata ponúka analýzu vzťahu medzi relevantnou administratívnoprávnou reguláciou a právnou úpravou nekalosúťažného konania.

Vo vzťahu k štvrtej kapitole, podkapitole 4.9 hodno z hľadiska formálnej presnosti dodať, že podmienka absencie nekalej obchodnej praktiky už od novelizácie vykonanej zákonom č. 199/2014 Z. z. (účinnosť od 17. júla 2014) nie je obsiahnutá v § 4 ods. 2 zákona o reklame. Konštatovaný nedostatok však nemožno považovať za zásadný, keďže požiadavka, aby porovnávacia reklama nepredstavovala nekalú obchodnú praktiku celkom prirodzene zostala aj po uvedenej zmene právnej úpravy súčasťou slovenského právneho poriadku.

Hmotnoprávnu rovinu práce správne dopĺňa analýza procesnoprávneho aspektu v podobe prostriedkov právnej ochrany pred neoprávnenou porovnávacou reklamou, a to administratívnoprávnych, trestnoprávnych i súkromnoprávnych. Habilitant pripája aj rozmer etickej samoregulácie.

IV.

Pre posúdenie vedeckej stránky posudzovanej habilitačnej práce je dôležité použité metodologické inštrumentárium. V počiatočných kapitolách autor používa najčastejšie kombináciu metódy popisnej s metódou analytickou (pri charakteristike a kategorizácii porovnávacej reklamy). V neposlednom rade sa tu objavuje aj eliminačná metóda (napr. charakteristika porovnávacej reklamy na báze jej odlíšenia od porovnávacieho tovarového testu). Habilitant v práci na mnohých miestach komparuje, a to v rozmanitých rovinách (napr. ekonomické a právne chápanie porovnávacej reklamy, komparácia slovenskej a únijovej právnej regulácie a pod.). Komparácia sa v práci spája aj s metódou historickou, a to predovšetkým v podkapitole 3.1 o vývoji právnej regulácie porovnávacej reklamy na území Slovenskej republiky. Napokon, komparáciu autor využíva aj ako inšpiráciu a následne argumentačnú podporu pre svoje závery (zjavne sa prikláňa k prvkom českého modelu právnej úpravy – str. 60 v spojení s návrhmi de lege ferenda v závere na str. 166). Použité metódy považujem za zvládnuté na úrovni, ktorú si vedecko-pedagogický titul, o ktorý sa autor uchádza, vyžaduje. Habilitant dokázal objekt svojho záujmu (relevantné právne inštitúty a kategórie, i zodpovedajúcu právnou úpravu) podrobiť spracovaniu za použitia vymenovaných metód tak, že výsledkom je jednak dôsledná a dostatočne fundovaná právna analýza, ako aj návrhy de lege ferenda založené na dostatočnom teoretickom podklade.

V.

Osobitne je potrebné vyzdvihnúť systematický prístup autora k spracovaniu zvolenej témy. Autor postupne, no vytrvalo a trpezlivo rozmotáva kľbko právno-teoretických i aplikačných aspektov porovnávacej reklamy, a to v spojení s veľmi zrozumiteľnými, až inštruktívnymi formuláciami pri tvorbe syntaxe. Habilitant takto podľa môjho názoru bez pochybností preukazuje pedagogickú erudíciu ako nevyhnutný komponent obsahu vedecko-pedagogického titulu „docent“. Práca je čítavá a som presvedčený, že dokonca dostatočne pútavá nielen pre odborne zdatného, ale aj pre laického čitateľa. Autor sa súčasne vyhol nebezpečenstvu, ktoré vyplýva zo snahy o čo najväčšiu mieru zrozumiteľnosti, a to je povrchnosť. Osobitne piata kapitola pojednávajúca o vzťahu porovnávacej reklamy a nekalej súťaže predstavuje hĺbkový prienik do analýzy skutkových podstat nekalej súťaže v prostredí možného napätia s podmienkami prípustnosti porovnávacej reklamy. Z hľadiska právno-aplikačného sa teda habilitant v danej téme spoľahlivo orientuje.

Predložená habilitačná práca predstavuje pôvodné dielo. Vykázaná miera zhody s inými dokumentmi evidovaným v Centrálnom registri záverečných prác, rigorózných prác a habilitačných prác síce nominálne dosahuje 26,9%, no z podrobného prehľadu zhôd s individuálnymi registrovanými dielami nevyplýva miera zhody vyššia ako 2,02 %. To vylučuje spochybnenie originality posudzovanej habilitačnej práce.

VI.

Dominantným motívom práce, na ktorom je vystavaná aj analýza slovenskej právnej úpravy porovnávacej reklamy, je jej právno-aplikačný vzťah k nekalej súťaži a k právnym prostriedkom ochrany proti nekalej súťaži. Ťažiskový význam tejto myšlienkovvej línie je nesporný aj s ohľadom na podobu právnej regulácie v iných európskych štátoch. Preto do diskusnej časti obhajoby habilitačnej práce kladiem habilitantovi nasledovné otázky:

1. Autor na str. 61 hodnotí, že *„existencia... administratívno-právnych nástrojov ochrany pred neprípustnou porovnávacou reklamou má zaiste svoje opodstatnenie, a to najmä v prípadoch, kedy je dotknutý verejný záujem, resp. potreba ochrany slabších subjektov, najmä spotrebiteľov“*. Tento svoj názor potvrdzuje aj v závere na str. 164 a 167. Aj napriek tomu, je podľa názoru habilitanta skutočne administratívno-právna regulácia neprípustnej porovnávacej reklamy potrebná? Nepostačovali by ochrane verejného záujmu právne prostriedky ochrany proti nekalej súťaži, ktoré sú pri vybraných skutkových podstatách nekalej súťaže podľa § 54 ods. 1 OBZ k dispozícii aj právnickým osobám oprávneným hájiť záujmy súťažiteľov alebo spotrebiteľov?

2. Ak by sa habilitant musel rozhodnúť alternatívne pre právomoc súdu alebo právomoc orgánu verejnej správy pri ochrane pred neprípustnosťou porovnávacej reklamy, ktorú možnosť by si vybral a prečo? V tejto súvislosti, aký je názor habilitanta na právnu domnienku podľa § 11 ods. 2 zákona o reklame, a na jej vzťah k požiadavke ochrany verejného záujmu verejnou správou v konaní o správnom delikte?

Záver

Komplexne hodnotím posudzovanú habilitačnú prácu ako vydarené dielo odborníka, ktorý sa zvolenou témou zaoberá dlhodobo a spoľahlivo sa v nej orientuje. Práca veľmi plasticky, na báze myšlienково vhodne prepojených čiastkových analýz podáva zrozumiteľný obraz o postavení právnej úpravy porovnávacej reklamy v prostredí slovenského právneho poriadku. Autor pri koncipovaní svojho diela vhodne využil teoreticko-právne poznatky i skúsenosti aplikačnej praxe, pracoval nielen s textom právneho predpisu, ale aj so súdnou judikatúrou a relevantnou domácou a zahraničnou odbornou spisbou. Preto posudzovanú habilitačnú prácu **odporúčam na obhajobu.**

Habilitant svojimi vedeckými prácami vytvoril v študijnom odbore „správne právo“ ucelené vedecké dielo. Po celkovom zhodnotení jeho pedagogickej a vedeckej činnosti habilitačnou komisiou a po úspešnom priebehu habilitačnej prednášky a obhajoby habilitačnej práce **navrhujem, aby habilitačná komisia predložila Vedeckej rade Právnickej fakulty UK návrh na udelenie vedecko-pedagogického titulu „docent“ v študijnom odbore „správne právo“ (3.4.4) JUDr. Radomírovi Jakabovi, PhD.**

Košice, 26. septembra 2016

doc. JUDr. Martin Vernarský, PhD.
oponent