

Ochranná známka, obchodné meno a ich spoločné a rozdielne rysy

Trademark and commercial (or business) name and their common and different features

Martin KRÍŽAN

Úvod

Ochranná známka patrí spolu s označeniami pôvodu výrobkov a obchodnými menami do skupiny priemyselných práv na označenie. V tejto skupine priemyselných práv ide o práva, ktoré sa neviažu na výsledky tvorivej duševnej činnosti jednotlivca, ale ide o práva, ktoré sa viažu na používanie výsledkov tvorivej činnosti najmä v obchodnom styku medzi jeho účastníkmi a to na odlíšenie výrobkov či služieb jedného účastníka obchodu od výrobkov či služieb iného účastníka.

Práva na označenie majú nezastupiteľné miesto v trhovej ekonomike, podieľajú sa na vytváraní zdravého konkurenčného prostredia a slúžia na vzájomné odlíšenie produktov súťažiteľov.

1. Ochranná známka a Obchodné meno

1.1. Ochranná známka

patrí medzi najstaršie inštitúty priemyselného vlastníctva.. Pojem ochranná známka sa v známkovom práve nepoužíva jednotne. V niektorých krajinách sa napr. používa pojem obchodná známka (“ trademark“, alebo “trade mark“). V medzinárodných zmluvách sa používa pojem, ktorý možno do slovenčiny preložiť ako “ továrenská a obchodná známka“. V našom právnom poriadku je pojem ochranná známka vžitý už od účinnosti zákona č. 8/1952 Zb. Od 1. marca 1997 platí nový zákon č.55/1997 Z.z. o ochranných známkach. K tomuto zákonu bola vydaná vyhláška Úradu priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky č.117/1997 Z.z., ktorou sa vykonáva zákon č. 55/1997 Z.z. o ochranných známkach.

Pojem ochranná známka je vymedzený v zákone o ochranných známkach. Podľa tohto ustanovenia **ochrannou známkou je označenie, ktoré tvoria slová vrátane osobných mien, písmená, číslice, kresby, tvar výrobku alebo jeho obal, prípadne i vzájomné kombinácie, ako aj farebné kombinácie spôsobilé rozlíšiť tovar alebo služby pochádzajúce od rôznych podnikateľov, ktoré je zapísaný**

do registra ochranných známk.¹ Paragraf 2 zákona o ochranných známkach zase presne vymedzuje, aké druhy označenia nemožno uznať ako ochrannú známku. Vid' Zákon č.55/1997 Z.z. o ochranných známkach.

Z uvedeného pojmového vymedzenia možno vyvodit' aj základné podmienky, t.j. tzv. legálne znaky, ktoré musí ochranná známka spĺňať. Ochrannou známkou je teda označenie, ktoré možno vnímať zrakom, má rozlišovaciu schopnosť, je zapísané v registri ochranných známk. Ochrannou známkou môže byť označenie, ktoré tvoria slová vrátane osobných mien, písmená, číslice, kresby, tvar výrobku alebo tvar jeho obalu, prípadne ich vzájomné kombinácie ako aj farebné kombinácie. Musí ísť o označenia, ktoré možno vnímať zrakom.

Zákon o ochranných známkach v súlade s výsledkami harmonizačných prác v rámci Svetovej organizácie duševného vlastníctva nechráni napr. zvukové, čuchové a svetelné označenia. Ďalšou základnou podmienkou každej ochrannej známky je jej rozlišovacia spôsobilosť, t.j. schopnosť odlíšiť tovary alebo služby jedného podnikateľa od rovnakých alebo podobných tovarov alebo služieb iného podnikateľa. Tým je vyjadrená aj jedna zo základných funkcií ochrannej známky, t.j. rozlišovacia funkcia, čiže identifikačná.

V praxi to znamená, že ochranná známka (OZ) odlišuje výrobky alebo služby, ktoré pochádzajú od rôznych podnikateľov, identifikuje jednotlivé druhy tovaru a ukazuje jeho pôvod.

Ďalšou funkciou OZ-ky je súťažná funkcia. OZ sa takto stáva dôležitým nástrojom na získanie a udržanie súťažnej pozície pred ďalšími súťažiacimi. Význam propagačnej funkcie spočíva v tom, že OZ reprezentuje určitý tovar alebo služby na trhu a oboznamuje s nimi širšiu verejnosť. S tým veľmi úzko súvisí aj garančná funkcia, keď známka zaručuje kvalitu, spoľahlivosť a ďalšie dobré vlastnosti tovaru a služieb chránených týmto označením.² Okrem už spomenutých funkcií ochranná známka odstraňuje anonymitu výrobcu a krajiny, z ktorej výrobok pochádza a zhodnocuje výrobky na zahraničných trhoch.

Z vymenovaných funkcií OZ-ky potom vyplýva fakt, že OZ zohráva kľúčovú úlohu v obchodnej stratégii firiem, prispievajúc k definovaniu imidžu a reputácii výrobkov firmy v očiach spotrebiteľov, ktorí častokrát spájajú OZ s kvalitou či akosťou výrobku.³ Imidž, samotná OZ a reputácia podniku vytvárajú dôveru, ktorá je základom vybudovania si vernej klientely a upevnenia pozície podniku na trhu. Aby si podnik mohol nielen vybudovať, ale aj hlavne udržať svoju klientelu je potrebné, aby ochrannú známku podnik vnímal ako stimul na investovanie do udržiavania alebo zvyšovania kvality vlastných výrobkov, čím sa zaistí, že výrobky s ich ochrannou známkou získajú pozitívnu reputáciu.

¹ Zákon č.55/1997 Z.z. o ochranných známkach

² PAULÍČKOVÁ, A.: Ochranné známky, obchodné mená a ich ochrana, Hospodárske noviny, roč. 9, č. 85, s. 23, ISSN 1335-4701

³ MALÝ, J.: Obchod nehmotnými statky. Praha: C.H. Beck. 2002. 257 s. ISBN 80-7179-320-5

Ochranná známka v sebe nesie aj určitú správu pre verejnosť, preto je nenahraditeľným marketingovým nástrojom. Obohacuje vzťah so zákazníkom tovaru a služieb prostredníctvom asociovania rozdielnych hodnôt, ktoré znamenajú stabilitu vzťahov.

Okrem toho znamená ochranná známka pre podnik dobrú investíciou, ktorú je možné komerčne rozšíriť prostredníctvom licencií, franchisingu, predaja alebo sponzorstva. Je to marketingový nástroj, ktorý sa môže stať dokonca hlavnou investíciou spoločnosti.

Hoci si mnohí podnikatelia uvedomujú tieto významné skutočnosti, málo ktorý podnikateľský subjekt si uvedomuje dôvod resp. význam registrácie označenia ako ochrannej známky. Hoci je možné získať ochranu ochranných známk aj používaním, odporúča sa registrácia podaním prihlášky na príslušnom národnom známkovom úrade (niektoré úrady umožňujú on-line podávanie prihlášok).

Lebo len registrácia ochrannej známky garantuje byť výlučným používateľom označenia pre určité tovary a služby, čo následne vylúči možnosť iným podnikateľským subjektom používať označenie zhodné alebo zameniteľné s označením používaným niekým iným. Teda registráciou získava majiteľ silnejšiu ochranu svojich práv, čo ocení najmä v prípade konfliktu so zhodnou alebo podobnou ochrannou známkou. Pri registrácii je výhodné využiť služby oprávnených zástupcov (v niektorých krajinách je to povinnosťou).⁴

Z toho vyplýva, že bez zaregistrovania ochrannej známky môžu byť investície do marketingu výrobkov zbytočné. Ak konkurent použije podobnú alebo zhodnú ochrannú známku, budú spotrebiteľia pri kúpe oklamaní, myslia si, že kupujú zamýšľaný výrobok. Toto môže nielen zmiasť spotrebiteľov a zapríčiniť pokles zisku, ale môže taktiež uškodiť reputácii a imidžu firmy, najmä ak je konkurenčný výrobok podradnej kvality.⁵

Teda zaregistrovaním OZ-ky podnik získava samotnú OZ-ku, ktorá je nielen prejavom imidžu, ale predovšetkým prejavom schopnosti byť výnimočný a úspešný vo svojej oblasti podnikania. S danou známkou podnik získava aj určité práva, medzi ktoré možno zaradiť:⁶

- Majiteľ ochrannej známky má výlučné právo označovať svoje tovary alebo služby ochrannou známkou, pre ktoré je zapísaná v registri, alebo ju používať v spojení s týmito tovarmi alebo službami.
- Majiteľ ochrannej známky je oprávnený používať spolu s ochrannou známkou značku ®.

⁴ Vytvoríme si ochrannú známku. [citované 28.08.2007] Dostupné z <<http://www.upv.sk/>>

⁵ JAŠKO, J.: Ochranné známky. [online] Publikované 2006. [citované 28.08.2007] Dostupné z <<http://www.dashofer.sk/?product=ONGOZ>>

⁶ Zákon č.55/1997 Z.z. o ochranných známkach

- Bez súhlasu majiteľa ochrannej známky nikto nesmie používať označenie zhodné alebo zameniteľné s jeho ochrannou známkou pre rovnaké alebo podobné tovary alebo služby, pre ktoré je ochranná známka zapísaná do registra.
- Majiteľ ochrannej známky má právo žiadať od každého, kto uvádza alebo chce uviesť na trh tovary alebo služby, na ktorých je umiestnené označenie zhodné alebo zameniteľné s jeho ochrannou známkou, informáciu o pôvode tovarov alebo dokladov sprevádzajúcich tovary alebo služby.
- Majiteľ ochrannej známky je oprávnený požadovať od vydavateľa publikácie, v ktorej je jeho ochranná známka reprodukováaná, zverejnenie údajov, že ide o ochrannú známku, vrátane uvedenia čísla zápisu ochrannej známky do registra.
- Majiteľ ochrannej známky sa môže voči každému domáhať zákazu používať jeho ochrannú známku alebo označenie s ňou zameniteľné pre rovnaké alebo podobné tovary alebo služby a aby sa predmety, takto označené, stiahli z trhu.
- Ak bola zásahom do práv z ochrannej známky spôsobená škoda, poškodený má právo na jej náhradu. Ak bola týmto zásahom spôsobená nemajetková ujma, poškodený má právo na primerané zadosťučinenie, ktorým môže byť peňažné plnenie.

Zákon o ochranných známkach majiteľovi priznáva nielen právo používať OZ-ku, ale ukladá mu aj povinnosť ju používať. Ak sa OZ nepoužíva najmenej päť po sebe idúcich rokov môže to byť dôvodom aj na podanie návrhu na výmaz ochrannej známky z registra ochranných známk. Používaním OZ-ky treba rozumieť označovanie tovarov alebo ich obalov, prípadne jej použitie na obchodných dokladoch, propagačných, inzertných a reklamných materiáloch. Je ním teda priame, t.j. faktické používanie, keď ide o jej použitie na označenie tovarov alebo obalov skutočne uvádzaných na trh alebo služieb skutočne poskytovaných, a jednak nepriame, t.j. fiktívne, keď používanie ochranných známk (napr. na propagačných a inzertných materiáloch) nie je podložené skutočným uvádzaním tovarov na trh alebo skutočným poskytovaním služieb. Ďalšie povinnosti vid' zákon č.55/1997 Z.z. o ochranných známkach.

1.2. Obchodné meno(OM)

súčasná právna úprava obchodného mena je obsiahnutá v § 8 až 12 Obchodného zákonníka č. 513/1991 Zb. v znení neskorších predpisov a jej účelom je predovšetkým chrániť výsledky činnosti podnikateľa, a tým aj jeho majetkové a nemajetkové záujmy. Podľa Parížskeho dohovoru na ochranu priemyselného vlastníctva je OM chránené bez toho, aby ho bolo treba prihlasovať alebo zapisovať a nie je rozhodujúce, či je súčasťou továrenskej alebo ochrannej známky.

Často sa však stáva slovnou ochrannou známkou. Táto právna úprava sa spravuje princípom pravdivosti a nezameniteľnosti OM.

Právo na OM je nielen subjektívnym právom, ale aj absolútnym právom majetkovej povahy, najmä tým, že pôsobí proti všetkým ostatným subjektom (erga omnes). Právna úprava o obchodnom mene sleduje ochranu záujmov všetkých ostatných podnikateľov, ale aj ochranu spotrebiteľov, ktorých by mohlo neoprávnené používanie obchodného mena nielen klamať, ale aj poškodzovať.⁷

Obchodným menom sa teda rozumie slovné označenie, pod ktorým podnikateľ vykonáva podnikateľskú činnosť a ktorým sa zároveň odlišuje od iných podnikateľov. Obchodné meno je dôležitou súčasťou podnikania a tvorí základný predpoklad možnosti podieľať sa na obchodovaní ako plnoprávny subjekt podnikateľskej komunity.

Majiteľ obchodného mena má právo, ale predovšetkým povinnosť vykonávať všetku svoju obchodnú činnosť výhradne pod svojím obchodným menom, označovať ním svoje prevádzky a uvádzať ho na všetkých písomnostiach, dokumentácii, výrobkoch a obaloch. OM je vždy spojené s právnou subjektivitou označovaného subjektu, t. j. vzniká a zaniká spolu s ním. Je to významný individualizujúci znak, ktorý nesmie tretia osoba ani používať, ani zneužívať.

Obchodné meno musí dostatočne odlišovať svojho majiteľa od iných podnikateľov, čím mu zaručuje jasnú identifikovateľnosť na trhu a stáva sa jeho „visačkou“, t.j. plní predovšetkým funkciu rozlišovania podnikateľov, najmä tých, ktorí vykonávajú rovnakú alebo obdobnú činnosť, ale aj medzi právnymi subjektmi ako takými. OM sa spája s platnosťou právnych úkonov, netreba si ho zamieňať s ochranou známkou, ktorá sa spája s výrobkami a službami OM je základným atribútom podnikateľa. Súčasné tvrdé podmienky trhu si vyžadujú sprísnenie podmienok nezameniteľnosti, požiadavka rozdielneho sídla, právnej formy, alebo okruhu podnikateľských aktivít už nepostačujú. OM nesmie byť zameniteľné nielen vizuálne, ale aj foneticky, prípadne iným spôsobom umožňujúcim zameniteľnosť v hospodárskej súťaži.⁸

Príklad - na odlíšenie obchodného mena právnickej osoby nestačí rozdielne označenie právnej formy, t.z. nemôžu existovať dve firmy OBKLADY s.r.o a OBKLADY a.s. Ak ide o živnostníkov, stačí na odlíšenie uvedenie iného miesta podnikania. Ak má živnostník – fyzická osoba - rovnaké meno a priezvisko ako iný podnikateľ v tom istom mieste podnikania, je povinná doplniť svoje obchodné meno uvedením dodatku, ktorý sa týka mena alebo druhu podnikania tak, aby sa obchodné mená dali vzájomne odlíšiť.⁹

⁷ Verlag Dashöfer.: Právo obchodných mien, Hospodárske noviny, roč.10, č. 154, s. 19, ISSN 1335-4701

⁸ MORAVČÍKOVÁ, A. Dôležité zmeny v úprave obchodného mena, Ekonomický a právny poradca podnikateľa, 2003, č. 9, s.108 -114, ISSN 1335-0714

⁹ Böhm-Klein, K. Ako si vybrať názov firmy. Publikované 18.5.2007. [citované 28.08.2007] Dostupné z <<http://www.uspesne-podnikanie.sk/ako-si-vybrat-nazov-firmy>>

Základnými **znakmi** obchodného mena teda sú:¹⁰

1. jeho spätosť s určitým podnikateľským subjektom,
2. časová neobmedzenosť trvania práva k obchodnému menu,
3. výlučnosť práva voči ostatným osobám,
4. rozlišovacia schopnosť.

Z hľadiska tvorby obchodného mena možno rozlišovať obchodné mená:

1. osobné (meno, priezvisko),
2. vecné (odvodené od predmetu podnikania),
3. fantazijné (vymyslené),
4. kombinované.

Obchodné meno, ktoré je zavedené a známe, tvorí veľmi významnú nehmotnú zložku podniku, možno ho oceniť v peniazoch a jeho hodnota sa zahŕňa do aktív podniku v rámci dobrej povesti (goodwillu) podniku. V praxi treba rozlišovať obchodné mená fyzických a právnických osôb. OM fyzickej osoby je jej meno a priezvisko. V prípade, že sa táto osoba rozhodne používať ako súčasť svojho OM dodatok, môže tak učiniť takou formou, že dodatok bude charakterizovať osobu podnikateľa alebo druh jeho podnikania. takto zapísaný dodatok sa stáva súčasťou OM fyzickej osoby. Ide o zákonom dovolené dodatky k obchodnému menu. Pri OM fyzickej osoby je jasne formulovaná požiadavka na súvis OM fyzickej osoby s osobu podnikateľa alebo druhom podnikania a zároveň takáto súčasť mena nesmie vyvolať klamlivú predstavu o podnikateľovi alebo predmete podnikania.

Obchodný zákonník upravuje aj prípadné zmeny mena a priezviska fyzickej osoby. Podnikateľ – fyzická osoba v prípade, ak zmení svoje meno, môže v obchodnom mene používať skoršie meno s dodatkom obsahujúcim nové meno. Pri prevode podniku fyzickej osoby nadobúdateľ môže používať pôvodné obchodné meno s dodatkom označujúcim nástupníctvo a meno nástupcu.

OM právnickej osoby je názov, pod ktorým je zapísaná v obchodnom registri, resp. pod ktorým bola zriadená. OM právnickej osoby sa skladá z kmeňa, teda vlastného názvu subjektu, a dodatku, označujúceho právnu formu tohto subjektu, ktorý je obligatórnou súčasťou OM právnických osôb. Spôsob zápisu dodatku a jeho formu určujú ustanovenia Obchodného zákonníka o obchodných spoločnostiach a družstve. Ide o zákonom ustanovené dodatky, ktoré spolu so slovným označením obchodného mena tvoria jeden celok. S účinnosťou od 1.1.2002 je potrebné uvádzať aj povinný dodatok označujúci právny stav spoločnosti, a to predovšetkým skutočnosť, že je v likvidácii, v konkurze, alebo vo vyrovnaní.¹¹

¹⁰ Verlag Dashöfer.: Právo obchodných mien, Hospodárske noviny, roč.10, č. 154, s. 19, ISSN 1335-4701

¹¹ MORAVČÍKOVÁ, A. Dôležité zmeny v úprave obchodného mena, Ekonomický a právny poradca podnikateľa, 2003, č. 9, s.108 -114, ISSN 1335-0714

No na odlišenie podniku právnickej osoby však rozdielny dodatok nestačí. Vid' príklad vyššie. Pri vytváraní obchodných mien právnických osôb je právna úprava voľnejšia ako u fyzických osôb. Zákon však presne stanovuje, čo môže byť dodatkom k obchodnému menu. V každom prípade sa však musí v praxi pri uvádzaní obchodného mena používať presne také slovné znenie, aké je zapísané v obchodnom registri.¹²

Podobne ako pri OZ-kach plní aj obchodné meno niekoľko funkcií. Individualizačná funkcia, ktorá je základným pojmovým znakom inštitútu OM a pramení zo samotnej podstaty predmetu práva, vychádza z toho, že ide o názov určitého hospodárskeho subjektu, pod ktorým vykonáva svoju podnikateľskú činnosť, pri ktorej je vo vzťahu i iným subjektom týmto názvom individualizovaný a rozlíšený. S rozlišovacou funkciou je vnútorné spojená aj ochranná funkcia obchodného mena.

Obchodné meno plní zároveň garančnú a propagačnú funkciu. Ako označenie určené na použitie v podnikateľskej činnosti sa v priamej závislosti od akosti tovaru dostáva do povedomia spotrebiteľom a odberateľom a vyvoláva jeho prostredníctvom vo verejnosti predstavu o vlastnostiach samotného subjektu. rozsah a intenzita použitia vhodne vybraného obchodného mena v spojení s kvalitnou výrobou získava stály okruh zákazníkov, zaručuje odbyť, a tým aj obchodné meno prispieva k vytváraniu súťažného postavenia voči ostatným súťažiacim.¹³

Z uvedených definícií a skutočností týkajúcich sa ochranných známk a obchodných mien vyplýva, že majú veľa spoločných rysov, ktoré pramenia z ich zákonných úprav. Často dochádza k prípadom, keď si jednotlivé firmy vyberú rovnaké obchodné meno ako svoju ochrannú známku. V prípade, že OZ neobsahuje žiadny alebo iný grafický prvok a je len slovná, môže byť aj totožná s obchodným menom danej spoločnosti. Pokiaľ si nový podnik vyberá svoju OZ-ku, ktorou bude v budúcnosti označovať tovaru alebo poskytovanie služby, odporúča sa použiť celé slovné označenie svojho obchodného mena alebo aspoň jeho významnú časť na jednoduchšiu orientáciu a pochopiteľne na zdôraznenie obchodného mena.

1.3. Rozdiely medzi obchodným menom a ochrannou známkou

Podobne ako majú k sebe ochranné známky a obchodné meno blízko, tak sa v niektorých veciach diametrálne odlišujú. Ide nielen o ich registračný a evidenčný systém, ale aj o spôsob ochrany. Ochrana známku je možné získať je registráciou alebo v niektorých krajinách aj jej samotným používaním. Hoci je

¹² VERLAG DASHÖFER .: Právo obchodných mien, Hospodárske noviny, roč.10, č. 154, s. 19, ISSN 1335-4701

¹³ PAULÍČKOVÁ, A.: Ochranné známky, obchodné mená a ich ochrana, Hospodárske noviny, roč. 9, č. 85, s. 23, ISSN 1335-4701

možné získať ochranu OZ-mok aj používaním, odporúča sa ich registrácia podaním prihlášky na národnom známkovom úrade.

Ďalším rozdielom je ochranná doba. Pokiaľ je ochranná známka správne používaná, môže mať časové neobmedzenú právnu ochranu. Ak však nie je používaná správne, môže dôjsť k jej znehodnoteniu a obecnému rozšíreniu, čím dôjde k strate jej právnej ochrany. Ochranná doba zápisu OZ je všeobecne 10 rokov od podania prihlášky úradu, s možnosťou obnovenia účinkov práv vždy na ďalších 10 rokov (neobmedzene). Ak nepožiadajú majiteľ OZ o obnovu zápisu do 10 rokov od podania prihlášky, ani v lehote nasledujúcich šiestich mesiacov po uplynutí ochrannej doby, jeho právo zaniká. Okrem tohto prípadu môže ochranná známka zaniknúť:¹⁴

- uplynutím ochrannej doby, ak nebola žiadosť o obnovu zápisu podaná včas,
- dňom doručenia vyhlásenia majiteľa ochrannej známky úradu, že sa svojho práva na ochrannú známku vzdáva; toto vyhlásenie nemá právne účinky, ak tomu bránia práva tretích osôb,
- zánikom právnej subjektivity majiteľa ochrannej známky, ak právo na ochrannú známku nebolo prevedené alebo neprešlo na nového majiteľa,
- výmazom ochrannej známky z registra úradom podľa 16 a 17.
- Ochranná známka, na ktorej viazu práva tretích osôb, zanikne podľa odseku 1 písm. b) dňom, keď majiteľ ochrannej známky doloží zánik týchto práv, prípadne doloží súhlas oprávnených osôb so zánikom ochrannej známky.
- Zánik ochrannej známky zapíše úrad do registra.

Zatiaľ čo doba ochrany OM je časovo neobmedzená a je spojená s existenciou podnikateľského subjektu, ktorý ho oprávnené užíva.

Rozdiely možno vidieť aj prípadne neoprávneného používania. V prípade neoprávneného používania OM má oprávnený subjekt právo na všetky prostriedky ochrany v zmysle § 12 Obchodného zákonníka. Ide vlastne o generálnu klauzulu ochrany obchodných mien, ktorá má charakter široko koncipovanej všeobecnej skutkovej podstaty zahŕňajúcej v sebe najrozličnejšie protizákonné zásahy do obchodného mena. Sankcie, ktoré toto ustanovenie ukladá neoprávnenému užívateľovi obchodného mena, sú:¹⁵

1. preventívneho charakteru – upustenie od protiprávneho konania a odstránenie protiprávneho stavu,
2. satisfakčného charakteru – satisfakcia sa môže poskytnúť aj vo forme peňažného plnenia, prípadne vo forme uverejnenia rozsudku v masovokomunikačných prostriedkoch ako osobitného práva oprávneného subjektu,

¹⁴ Zákon č.55/1997 Z.z. o ochranných známkach

¹⁵ VERLAG DASHÖFER.: Právo obchodných mien, Hospodárske noviny, roč.10, č. 154, s. 19, ISSN 1335-4701

3. reparačného charakteru – uplatňuje sa v prípade, že protiprávnym konaním vznikla oprávnenému užívateľovi obchodného mena škoda.

V prípade neoprávneného používania ochrannej známky sa môže jej vlastník domáhať na súde, aby sa rušiteľ zdržal protiprávneho konania a odstránil ochrannú známku z jeho výrobkov. Ďalej je možné požadovať primerané zadost'učinenie, a to i v peniazoch, náhradu škody a vydanie bezdôvodného obohacovania. Okrem toho má vlastník ochrannej známy právo od súdu požadovať, aby súd nariadil porušovateľovi ochranných známk, aby stiahol z trhu a zničil všetky výrobky, výrobou ktorých alebo ich uvedením na trh alebo skladovaním ktorých by prišlo k porušeniu alebo ohrozeniu jeho práv.

Záver

Ochranná známka a obchodné meno sú dôležité atribúty, ktoré zohrávajú dôležitú úlohu v dnešnom úspešnom podnikaní. No je potrebné si uvedomiť zásadný rozdiel medzi týmito dvoma právami, ktoré spadajú svojim charakterom do skupiny priemyselných práv na označenie. Význam a samotný rozdiel medzi týmito dvoma právami som sa snažil poukázať v predajúcich častiach tohto príspevku.

Tak ako má svoj význam samotné obchodné meno, má ho aj ochranná známka, a aj z tohto dôvodu, by nemali absentovať u žiadneho úspešného podnikateľa, ktorý sa chce presadiť v súčasnej dobe. Vlastníctvo týchto práv a následná starostlivosť o ne, resp. ochrana tým správaným spôsobom sú predpokladom toho, aby financie do ich vlastníctva majiteľ mohol časom oceniť a efektívne využiť vo svoj prospech.

Kľúčové slová

Ochranná známka, registrácia ochannej známky, práva ochrannej známky, obchodné meno, znaky obchodného mena, funkcie ochrannej známky a obchodného mena

Použitá literatúra

1. PAULIČKOVÁ, A.: Ochranné známky, obchodné mená a ich ochrana. Hospodárske noviny. roč. 9. č. 85. s. 23. ISSN 1335-4701
2. MALÝ. J.: Obchod nehmotnými statky. Praha: C.H. Beck. 2002. 257 s. ISBN 80-7179-320-5
3. JAŠKO, J.: Ochranné známky. [online] Publikované 2006. [citované 28.08.2007] Dostupné z <<http://www.dashofer.sk/?product=ONGOZ>>
4. Zákon č.55/1997 Z.z. o ochranných známkach
5. Obchodný zákonník č. 513/1991 Zb. z 5. novembra 1991
6. MORAVČÍKOVÁ, A. Dôležité zmeny v úprave obchodného mena. Ekonomický a právny poradca podnikateľa. 2003. č. 9. s.108 -114. ISSN 1335-0714

7. VERLAG DASHÖFER.: Právo obchodných mien. Hospodárske noviny. roč.10. č. 154. s. 19. ISSN 1335-4701
8. Böhm-Klein, K. Ako si vybrať názov firmy. Publikované 18.5.2007. [citované 28.08.2007] Dostupné z <<http://www.uspesne-podnikanie.sk/ako-si-vybrat-nazov-firmy>>
9. Vytvoríme si ochrannú známku. [citované 28.08.2007] Dostupné z <<http://www.upv.sk/>>

Summary

Trademark and commercial (or business) name belong to the unit of industrial rights for identification. Both of these rights perform a significant function in the contemporary business enterprise of individual business subjects. This fact was the reason for me to pay attention to these two rights, to try to define briefly their importance and to show also their different functions and tasks and by this way to eliminate the assumptions that registration of business (or commercial) name in the Commercial register automatically protects also the trademark.

Adresa autora

Ing. Martin Križan
Katedra Podnikovohospodárska
Fakulta Podnikového manažmentu
Ekonomická univerzita v Bratislave
Dolnozemska cesta 1/a,
Slovensko
Tel.: +0421908 381 562
E-mail: krizanmartin@zoznam.sk