

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA PRÁVA

Obchodní firma a její ochrana

Commercial Company and its Protection

Student: Bc. Kristýna Švecová

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Damian Czudek

Ostrava 2013

Zadání diplomové práce

Student: **Bc. Kristýna Švecová**
Studijní program: N6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6208T011 Ekonomika a právo v podnikání
Téma: **Obchodní firma a její ochrana**
Commercial Company and its Protection

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Obchodní firma
 3. Právní ochrana obchodní firmy
 4. Obchodní firma na internetu a její případné zneužití
 5. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků diplomové práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

- ČERNÁ, Stanislava aj. *Sbírka příkladů z obchodního práva*. 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011, 412 s. ISBN 978-807-3575-946.
DEVÁTÝ, Stanislav a Petr TOMAN. *Ochrana dobré pověsti a názvu právnických osob*. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2001. 199 s. ISBN 80-720-1297-5.
MACEK, Jiří. *Rozhodnutí ve věcech obchodní firmy a nekalé soutěže*. II. díl. Praha: C. H. Beck, 2011. 594 s. ISBN 978-807-4004-100.

Formální náležitosti a rozsah diplomové práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí diplomové práce: **Mgr. Damian Czudek**

Datum zadání: 23.11.2012

Datum odevzdání: 26.04.2013



JUDr. Bohuslav Halfar
vedoucí katedry

prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

„Prohlašuji, že jsem celou diplomovou práci vypracovala samostatně a uvedla jsem veškerou
použitou literaturu a další prameny.“

V Ostravě dne 26. 4. 2013

..... Švecová

Bc. Kristýna Švecová

Poděkování

Ráda bych poděkovala Mgr. Damianovi Czudkovi za odborné vedení při psaní diplomové práce, za trpělivost, rady, připomínky a čas, který mi věnoval. Poděkování patří také celé mé rodině za velkou trpělivost a značnou podporu v průběhu celého mého studia.

Obsah

1 Úvod.....	6
2 Obchodní firma	8
2.1 Práva na označení.....	8
2.1.1 Systém práv na označení	8
2.1.2 Vývoj práv na označení.....	8
2.2 Firemní právo	10
2.2.1 Nehmotné statky.....	10
2.2.2 Systém práv průmyslového vlastnictví	12
2.3 Pojem obchodní firma	13
2.3.1 Funkce obchodní firmy	13
2.3.2 Zápis obchodní firmy	15
2.3.3 Užívání obchodní firmy	15
2.4 Převod a přechod a změna obchodní firmy	16
2.5 Zásady obchodní firmy.....	18
2.5.1 Zásada firemní povinnosti	18
2.5.2 Zásada legality.....	19
2.5.3 Zásada nezaměnitelnosti (výlučnosti, výhradnosti)	19
2.5.4 Zásada zákazu klamavosti	20
2.5.5 Zásada pravdivosti a přiměřenosti.....	21
2.5.6 Zásada jasnosti	22
2.5.7 Zásada jednotnosti.....	22
2.5.8 Zásada nedělitelnosti	23
2.5.9 Princip firemní volnosti a vázanosti.....	23
2.6 Tvorba obchodní firmy.....	24
2.6.1 Struktura obchodní firmy	24
2.6.2 Dodatky označující právní formu.....	26

3 Právní ochrana obchodní firmy	27
3.1 Formální a neformální ochrana obchodní firmy	28
3.2 Neoprávněné užívání obchodní firmy	28
3.2.1 Užívání zkreslené či zkomolené obchodní firmy	29
3.3 Absolutní ochrana obchodní firmy	30
3.3.1 Aktivně a pasivně legitimované osoby	31
3.4 Relativní ochrana obchodní firmy	32
3.4.1 Aktivně a pasivně legitimované osoby	33
3.5 Generální klauzule nekalé soutěže	35
3.5.1 Zvláštní skutkové podstaty nekalé soutěže	38
3.5.2 Funkce generální klauzule	43
3.6 Právní prostředky ochrany obchodní firmy	44
3.6.1 Žaloba na zdržení se protiprávního jednání	45
3.6.2 Žaloba na odstranění protiprávního stavu	45
3.6.3 Žaloba na přiměřené zadostiučinění	46
3.6.4 Žaloba na náhradu škody	46
3.6.5 Žaloba na vydání bezdůvodného obohacení	47
3.6.6 Uveřejnění rozsudku	47
4 Obchodní firma na internetu a její případné zneužití	48
4.1 Prostředí Internetu	48
4.1.1 Aplikovatelnost práva na Internetu	49
4.2 Obchodní firma jako doménové jméno	51
4.2.1 Co představuje doménové jméno	52
4.2.2 Vytváření doménového jména	53
4.2.3 Struktura doménového jména	53
4.2.4 Registrace doménového jména	54
4.2.5 Nové typy doménových jmen	56

4.2.6 Funkce doménového jména.....	57
4.3 Doménové právo v ČR.....	59
4.4 Zneužití obchodní firmy na internetu.....	60
4.4.1 Cybersquatting.....	62
4.5 Regulace doménového jména.....	64
5 Závěr.....	66
Seznam použité literatury a pramenů.....	69
Seznam zkratek.....	74

1 Úvod

Obchodní firma je charakteristickým znakem každého podnikatele zapsaného do obchodního rejstříku a významný institut obchodního práva. Pojem firma se stal velmi rozšířeným a používaným, avšak jeho správný význam se postupem času, dalo by se říct, zdeformoval. Správný význam obchodní firmy je název, pod kterým je podnikatel zapsaný v obchodním rejstříku a pod kterým vystupuje v obchodních vztazích. Dnes si většina lidí myslí, že firma znamená podnik čili přímo obchodní společnost a nikoli její název. Dříve se používal o něco jasnější pojem obchodní jméno.

Institut obchodní firmy patří do méně prozkoumaných oblastí obchodního práva, i přesto, že dotýká nejen podnikatelů, ale i dalších subjektů obchodněprávních vztahů (především spotřebitelů). Její význam by se neměl podceňovat, má totiž nezastupitelné místo v rámci prezentace podnikatele navenek vůči třetím osobám.

Ochrana obchodní firmy je vázána na dobu existence podnikatele. Jsou chráněny oba skladebné prvky, které tvoří obchodní firmu, tedy kmen i dodatek. Firma každého podnikatele chráněna od okamžiku, kdy firma vzniká a tímto okamžikem je zápis firmy do obchodního rejstříku. Obchodní zákoník rozděluje ochranu obchodní firmy na absolutní a relativní. Po neoprávněném zásahu do práv k obchodní firmě má dotčený podnikatel právu uplatnit jeden nebo i více právních prostředků ochrany poskytované zákonem

Internet a jeho prostředí je aktuální problematikou celosvětového hospodářství. Na internetu se vytvořila elektronická hospodářská soutěž. Doménová jména jsou takovými průvodci v tomto prostředí a obchodní firma ve formě doménového jména je více než častým jevem. V rámci webových stránek podnikatel nejen, že prezentuje svou společnost, ale i rovnou nabízí své zboží či služby.

Cílem této diplomové práce je zanalyzovat dosavadní právní úpravu ochrany obchodní firmy zejména v obchodním zákoníku a zjistit, zda je tato ochrana dostatečná, a to i v internetovém prostředí. Metody, které jsou v této práci využity, jsou převážně analýza, pak syntéza a na závěr dedukce.

První část této diplomové práce se tedy měla zabývat podstatou obchodní firmy, její tvorbou, funkcemi a zásadami, kterými se má řídit. Dále by měla popsat, jak funguje její převod

a užívání. Druhá část bude věnována právní ochraně obchodní firmy, která má v českém právním řádu dlouholetou tradici. Stěžejní ochrana obchodní firmy je obsažena v obchodním zákoníku, ale nepřímo ji obsahují i některé další právní předpisy. V rámci obchodního zákoníku bude popsána ochrana obchodní firmy jak absolutní tak relativní. Dále také vysvětlí generální klauzuli nekalé soutěže a vyjmenuje skutkové podstaty nekalosoutěžního jednání. Konečně třetí část této práce bude věnována internetovému prostředí a postavení obchodní firmy v tomto prostředí jako doménového jména. Doménová jména na internetu jsou zajímavou a aktuální součástí hospodářské soutěže. Třetí kapitola také nastíní jak je obchodní firma v rámci doménového jména vystavována nekalosoutěžnímu jednání ostatních soutěžitelů a potřebuje tak adekvátní ochranu.

2 Obchodní firma

2.1 Práva na označení

Práva na označení jsou součástí tzv. průmyslových práv, která upravují jako svůj předmět statky duševního vlastnictví. Typickým znakem těchto práv je, že svůj vznik a povahu výlučnosti zakládají na státní autoritě. Znamená to tedy, že vznik případně zánik tohoto práva závisí na rozhodnutí státního orgánu, který je k tomu určený. Takové rozhodnutí je i podmínkou právní ochrany, kterou dostane subjekt. Subjekt, jehož právo bylo tímto rozhodnutím založeno, když nějaká třetí osoba zasáhne do jeho nerušeného výkonu.¹

2.1.1 Systém práv na označení

Práva na označení jako obchodní práva průmyslového vlastnictví:

- Firemní právo (obchodní firma).
- Známkové právo (ochranné známky).
- Právo označení původu výrobků (označení původu a zeměpisná označení výrobku).

Označování podniků, výrobků a služeb je významným praktickým prostředkem k dosažení výhodnějšího postavení výrobce a jeho výrobků či služeb v hospodářské soutěži, a to jak na tuzemském, tak na mezinárodním trhu. *Název podniku* (organizace či obchodní společnosti), ochranná známka a označení původu napomáhají nejen ke zvyšování efektivnosti prodeje, ale i konkurenceschopnosti a také goodwillu podnikatelského subjektu. Tyto instituty, které jsou známé dlouhodobě a mnoha generacemi prověřené, se ve všech vyspělých zemích světa staly jedním z nástrojů obchodní politiky a výrazně přispívají k plnění hospodářských cílů.²

2.1.2 Vývoj práv na označení

Označení výrobce či podniku a výrobku nebo služby, která od tohoto výrobce nebo z tohoto podniku pochází, nikdy nebylo samoučelné. Vždy se spojovalo s obchodní či podnikatelskou činností. Kdokoli, kdo vyráběl nebo poskytoval službu, označil nějakým způsobem svůj

¹ MUNKOVÁ, Jindřiška. *Ochranné známky, další práva na označení a hospodářská soutěž*. 1.vyd. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2000. s. 7. ISBN 80-85100-95-9.

² LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Práva na označení: Obchodní jméno, ochranné známky, označení původu výrobku*. 1.vyd. Praha: Orac, 1997, s. 9. ISBN 80-901-9383-8.

podnik i výrobek, který z něho pocházel. Takovéto obchodní označení se i v nejširším slova smyslu stalo prostředkem pro individualizaci výrobce a identifikaci výrobku a zároveň také částečně určovalo jejich postavení na trhu a v hospodářské soutěži s jinými subjekty, kteří vyráběli stejné nebo podobné zboží či poskytovali stejné nebo podobné služby. Takovou základní funkci má obchodní označení dodnes.³

Není známo, kdo se na tomto poli stal prvním průkopníkem. Podle archeologických nálezů se takové označování objevilo již ve starém Egyptě. Někteří autoři se pouští ještě do vzdálenější minulosti, ale teprve až v době historické nabývá na právním významu i určité právní úpravy. Úprava se pak dále odvíjí od obyčejového práva až po dnešní právo psané. Postupem času se z práva na označení výrobku či služby jako práva nehmotného stal i statek natolik „hmotný“ a hodnotný, že při posuzování majetku podniku, ke kterému je vázán, mnohdy sám o sobě dosahuje přinejmenším stejné hodnoty a možná i přesahuje jeho hmotný podklad. Také mohl být, a i velmi často je, předmětem obchodněprávních vztahů, např. v licenčních smlouvách. Od druhé poloviny 20. století bylo následkem rozvoje výroby, diverzifikací výrobků a hlavně významného rozvoje mezinárodních obchodních vztahů, že dosavadní zásady právní ochrany těchto práv na označení se ustanovily jak v národních právních úpravách, tak i mezinárodně. V minulosti i přítomnosti bylo příznačné, že jednotlivá průmyslová práva vznikala jednotlivě tak, jak jich v praxi bylo potřeba. Odpovídá tomu také jejich právní úprava v dílčích právních předpisech. Toto určité oddělení bylo příčinou toho, že vždy nebyly do důsledku provázány tyto normy s jinými právními předpisy, ať už přímo nebo nepřímo souvisejícími.⁴

³ MUNKOVÁ, Jindřiška. *Ochranné známky, další práva na označení a hospodářská soutěž*. 1.vyd. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2000. s. 12. ISBN 80-85100-95-9.

⁴ MUNKOVÁ, Jindřiška. *Ochranné známky, další práva na označení a hospodářská soutěž*. 1.vyd. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2000. s. 12. ISBN 80-85100-95-9.

2.2 Firemní právo

Firemní právo je pododvětvím práva obchodního. Jde o relativně samostatný soubor právních norem, které upravují právní vztahy související s tvorbou, užíváním, změnami a ochranou obchodní firmy a samozřejmě i vztahy s nimi spojené. Předpisy firemního práva jsou převážně soukromoprávního charakteru, mají ale i veřejnoprávní prvky.

V objektivním smyslu je firemní právo souhrn právních norem upravujících obchodní firmu. V obecné rovině jsou práva k obchodní firmě včetně následků jejich porušení obsaženy v §§ 8 - 12 ObchZ a ve speciální rovině jsou pak v příslušných ustanoveních ObchZ o firmách obchodních společností a družstva.

V subjektivním smyslu je firemní právo v pozitivním smyslu právo:

- užívat firmu, tj. činit pod firmou právní úkony (§ 8 odst. 1 ObchZ),
- podnikat pod dosavadní firmou (§ 11 odst. 1 ObchZ),
- nakládat s firmou v souvislosti s přechodem a převodem podniku (§ 11 ObchZ),
- absolutní ochrany firmy proti neoprávněnému užívání (§ 12 odst. 1 a 2 ObchZ)

Předmětem firemního práva je obchodní firma. Obchodní firma je dle obchodního zákoníku nehmotným statkem a právo k ní se řadí mezi tzv. práva průmyslového vlastnictví.

2.2.1 Nehmotné statky

Z odborného pohledu „nehmotný statek lze pojmově vymezit jako statek vytvářený konkrétním duševním obsahem, jehož objektivní výraz je způsobilý být předmětem společenských vztahů, aniž by bylo třeba jeho ztělesnění v hmotné podobě. Objektivní výraz umožňuje u nehmotných statků jejich smyslové vnímání (zpravidla zrakem či sluchem), stejně jako každý hmotný statek (tj. statek vyjádřený v objektivní hmotné podobě) je vnímatelný již hmatem.“ (Prof. dr. Karel Knap, Práva k nehmotným statkům, CODEX Praha 1994, str. 11).

Nehmotný statek se považuje za nehmotný předmět právních vztahů. Takové pojetí je širší než pojetí statku ve smyslu ekonomickém. V právním smyslu totiž nelze omezovat nehmotné statky jen na ty, které mají nějakou užitnou hodnotu. Ovšem ne všechny jsou předmětem práv. Jsou to jen ty, pro které vývoj společenských vztahů vytvořil podmínky pro jejich zvláštní

úpravu. Tento okruh nehmotných statků upravený právem není uzavřen a může se tak dále rozšiřovat.⁵

Povaha nehmotného statku má zvláštní charakteristické znaky, které ho značně odlišují od statku hmotného:

- Nehmotný statek je duševní povahy a jeho vnímání či užívání není závislé na hmotném základu. Z pohledu našeho práva nemusí být předměty duševního vlastnictví (když se mají stát předmětem právních nebo ekonomických vztahů) vyjádřeny jen ve hmotné podobě, ale stačí tzv. *efemérní (pomyslná) materializace*, když se tyto ideální předměty dají vnímat smysly.
- Nehmotný statek může být vnímán a užíván současně i následně neomezeným počtem subjektů kdykoli a kdekoli, a to bez újmy na jeho podstatě, tj. nespotřebovává se, anebo na jeho funkci, což znamená, že užíváním se jeho kvalita nesnižuje. Jeho užití je tedy nezávislé na čase a místě. Tento znak se dle Aloise Trollera nazývá *potencionální ubikvita* (možná přítomnost na více místech najednou).
- Převod práva k nehmotnému statku je většinou zcela vyloučen nebo alespoň omezen, případně vázán zvláštními podmínkami. Naprosto vyloučen je kupříkladu u veškerých osobnostních práv k nehmotným statkům.⁶

V oblasti práva k nehmotným statkům (duševního vlastnictví) také platí několik zásad:

- Vše se týká jen území tohoto státu, kde daná právní norma je v platnosti (územní platnost).
- Průmyslové právo a tím spíš právo duševního vlastnictví není exaktní věda, na každý nejednoznačný problém mohou mít různí specialisté různý názor. Odhadnout předem, jak dopadne spor s Úřadem průmyslového vlastnictví či soudní jednání v takových případech nelze. Jakýkoli spor je vždy nákladný a dlouhodobý a proto je nutno se vždy snažit o smír téměř za každou cenu.
- Jednou vyřčené slovo již nelze vzít zpět a negativní informace má stejnou hodnotu jako informace pozitivní.⁷

⁵ DEVÁTÝ, Stanislav a Petr TOMAN. *Ochrana dobré pověsti a názvu právnických osob*. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2001, s. 17. ISBN 80-720-1297-5.

⁶ LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Práva na označení: Obchodní jméno, ochranné známky, označení původu výrobku*. 1. vyd. Praha: Orac, 1997, s. 8. ISBN 80-901-9383-8.

2.2.2 Systém práv průmyslového vlastnictví

Ochrana práv průmyslového vlastnictví v České republice se opírá o ustanovení článku 34 Listiny práv a svobod, podle níž práva k výsledkům tvůrčí duševní činnosti jsou chráněna zákonem. Systém práv průmyslového vlastnictví se dá uspořádat a třídit různých hledisek. Například hledisko způsobu právní ochrany jednotlivých předmětů s přihlédnutím k účelu jejich hospodářského využití. Vychází-li se ze zvláštních právních předpisů upravujících tuto oblast, rozdělíme průmyslová práva do tří hlavních oblastí se společnými charakteristikami povahy na práva k výsledkům tvůrčí činnosti, práva na označení a jiná průmyslová práva.⁸

a) *Práva k výsledkům tvůrčí činnosti* se vztahují na ochranu:

- vynálezů podle zákona č. 527/1990 Sb.,
- biotechnologických vynálezů podle zákona č. 206/2000 Sb.,
- užitečných vzorů podle zákona č. 478/1992 Sb.,
- průmyslových vzorů podle zákona č. 207/2000 Sb.,
- topografie polovodičových výrobků podle zákona č. 529/1991Sb.,
- odrůd rostlin podle zákona č. 408/2000 Sb.,

b) *Práva na označení* jsou zahrnuta v právních předpisech obsahujících pravidla ochrany:

- **obchodní firmy** podle obchodního zákoníku (§ 8 – 12),
- ochranných známek podle zákona č. 441/2003 Sb.,
- označení původu zeměpisných označení podle zákona č.452/2001 Sb.,
- olympijských symbolik podle zákona č. 60/2000 Sb.,
- znaku a názvu Červený kříž podle zákona č. 452/2001 Sb.
- a některá zvláštní označení.

c) *Jiná práva průmyslového vlastnictví*, do nichž patří:

- obchodní tajemství upravené obchodním zákoníkem (§ 17 – 20, § 51),
- know-how dílčím způsobem upravené ObchZ v § 17,
- zlepšovací návrhy, upravené zákonem č. 527/1990 Sb. (§ 72 – 74)
- goodwill, na jehož ochranu lze použít ustanovení práva nekalosoutěžního (§ 48, 50 a ObchZ).

⁷ HOFBAUER, Karel. *Duševní vlastnictví: Práva k nehmotným statkům – patenty, ochranné známky, autorské právo*. 1.vyd. Ústí nad Labem: Univerzita Jana evangelisty Purkyně, Sociálně ekonomická fakulta, 1998. s. 4. ISBN 80-7044-208-5.

⁸ ELIÁŠ, Karel, Josef BEJČEK a Petr HAJN. *Kurs obchodního práva: obecná část: soutěžní právo*. 5. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007, s. 529. ISBN 978-807-1795-834.

2.3 Pojem obchodní firma

Termín obchodní firma definuje obchodní zákoník v § 8 odst. 1 jako název, pod kterým je podnikatel zapsán do obchodního rejstříku. V běžné mluvě se zvyklo pojem firma užívat nesprávným způsobem a v odlišném významu, kdy se firmou nahrazuje pojem subjekt, podnikatel či obchodní společnost⁹. V každodenním životě se s tímto mylným označením můžeme setkat například v televizních zprávách, v tištěných médiích či ve výukových hodinách na různých školách. V různých souvislostech se takového označení užívá nejen v běžné mluvě, ale i v odborných publikacích či dokonce v právní praxi. Například Velký akademický slovník cizích slov uvádí, že firma je za prvé „(zpravidla velký) podnik“ a teprve na druhém místě uprostřed textu „název podniku“. Tato situace určitě není žádoucí, naopak spíše může být matoucí. Přece jen právní předpisy obsahují dostatek pojmů s jednoznačnými významy a proto užívání pojmu firma v neodpovídajícím významu je poněkud zbytečné.

Dříve se užíval pojem obchodní jméno. Obchodním jménem byl ve smyslu obchodního zákoníku před 1. lednem 2001 název, pod kterým podnikatel činil právní úkony v rámci své podnikatelské činnosti. Úprava obchodního jména se nahradila úpravou obchodní firmy. Přičemž pojem obchodní firma je užší než pojem obchodní jméno, úprava obchodní firmy se totiž týká pouze podnikatelů, kteří jsou zapsáni do obchodního rejstříku. Pokud podnikatel, ať už právnická nebo fyzická osoba, není zapsán v obchodním rejstříku, úprava obchodní firmy se ho netýká. Samozřejmě obchodní zákoník stanoví i pro nezapsané podnikatele povinnost činit právní úkony výhradně pod svým jménem a příjmením v případě fyzické osoby a pod svým názvem v případě právnické osoby.¹⁰

2.3.1 Funkce obchodní firmy

Klíčovou funkcí obchodní firmy je bezesporu její funkce **individualizační a identifikační**. Tato nejvýznamnější funkce obchodní firmy má za úkol identifikovat určitý subjekt a poskytnout o něm základní informace. Jsou to informace zejména o osobě podnikatele, zda jde o fyzickou či právnickou osobu, jaká je její právní forma apod. Obchodní firma identifikuje a zároveň odlišuje jednoho podnikatele od druhého, umožňuje rozlišit jednu firmu od firmy jiné. Individualizační funkce je stanovená nejen vzhledem k ochraně materiálních

⁹ KOČÍ, Petr. *Co je to obchodní firma* ze dne 7. 3. 2005 [online]. Eadvokacie.cz [14. 2. 2013]. Dostupné z: <http://www.e-advokacie.cz/cz/clanky/obchodni-pravo/co-je-to-obchodni-firma-.html>

¹⁰SAGIT: *Obchodní jméno* ze dne 1. 5. 2004 [online]. Sagit.cz [14. 2. 2013]. Dostupné z: http://www.sagit.cz/pages/lexikonheslatxt.asp?cd=152&typ=r&levelid=ob_134a.html

a morálních zájmů samotných podnikatelů, ale taktéž vzhledem k zájmům spotřebitelů a odběratelů¹¹, kterým tak usnadňuje orientaci na trhu.

Další významnou funkcí, která souvisí s funkcí individualizační, je funkce **ochranná** (zápovědní). Tato funkce je vlastní všem průmyslovým právům¹². Princip ochrany spočívá v tom, že když je do obchodního rejstříku zapsaná obchodní firma konkrétního podnikatelského subjektu, nesmí jiný subjekt používat stejnou nebo podobnou firmu, která by se mohla vzbudit dojem záměny. Byl-li subjekt dotčen na svých právech neoprávněným užíváním firmy, může se proti neoprávněnému uživateli domáhat, aby se takového jednání zdržel a odstranil závadný stav dle § 12 ObchZ.

Obchodní firma plní i určitou funkci **propagační** neboli reklamní. Význam této funkce může být pozitivní, ale stejně tak i negativní. Každý člověk reaguje na určité jednání různě. U někoho může vzbudit zájem a sympatie, a u někoho naopak vzbudit nedůvěru a nechuť. Vyvoláváním různých představ a emocí u spotřebitelů může znamenat značnou konkurenční výhodu. Důležité je, aby si zákazníci firmu zapamatovali, ať už kladně nebo i záporně. Většinou ale propagace působí kladným dojmem.

S funkcí propagační také souvisí funkce **garanční** (záruční). Obchodní firma by měla zaručovat určitou úroveň kvality výrobků či služeb, které jsou např. stálé a ověřené, a tím vzbuzovat u zákazníků pocit jistoty a důvěry. Příkladem by mohly být podniky s dlouholetou tradicí či národně i mezinárodně významným renomé.

S obchodní firmou je také nerozlučně spjata **dobrá pověst podniku** (goodwill). Pojem dobrá pověst podniku zahrnuje nehmotné a samostatně nevyčíslitelné hodnoty, které jsou spojeny s určitým podnikatelským subjektem. Jedná se zejména o oblíbenost podniku, jeho produkci, o rozsáhlost a stálost podnikových kontaktů, o předpoklady pro odbyt zboží a služeb, o dosavadní klientele atp. Navenek takové hodnoty samostatně zpeněžitelné nejsou, ale promítají se výrazným poměrem do celkové hodnoty podniku. Tyto nehmotné hodnoty samy o sobě neprezentují žádný ucelený právní předmět, jenž by opravňoval řazení dobré

¹¹ LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Práva na označení: Obchodní jméno, ochranné známky, označení původu výrobku*. 1.vyd. Praha: Orac, 1997, s. 10. ISBN 80-901-9383-8.

¹² LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Práva na označení: Obchodní jméno, ochranné známky, označení původu výrobku*. 1.vyd. Praha: Orac, 1997, s. 11. ISBN 80-901-9383-8.

pověsti podniku do systému práv k nehmotným statkům, avšak je možné stíhat neoprávněné zásahy do goodwillu právnických osob právem nekalé soutěže.¹³

Obchodní firma má vedle právního významu i nezanedbatelný **význam ekonomický**. Díky ní se podnikatel dostává do podvědomí zákazníků, seznamuje s jeho kvalitními výrobky a službami, reprezentuje ho na trhu, získává stále zákazníky a tím i zaručuje odbyt. Prostě řečeno představuje podnikatele spotřebitelům a přispívá k upevnění pozic v hospodářské soutěži oproti dalším podnikatelům. Firma neexistuje sama o sobě, ale jen ve spojení s podnikem.¹⁴

Obchodní firma má v zásadě v obchodním právu význam jako:

- atribut právní subjektivity podnikatele,
- jeden ze základních pojmových znaků podnikání,
- ochranné označení, které je předmětem průmyslového vlastnictví,
- speciální typ nehmotného statku vyznačující osobnost podnikatele.¹⁵

2.3.2 Zápis obchodní firmy

Jako obchodní firmu podnikatele – právnické osoby zapíše rejstříkový soud vybraný firemní kmen a příslušný tvar obligatorního dodatku, případně s dalšími dodatky. Zápis se provádí na návrh zakladatelů právnických osob, které vznikly zápisem do obchodního rejstříku. Podnikatel je tímto povinen pod touto obchodní firmou konat právní úkony v takové podobě, v jaké byla zapsána včetně dodatků. Takový stav obchodní firmy, jak je zapsán v obchodním rejstříku, musí respektovat při označování podnikatele i ostatní podnikatelské subjekty.¹⁶

2.3.3 Užívání obchodní firmy

Právo k obchodní firmě má dvě složky – pozitivní a negativní. Pozitivní složkou tohoto práva je právo subjektu obchodní firmu *užívat* a nakládat s ní v mezích stanovených zákonem a negativní složkou je právo vyloučit ostatní z užívání shodného nebo zaměnitelného označení.¹⁷ Z obchodního zákoníku pro podnikatele vyplývá nejen právo užívat svou

¹³ KNAP, Karel. *Práva k nehmotným statkům*. 1.vyd. Praha: Codex, 1994, 245 s. ISBN 80-901-1853-4.

¹⁴ LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Práva na označení: Obchodní jméno, ochranné známky, označení původu výrobku*. 1.vyd. Praha: Orac, 1997, s. 11. ISBN 80-901-9383-8.

¹⁵ Tamtéž

¹⁶ FALDYNA a kol. *Obchodní právo*. 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2010, s. 30. ISBN 978-80-7357-577-9.

¹⁷ KNAP, Karel. *Práva k nehmotným statkům*. 1.vyd. Praha: Codex, 1994, 245 s. ISBN 80-901-1853-4.

obchodní firmu, ale i požadavek, aby svou obchodní firmu při obchodních jednáních uváděl přesně tak, jak je zapsána v obchodním rejstříku. Pokud však nejde o právní jednání, tj. jednání, ze kterých vznikají práva a povinnosti, může podnikatel použít i např. zkrácené formy své obchodní firmy, zkratky či naopak doplněk, který ho blíže specifikuje. Toto se může objevit např. při propagaci určitého výrobku v reklamních sloganech, kdy podnikatel nepoužije celou obchodní firmu, ale reklamu zaměří především na to, aby dostal svůj výrobek do povědomí celého trhu.¹⁸

Majitel obchodní firmy je povinen provozovat veškerou svou činnost pod tímto označením, umisťovat obchodní firmu na svých objektech, provozovnách apod., obchodních a jiných tiskopisech, písemnostech, prospektech, a když nemá vlastní ochrannou známku, také na výrobcích a službách, se kterými podniká. Obchodní firmou podnikatel označuje podnik jako celek, jak komplexně tak i v částech, s veškerou jeho činností a výsledky.¹⁹

2.4 Převod a přechod a změna obchodní firmy

Pravidla pro převod, přechod a změnu firmy jsou obsažena v § 11 ObchZ. Toto ustanovení se snaží skloubit dohromady možnost využití dosavadní dobré pověsti podniku a současně zabezpečit požadavek pravdivosti firmy.

Obchodní zákoník v § 11 stanoví, že fyzická či právnická osoba, která zdědí podnik, nebo jej nabude smlouvou a chce nadále podnikat pod dosavadní firmou, může tak činit pouze tehdy, má-li k tomu výslovný souhlas zůstavitele nebo dědiců, nebo právního předchůdce. Také je nezbytné, aby nabyvatel doplnil firmu o nástupnický dodatek. Ovšem záleží pouze na nabyvateli, zda chce pod touto firmou podnikat, není to jeho povinností. Zachování firmy je často velmi důležité, firma může nabývat dobré pověsti a tím značně přispívat k hodnotě nabytého podniku i dalšímu podnikání. Ovšem pokud by nový nabyvatel převzal pouze původní firmu bez úpravy, jeho jednání by bylo v rozporu se zásadou pravdivosti firmy, která patří mezi základní firemní zásady. Proto zákon stanoví povinnost přidání k firmě dodatek o nástupnictví. Možnost užívat původní firmu má nabyvatel v případě, že podnik zdědí či v případě jeho nabytí smlouvou. V §11 odst. 4 je výslovný zákaz pouhého převedení firmy bez současného převedení podniku. Toto je ovšem možné při převedení části podniku, bude-li podnikatel zbývající část provozovat pod jinou firmou nebo tato část zanikne likvidací.

¹⁸ LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Práva na označení: Obchodní jméno, ochranné známky, označení původu výrobku*. 1.vyd. Praha: Orac, 1997, s. 213. ISBN 80-901-9383-8.

¹⁹ Tamtéž.

Když si podnikatel fyzická osoba změní své jméno, může dál používat ve firmě své původní jméno, jen za předpokladu, kdy opět k firmě připojí dodatek obsahující nové jméno. Taková nejčastější změna bývá změnou jména při uzavření manželství.

U právnických osob je taková změna složitější. Firma právnické osoby přechází podle 3. odst. na nástupnickou právnickou osobu s podnikem, zaniká-li původní právnická osoba bez likvidace a nástupnická právnická osoba firmu převezme. Když má nástupnická právnická osoba jinou právní formu než původní, musí být změněn firemní dodatek o příslušné právní formě. Ustanovení odst. 5 upravuje situaci, kdy je součástí firmy právnické osoby jméno společníka nebo člena, který přestal být společníkem nebo členem. V tomto případě může právnická osoba dále užívat jeho jméno, ale pouze s jeho souhlasem. Pokud tento společník nebo člen zemře či zanikne, je k užívání jeho jména ve firmě vyžadován jeho předchozí souhlas anebo souhlas dědice či právního nástupce.

Ustanovení odst. 6 potom stanoví pravidla pro firmy podnikatelů příslušející ke stejnému koncernu. Tyto firmy sice mohou obsahovat shodné prvky, ale musejí obsahovat dodatek o příslušnosti ke koncernu a musejí být navzájem dostatečně rozlišitelné.

2.5 Zásady obchodní firmy

Ve svém znění obchodní zákoník přímo uvádí pouze dvě základní zásady - zásadu nezaměnitelnosti a zásadu zákazu klamavosti. Tyto zásady jsou shodně uvedeny v § 10 odst. 1 ObchZ, kde zákon stanoví fakt, že firma nesmí být zaměnitelná s firmou jiného podnikatele a nesmí působit klamavě. Ostatní zásady lze odvodit výkladem²⁰ jednak obecných ustanovení pojednávajících o obchodní firmě a také zvláštních ustanovení ObchZ (nekalá soutěž, obchodní společnosti) nebo dalších právních předpisů. Nutno poznamenat, že v některých případech nelze všechny následující zásady použít bez výjimky.

2.5.1 Zásada firemní povinnosti

Obchodní zákoník sice tuto zásadu výslovně neuvádí, avšak z § 8 odst. 1 ObchZ vyplývá povinnost podnikatelů zapsaných do obchodního rejstříku mít obchodní firmu. Ze samotného znění tohoto ustanovení lze dovodit, že podnikatel zapsaný do obchodního rejstříku činí veškeré právní úkony, které souvisí s jeho podnikáním, pod svou obchodní firmou. Tuto zásadu je také možné vyvodit z § 2 odst. 1 ObchZ, který vymezuje pojem podnikání a taktéž z ustanovení upravujících jednotlivé obchodní společnosti a družstva, resp. ustanovení vymezující obligatorní náležitosti zakladatelských dokumentů těchto právních subjektů. V neposlední řadě se výše uvedená zásada dá dedukovat i z žádosti o vydání živnostenského oprávnění, návrhu na zápis do obchodního rejstříku a z výpisu z obchodního rejstříku.²¹

Podnikatel není povinen užívat plné znění své obchodní firmy zapsané v obchodním rejstříku. Pokud ovšem činí právní úkony a pokud se jedná o obchodní listiny ve smyslu § 13a ObchZ, ve kterých je podnikatel povinen uvádět obchodní firmu v takovém stavu, v jakém je zapsán do obchodního rejstříku – např. objednávky, smlouvy, faktury, obchodní dopisy, údaje na internetových stránkách týkající se podniku. Podnikatel může používat zkratku obchodní firmy, a to třeba v rámci reklamy např. na plakátech, firemních kalendářích, dárkových předmětech (propisovací tužky, reklamní předměty), v inzerci apod. Takové zvláštní označení není chráněno firemním právem.

Například společnost Kalaš, Kaucký, Kůra, s.r.o., zapsaná do obchodního rejstříku, si podala ještě návrh na zápis zkratky své obchodní firmy do obchodního rejstříku ve znění „KKK,

²⁰ ELIÁŠ, Karel, Josef BEJČEK a Petr HAJN. *Kurs obchodního práva: obecná část: soutěžní právo*. 5. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007, s. 113. ISBN 978-807-1795-834.

²¹ LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Práva na označení: Obchodní jméno, ochranné známky, označení původu výrobku*. 1. vyd. Praha: Orac, 1997, s. 7. ISBN 80-901-9383-8.

s.r.o.“. Společníci zápis této zkratky považovali za praktický, např. pro telefonické hovory i pro snadnější zapamatování pro zákazníky. České právo ovšem dovoluje podnikat pouze pod jednou obchodní firmou (viz. zásada jednotnosti). Proto by soud měl tento návrh na zápis zkratky obchodní firmy zamítnout.²²

2.5.2 Zásada legality

Legalita (zákonnost) obchodní firmy znamená, že obchodní firma nesmí být tvořena a v právních úkonech užívána v rozporu se zákony ani jinými právními předpisy. Zákonné úpravě podléhá i převod a přechod firmy na třetí osobu. Kromě obchodního zákoníku, obchodní firma musí vyhovovat i dalším předpisům, příkladem předpisy z oblasti průmyslového vlastnictví (zákon o ochranných známkách, zákon o užitných vzorech, zákon o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích, zákon o ochraně práv k odrůdám, zákon o označení původu výrobků). Další skupinou právních předpisů, které musejí přijít v úvahu, jsou předpisy upravující činnost bank, pojišťoven, burz, investičních společností a fondů (např. zákon o bankách, zákon o kolektivním investování, zákon o podnikání na kapitálovém trhu, o komoditních burzách a další).²³ Firma ovšem nesmí narušovat ani obecnou mravnost, tzn., nesmí obsahovat slova vulgární, dvojsmyslná či různá fašistická označení (§ 3 ObčZ).

2.5.3 Zásada nezaměnitelnosti (výlučnosti, výhradnosti)

Zásada nezaměnitelnosti společně se zásadou zákazu klamavosti jsou přímo vyjádřeny v § 10 ObchZ, a tím pádem se dají považovat za hlavní a nejdůležitější zásady obchodní firmy. Zásada nezaměnitelnosti neboli výlučnosti je stanovena podmínkou, že obchodní firma jednoho podnikatele nesmí být zaměnitelná s obchodní firmou jiného podnikatele. K posílení zásady nezaměnitelnosti²⁴ obchodní firmy slouží také vyjádření zákona v § 10 odst.1 ObchZ ve druhé větě, že k odlišení firmy nestačí rozdílný dodatek označující právní formu.

²² ČERNÁ, Stanislava aj. *Sbírka příkladů z obchodního práva*. 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011, s. 34. ISBN 978-807-3575-946

²³ ELIÁŠ, Karel, Josef BEJČEK a Petr HAJN. *Kurs obchodního práva: obecná část: soutěžní právo*. 5. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007, s. 114. ISBN 978-807-1795-834.

²⁴ ELIÁŠ, Karel, Josef BEJČEK a Petr HAJN. *Kurs obchodního práva: obecná část: soutěžní právo*. 5. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007, s. 113. ISBN 978-807-1795-834.

Zaměnitelnost je nepřipustná na celém území České republiky a zaměnitelné nemohou být navzájem firmy jakýchkoli podnikatelů²⁵, ať už mají či nemají shodný předmět podnikání. Působnost zásady nezaměnitelnosti tedy není v dnešní době omezena teritoriálně (obec, kraj, atp.), ale ani časově, tzn., že po celou dobu působení obchodní firmy určitého subjektu nesmí nikdo jiný zaměnitelnou obchodní firmu používat a už vůbec si ji nechat zapsat do obchodního rejstříku.

Dle teorie by základním kritériem pro odlišení obchodních firem měla být odlišitelnost postřehnutelná zrakem i sluchem.²⁶ „V jednotlivých případech se musí přihlížet ke všem (důležitým) rozlišovacím okolnostem současně, tedy nejen k různému způsobu psaní, ale i k různému sluchovému vjemu (zvuku), neboť jak zvuk, tak i písmo jsou pro rozlišování firem podstatné.“²⁷ Povinnost firmu odlišit jak zrakově tak i sluchově ještě víc umocňuje ohled na nevidomé osoby, které obchodní firmu většinou rozeznávají pouze pomocí sluchu.

Soudy už mnohdy rozhodly, že zaměnitelnost se posuzuje podle *dojmu* průměrného zákazníka. Za zaměnitelné se považují nejen firmy zcela shodné, ale i podobné. Z judikatury²⁸ vyplývá, že jde - li o názvy, které se skládají z více prvků, i když stejného druhu, mají pro posouzení nezaměnitelnosti nejdůležitější význam takové prvky, které jsou určující pro celkový dojem, který utkví v paměti (průměrného či potencionálního zákazníka). Na těchto tzv. silných prvcích je obvykle založena zaměnitelnost obchodních firem. Ostatní rozlišující dodatky v obchodních firmách jsou tzv. slabými prvky, které nemají tak dostačující rozlišovací schopnost.

2.5.4 Zásada zákazu klamavosti

Harmonizační novelou obchodníku zákoníku č. 370/ 2000 Sb. s účinností od 1. 1. 2001, bylo doplněno ustanovení § 10 odst. 1 o další zásadu, a to zásadu zákazu klamavosti obchodní firmy. Zásada nezaměnitelnost je zde zdůrazněna tím, že obchodní firma také nesmí působit klamavě. Znamená to, že firma nesmí vyvolávat klamnou představu o podnikateli nebo jeho

²⁵ LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Práva na označení: Obchodní jméno, ochranné známky, označení původu výrobku*. 1.vyd. Praha: Orac, 1997, s. 12. ISBN 80-901-9383-8.

²⁶ LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Práva na označení: Obchodní jméno, ochranné známky, označení původu výrobku*. 1.vyd. Praha: Orac, 1997, s. 12. ISBN 80-901-9383-8.

²⁷ LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Obchodní firma a tvorba firemního kmene I. Právní rádce*. 2006, č. 12, s. 6. ISSN 1210-4817.

²⁸ Viz rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 23. 4. 1997, sp. zn. 3 Cmo 371/ 1995; rozsudek Nejvyššího soudu ČR ze dne 23. 4. 1997, sp. zn. 1 Odon 108/ 1997; rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 19. 4. 1999, sp. zn. 3 Cmo 52/ 1998; rozsudek Nejvyššího soudu ČR ze dne 26. 10. 2004, sp. zn. 32 Odo 840/ 2004

předmětu podnikání. Tato zásada se sice překrývá s právem nekalé soutěže, ale ochrana poskytovaná dle § 10 odst. 1 je absolutní a týká se tak všech vztahů, bez ohledu na to, jestli mají nebo nemají soutěžní povahu.²⁹ To je rozdíl vůči ochraně poskytované dle norem práva na ochranu nekalé soutěže, kterou je pouze ochrana relativní.

Požadavek zákazu klamavosti má zajistit, aby podnikatel při vytváření své obchodní firmy vyloučil klamavé prvky. V obchodní firmě fyzické osoby nesmějí být ke jménu podnikatele připojovány různé klamavé dodatky a v obchodní firmě právnické osoby nesmí klamavě působit obzvláště její firemní kmen. Touto zásadou má být chráněna zejména spotřebitelská veřejnost.

2.5.5 Zásada pravdivosti a přiměřenosti

Smyslem zásady pravdivosti a přiměřenosti je, že veškeré informace, které jsou uvedené v obchodní firmě, musí vycházet ze skutečného stavu, aby nevyvolaly klamavou představu o podnikateli či druhu podnikání. Obchodní firma nesmí obsahovat nic nepravdivého ale ani přehnaného, čím by mohla uvádět veřejnost v omyl. Požadavek pravdivosti a přiměřenosti se dá dohledat v úpravě nekalé soutěže (např. zákaz klamavé reklamy, klamavého označení zboží a služeb, vyvolání nebezpečí záměny), a potom také z obecných zásad obchodního zákoníku (např. zásada výkonu práv souladu v souladu s dobrými mravy či zásada poctivého obchodního styku).

Důraz na zásadu pravdivosti obchodní firmy je motivován snahou snížit riziko omylu veřejnosti o vlastnostech určitého podnikatele a jeho činnosti. Například geografická označení, kde firma naznačuje celostátní působnost podniku a přitom je podnik lokálního významu, anebo označení velkoobchod a přitom tomu rozsah podnikatelské činnosti vůbec neodpovídá.³⁰ Obdobně totéž platí pro různá oblíbená adjektiva jako třeba „první“ nebo „největší“. Ne každý klamavý údaj musí být nutně klamavý, např. údaj přehnaný tak, že o jeho přehnanosti nikdo nepochybuje. Určitá rozumná nadsázka se toleruje se zřetelem k reklamní hodnotě firmy.³¹ Nelze však veřejnost uvádět v omyl o podstatných vlastnostech podnikání nebo podnikatele.

²⁹ ELIÁŠ, Karel, Josef BEJČEK a Petr HAJN. *Kurs obchodního práva: obecná část: soutěžní právo*. 5. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007, s. 113. ISBN 978-807-1795-834.

³⁰ MUNKOVÁ, Jindřiška. *Ochranné známky, další práva na označení a hospodářská soutěž*. 1.vyd. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2000. s. 60. ISBN 80-85100-95-9.

³¹ ELIÁŠ, Karel, Josef BEJČEK a Petr HAJN. *Kurs obchodního práva: obecná část: soutěžní právo*. 5. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007, s. 109. ISBN 978-807-1795-834.

Zásada pravdivosti obchodní firmy vyjadřuje požadavek, aby z jejího obsahu bylo patrné, zda jde o osobu fyzickou nebo právnickou a jaká je právní forma této PO.³² Podstatný je tedy firemní kmen fyzických osob a dodatek osob právnických, který určuje jejich právní formu. Obchodní firma fyzických osob musí být tvořena jménem a příjmením tak, jak doopravdy zní (jak jsou zapsána v matrice). Tato jména nesmí být ve firmě zdobněována, zkracována, nesmí být užíváno přezdívky či pseudonymů. Problém však může vzniknout v případě, když podnikatel - fyzická osoba změni své příjmení nebo dokonce jméno i příjmení. Zákon totiž umožňuje, aby podnikatel, který si změni své jméno, užíval i nadále jméno původní, s dodatkem obsahujícím jméno nové (dle § 11 odst. 2 ObchZ).

2.5.6 Zásada jasnosti

Zásada jasnosti opět není výslovně uvedena v obchodním zákoníku, ovšem velmi úzce souvisí se zásadou pravdivosti a přiměřenosti a je potřeba ji brát v souvislosti s ostatními zásadami. Podstata zásady tkví v tom, že obchodní firma by neměla obsahovat nic nepřesného o podnikateli ani jeho podniku, co by mohlo „zatemnit“ podnikatele nebo předmět jeho podnikání a tím uvádět v omyl podnikatelskou i spotřebitelskou veřejnost.³³ Informace o konkrétním podnikateli by v obchodní firmě měly být vyjádřeny jasně, srozumitelně a současně způsobem, který nezakrývá pravý stav věcí. Stejně tak i informace, které se dostávají ke spotřebitelům a zákazníkům.

2.5.7 Zásada jednotnosti

Tato zásada obsahuje pravidlo, že podnikatel může mít v obchodním rejstříku zapsanou pouze jednu obchodní firmu. Podnikatel samozřejmě může svou činnost vykonávat v několika provozovnách, odštěpných závodech, apod. Provozovna však musí být označena obchodní firmou a podnikatel k ní může připojit název provozovny nebo jiné rozlišující označení. Provozuje-li činnost v odštěpném závodě, užívá svou obchodní firmu s dodatkem, že jde o odštěpný závod. Tento dodatek či jiné zvláštní označení nepožívají ochrany firemního práva, ale jsou chráněny právem o nekalé soutěži. Obchodní firma je názvem podnikatele, nikoli podniku. Do obchodního rejstříku se zapisují údaje o podnikatelích, nikoli o podniku.

³² LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Práva na označení: Obchodní jméno, ochranné známky, označení původu výrobku*. 1.vyd. Praha: Orac, 1997, s. 13. ISBN 80-901-9383-8.

³³ LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Základy obchodního práva*. 1.vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009, s. 28. ISBN 978-807-4180-446.

Jeden podnikatel může mít jenom jedinou firmu i pro více podniků, protože se stále jedná jenom o jeden právní subjekt.

Některé obchodní společnosti si nechávají zapsat do obchodního rejstříku zároveň také překlad své obchodní firmy do některého cizího jazyka, který používá ve svých zahraničněobchodních vztazích, místo české obchodní firmy. Taková situace ovšem není prolomením této zásady.³⁴

2.5.8 Zásada nedělitelnosti

Zásada nedělitelnosti firmy znamená, že firma tvoří nedílný a nerozlučný celek tak jak je zapsána do obchodního rejstříku. Nedělitelnost se projevuje jednak ve skutečnosti, že podnikatel je povinen firmu *užívat* tak jak ji má zapsanou, tedy *v celém znění*, a *činit pod ní právní úkony*. Například obchodní společnost je povinna uvádět firemní kmen i firemní dodatek vždy společně. A dále ze zákona vyplývá požadavek, aby dodatek označující právní formu byl uváděn vcelku. Je to v podstatě zákaz jednotlivého užívání firemního kmene a firemního dodatku v právních úkonech podnikatele. Existují časté případy, kdy podnikatel fyzická osoba připojí ke svému jménu a příjmení fantazijní dodatek a pouze pod tímto dodatkem činila právní úkony, a to v rozporu se zákonem.

2.5.9 Princip firemní volnosti a vázanosti

Současné právo stojí jak na zásadě firemní volnosti, tak vázanosti. Volnost tvorby obchodní firmy se uplatňuje u podnikatelů - fyzických osob, kteří si mohou ke svému firemnímu kmeni zvolit ještě fakultativní dodatek. Prvky volnosti se uplatňují také u podnikatelů právnických osob, kteří naopak mají volnost při tvorbě firemního kmene. Jakmile si však podnikatel jednou firemní kmen a dodatek zvolí, stávají se oba prvky součástí obchodní firmy a při konání právních úkonů ji musí takto používat. Naopak firemní vázanost se použije při vytváření osobního kmene fyzických osob a u obligatorního dodatku určujícího právní formu osobám právnickým.³⁵

³⁴ MUNKOVÁ, Jindřiška. *Ochranné známky, další práva na označení a hospodářská soutěž*. 1.vyd. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2000. s. 61. ISBN 80-85100-95-9.

³⁵ FALDYNA a kol. *Obchodní právo*. 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010, s. 26. ISBN 978-80-7357-577-9.

2.6 Tvorba obchodní firmy

Při tvorbě tzv. nové obchodní firmy platí určitá pravidla zakotvená v § 9 ObchZ, kterými se podnikatel musí řídit při vytváření své obchodní firmy před začátkem podnikání, respektive při změně firmy již existující. Každý podnikatel by si ještě před zápisem do obchodního rejstříku měl řádně promyslet, jakou firmu si pro svou činnost zvolí. Při správném vytvoření firmy má možnost upozornit spotřebitele a ostatní podnikatele na své význačné složky (na předmět podnikání, jednotlivé osoby nebo obojí zároveň).³⁶ Musí mít přitom na paměti jednotlivé zásady obchodní firmy, např. že může mít jen jednu obchodní firmu a nemohou vedle sebe existovat dvě totožné nebo zaměnitelné firmy.

2.6.1 Struktura obchodní firmy

Struktura obchodní firmy obvykle tvořena dvěma základními částmi. První částí je firemní kmen (základ) a druhou firemní dodatek.

Základní a určující částí je **firemní kmen**, podle kterého lze zásadně určit podnikatele. Právě tuto část podnikatel nejčastěji používá při své běžné podnikatelské činnosti. Avšak jen pod firemním kmenem nelze činit právní úkony. Obě složky obchodní firmy jsou rovnocennými elementy a jen společně vytvářejí obchodní firmu jako nedělitelný a komplexní celek. Výjimka z jednotnosti kmene a dodatku vzniká u fyzických osob, které mohou vytvořit obchodní firmu pouze firemním kmenem (jednosložková firma), ale jen tehdy, pokud bude dodržena zásada nezaměnitelnosti.³⁷

Firemní kmen lze rozlišit na:

- osobní (např. „Karel Zajíček“, „Baťa, a.s.“),
- věcný (např. „Dřevěný nábytek, a.s.“),
- smíšený (např. „Antonín Pokorný, cestovní kancelář, s.r.o.“),
- fantazijní (např. „Raketa, spol.s r.o.“).

Osobní firmu tvoří zejména podnikatelé - fyzické osoby, které jsou zapsány v obchodním rejstříku. Dle § 9 ObchZ musí jejich firma obsahovat jméno a příjmení. U právnické osoby se o osobní firmu jedná, když její firma obsahuje jméno a příjmení, případně jen příjmení

³⁶ FALDYNA a kol. *Obchodní právo*. 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010, s. 25. ISBN 978-80-7357-577-9.

³⁷ LOCHMANOVÁ, Ludmila. Firemní dodatky I. *Právní rádce*. 2006, č. 5, s. 3. ISSN 1210-4817.

jednoho nebo několika společníků.³⁸ **Věcná** firma je odvozena z předmětu podnikání. **Smíšená** firma vznikla sloučením osobní a věcné a obsahuje jak složku osobní tak i věcnou. Konečně **fantazijní** firma je zpravidla smyšlená a nepodává žádnou informaci o osobě podnikatele, ani o jeho předmětu podnikání.

Druhou částí obchodní firmy je **firemní dodatek**. Firemní dodatek obsahuje údaje, které doplňují firemní kmen. Slouží k bližšímu určení podnikatele a tím se posiluje nezaměnitelnost jeho obchodní firmy.

Podle obsahu dodatku je pak můžeme členit na dodatky

- osobní (př. starší, mladší, syn, Ing.),
- věcné (př. cestovní kancelář, pekař, autoservis),
- smíšené (př. dámská krejčová – vdova),
- fantazijní (př. Lucerna, U Raka),
- odlišující místo příp. sídlo podnikání (př. Praha, Brno)
- označující právní formu (př. s.r.o., akciová společnost).³⁹

Podle povinnosti použít dodatek v textu firmy můžeme dodatky třídit na obligatorní a fakultativní. **Obligatorní dodatky** jsou takové dodatky, jejichž použití předepisuje zákon. Obligatorním dodatkem je zejména:

- dodatek o právní formě (§ 9 odst. 2 ObchZ), který je součástí firmy právnických osob,
- dodatek odlišující fyzickou osobu (§ 10 odst. 1 ObchZ) – má-li podnikatel - fyzická osoba stejné jméno s jiným podnikatelem působícím v témže místě, je povinna doplnit ve své firmě údaj o jménu dostatečně odlišujícím dodatkem ve smyslu § 9 odst. 1. ObchZ,
- dalšími jsou např. dodatek o nástupnictví (§ 11 odst. 1 – 3 ObchZ) a dodatek o příslušnosti ke koncernu (§ 11 odst. 6 ObchZ).

Fakultativní dodatky nejsou zákonem vyžadovány, záleží na rozhodnutí podnikatele, jestli dodatek použije či nikoliv. Obchodní zákoník v § 9 odst. 1 tuto možnost nabízí fyzickým

³⁸ ELIÁŠ, Karel, Josef BEJČEK a Petr HAJN. *Kurs obchodního práva: obecná část: soutěžní právo*. 5. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007, s. 112. ISBN 978-807-1795-834.

³⁹ FALDYNA a kol. *Obchodní právo*. 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010, s. 25. ISBN 978-80-7357-577-9.

osobám, jejichž firmy *mohou být doplněny* dodatkem odlišujícím osobu podnikatele nebo druh podnikání vztahujícím se zpravidla k této osobě nebo druhu podnikání.

O možnosti fakultativního dodatku v obchodní firmě právnické osoby sice v obchodním zákoníku zmínka není, ale dá se předpokládat, že tato možnost existuje. Pravděpodobné je použití z důvodu nezaměnitelnosti dvou firem. V praxi si ale spíše PO zvolí jasnější rozlišení již ve firemním kmenu namísto případného méně odlišujícího firemního dodatku.

2.6.2 Dodatky označující právní formu

Dodatky, jež označují právní formu, jsou u obchodních společností povinné. V obchodním zákoníku je předepsáno znění těchto dodatků. Je možné si vybrat z tohoto taxativního výčtu:

- veřejná obchodní společnost (§ 77 ObchZ) – firma musí obsahovat označení „veřejná obchodní společnost“, dá se nahradit zkratkou „veř. obch. spol.“ nebo „v. o. s.“ Když firma obsahuje jméno aspoň jednoho ze společníků, je dostačující dodatek „a spol.“,
- komanditní společnost (§ 95 ObchZ) – firma musí obsahovat označení „komanditní společnost“, stačí ale i zkratka „kom. spol.“ nebo k. s.,
- společnost s ručením omezeným (§ 107 ObchZ) – firma společnosti musí obsahovat označení „ společnost s ručením omezeným“, nebo stačí i zkratka „spol. s r. o.“ či „s. r. o.“,
- akciová společnost (§ 154 ObchZ) – firma společnosti musí obsahovat označení „akciová společnost“ nebo zkratku „ akc. spol.“ či „a. s.“,
- družstvo (§ 221 ObchZ) – firma družstva musí obsahovat označení „družstvo“.

3 Právní ochrana obchodní firmy

Obchodní firma nejen že identifikuje podnikatele v právních vztazích jako konkrétní subjekt, ale poskytuje i právo na ochranu proti každému neoprávněnému užívání. Nutno konstatovat, že ustanovení o obchodní firmě se také vztahují na zahraniční osoby, které podnikají na území České republiky. Dle § 21 odst. 1 ObchZ podléhají stejnému režimu jako podnikatelé tuzemští.⁴⁰

Ochrana obchodní firmy, stejně jako jiných práv na označení, je vázána na dobu existence podnikatele. V souladu se zásadou jednotnosti firmy jsou chráněny oba skladebné prvky, které tvoří obchodní firmu, tedy kmen i dodatek. Jelikož pod obchodní firmou činí podnikatel právní úkony, které mohou mít podobu jak písemnou tak ústní, je třeba chránit nejen písemnou formu obchodní firmu, ale i její slovní znění.

Ochrana obchodní firmy je umožněna ustanoveními hned několika právních předpisů. Proto se můžeme setkat s členěním na ochranu firmy poskytovanou *přímo* ustanoveními obchodního zákoníku o obchodní firmě (§ 12 ObchZ) a na ochranu firmy poskytovanou *nepřímo* např. ustanoveními předpisů o ochraně před nekalou soutěží (ustanovení § 44 a násl. ObchZ), o ochranných známkách (zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách), z předpisů veřejnoprávní povahy: občanským právem (zákon č. 99/1963 Sb., občanský soudní řád) a právem trestním (zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník). Na ústavněprávní úrovni je to Ústava České republiky (ústavní zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky) a Listina základních práv a svobod (ústavní zákon č. 2/1993 Sb., Listina základních práv a svobod). Důležitým předpisem je i Pařížská unijní úmluva na ochranu průmyslového vlastnictví z roku 1883, jež pro Českou republiku platí od 1. 1. 1993. Podle čl. 8 této úmluvy je obchodní jméno chráněno ve všech unijních zemích, aniž by bylo třeba je přihlašovat nebo zapisovat a nerozhoduje, zda je či není částí tovární nebo obchodní známky.

Nejvýznamnější je ochrana obsažená v obchodním zákoníku. Tu můžeme rozdělit na dva individuální systémy. První z nich je zakotven v § 12 ObchZ, který poskytuje ochranu *absolutní*, a druhý systém je tvořen ustanoveními o nekalé soutěži, které poskytují ochranu *relativní*.⁴¹

⁴⁰ DEVÁTÝ, Stanislav a Petr TOMAN. *Ochrana dobré pověsti a názvu právnických osob*. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2001, s. 19. ISBN 80-720-1297-5.

⁴¹ ELIÁŠ, Karel, Josef BEJČEK a Petr HAJN. *Kurs obchodního práva: obecná část: soutěžní právo*. 5. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007, s. 112. ISBN 978-807-1795-834.

3.1 Formální a neformální ochrana obchodní firmy

U ochrany firmy je důležitým momentem okamžik, kdy firma vzniká. Od této chvíle je firma každého podnikatele chráněna a podle současné právní úpravy je tímto okamžikem zápis firmy do obchodního rejstříku. Hovoří se o ochraně *formální*, která je poskytována pouze názvu, pod kterým je podnikatel zapsán do obchodního rejstříku, tedy obchodní firmě.⁴² V praxi se mohou vyskytnout případy jednání jménem společnosti ještě před jejím vznikem. Tuto situaci řeší obchodní zákoník. § 64 odst. 1 stanoví, že pokud je jednání toho, kdo jednal před vznikem společnosti schváleno po jejím vzniku příslušným orgánem společnosti, případně jejími společníky, je takové jednání považováno od počátku za jednání společnosti. Tedy i název společnosti, který má společnost od svého založení, lze pokládat za obchodní firmu, pokud společnost později vznikne, schválí jednání učiněné před svým vznikem a do obchodního rejstříku je zapsána pod svým původním názvem. V této souvislosti je obchodní firma rovněž chráněna, i když tato ochrana je pouze *neformální*.⁴³ Společnost přece ještě před svým vznikem může vyvíjet určitou činnost, aby se dostala do povědomí veřejnosti. A nelze považovat za správné, že by každý mohl bez následků užívat její název, který se následně stane její firmou.

3.2 Neoprávněné užívání obchodní firmy

Jak již bylo dříve řečeno, obsahem subjektivního práva k firmě je nejen právo, ale hlavně i povinnost obchodní firmu užívat a s tím související povinnost ostatních zdržet se úkonů, které by byly neoprávněným užíváním obchodní firmy.

Neoprávněným užíváním obchodní firmy se myslí takové užívání, které by bylo v rozporu s právními předpisy, a to zejména se zásadou nezaměnitelnosti (výlučnosti) stanovenou obchodním zákoníkem.⁴⁴

Protiprávní užívání obchodní firmy ohrožuje jednak veřejný zájem, protože je v zájmu veřejnosti, aby byli jednotliví podnikatelé rozeznáváni, a jednak zájem soukromý, protože protiprávním užíváním firmy může být porušeno i soukromé právo jiné osoby.

⁴² POKORNÁ, Jarmila. *Obchodní zákoník. Komentář*. 1.vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009, s. 53. ISBN 978-807-3574-918.

⁴³ VEČERKOVÁ, Eva. Obchodní firma a nekalá soutěž. *Časopis pro právní vědu a praxi*. 2008, č. 1, s. 32. ISSN 1210-9126.

⁴⁴ LOCHMANOVÁ, Ludmila. Ochrana obchodní firmy. *Právní rádce*. 2007, č. 4, s. 24. ISSN 1210-4817.

Může jít o případy, kdy si neoprávněná osoba přisvojí firmu jiné osoby, nebo si nechá vědomě zapsat firmu, která se dá zaměnit s firmou jiného podnikatele, který ji právem užívá. Platí to i pro případ, kdy si podnikatel nechá zapsat firmu, která je sice v pořádku, tj. není zaměnitelná a klamavá, ale začne ji užívat takovým způsobem, že se stává zaměnitelnou s firmou jiného podnikatele. Příkladem může být užívání obchodní firmy ve zkreslené podobě, užívání pouze části své firmy, přestože je povinen ji používat jako celek, a to dle zápisu v obchodním rejstříku.⁴⁵

3.2.1 Užívání zkreslené či zkomolené obchodní firmy

Užití zkreslené nebo zkomolené podoby (znění) obchodní firmy v právních úkonech i mimo ně je také považováno za neoprávněné užívání obchodní firmy, protože je tím navozena klamná domněnka o osobě podnikatele.

Když je zkreslená či zkomolená firma shodná či podobná s firmou už dříve zapsanou v obchodním rejstříku, pak má dotčený subjekt právo podat žalobu na ochranu obchodní firmy dle § 12 obchodního zákoníku. Bude ovšem rozhodující, v jakých souvislostech je nesprávně znějící obchodní firma užívána. Když se tato firma objeví jen mimo právní úkony (např. v reklamě), vznikne možnost podat zdržovací žalobu, která bude spočívat v upuštění tohoto jednání a odstranění nesprávné podoby této obchodní firmy z příslušných nosičů. Ovšem není možné podávat žalobu na odstranění závadného stavu, která by vedla k výmazu obchodní firmy z obchodního rejstříku, protože v něm je firma zapsána už ve znění, jež je v souladu se zákonem.⁴⁶

⁴⁵ PELIKÁNOVÁ, Irena. *Komentář k obchodnímu zákoníku: podle právního stavu k 1.4. 2003*. 3. vyd. Praha: Linde, 2003, s. 151. ISBN 80-720-1420-X

⁴⁶ LOCHMANOVÁ, Ludmila. Ochrana obchodní firmy. *Právní rádce*. 2007, č. 4, s. 24. ISSN 1210-4817.

3.3 Absolutní ochrana obchodní firmy

Absolutní ochrana obchodní firmy je zakotvena v ustanovení § 12 ObchZ a je absolutní proto, že působí erga omnes (proti všem). Znamená to, že každý, kdo byl dotčen na svých právech neoprávněným užíváním obchodní firmy, může se proti neoprávněnému uživateli domáhat, aby se takového jednání zdržel a odstranil závadný stav.

Z toho vyplývá, že předmětem práva na ochranu je v první řadě obchodní firma. Ovšem ochrana není zaručena pouze konkrétnímu podnikateli, který má řádně zapsanou firmu, ale také i fyzické osobě, která má nárok na ochranu svého jména, příjmení nebo jiných osobnostních práv, dále pak také vlastníkovu ochranné známky a v neposlední řadě také dříve užívanému názvu právnické osoby nezapsané do obchodního rejstříku bez ohledu na to, zda je nebo není podnikatelem, pokud užívá svou obchodní firmu v rozporu s právy, které mají tyto další osoby.⁴⁷

Již z výše uvedeného víme, že právní úprava obchodní firmy stojí na zásadě nezaměnitelnosti (výlučnosti). Firma nesmí být zaměnitelná s firmou jiného podnikatele a nesmí vyvolávat klamnou představu o podnikateli ani o jeho předmětu podnikání. Jestliže někdo neoprávněným užitím obchodní firmy (případně její části) daného podnikatele zasáhne do jeho práv k této firmě, obchodní zákoník dává tomuto podnikateli právní prostředky ochrany, které nabízí právě ustanovení § 12 ObchZ. Tyto prostředky jsou téměř shodné jako v případech ochrany z nekalé soutěže. Rozdíl je ovšem v tom, že absolutní ochrana je podstatně širší, neboť se neomezuje pouze na jednání a vztahy soutěžitelů v rámci hospodářské soutěže (oblast relativní ochrany), ale zahrnuje jakýkoli případ neoprávněného užití obchodní firmy či snad její části jiným subjektem.

Absolutní ochrana obchodní firmy je založena na tzv. *právu priority*.⁴⁸ Tohoto práva se může domáhat ten, kdo jako první získal právo k použití vlastní obchodní firmy. To znamená, kdo tuto obchodní firmu měl dříve zapsanou v obchodním rejstříku nebo ji začal dříve užívat. „*Proti tomu, kdo užívá v obchodním rejstříku později zapsané obchodní jméno, zaměnitelné s obchodním jménem žalobce (§ 12 obch. zák.), se může žalobce domáhat odstranění závadného stavu návrhem na uložení povinnosti, aby změnil obchodní jméno*“ (Rc 20/98, Vrchní soud v Praze, rozsudek 3 Cmo 808/93).

⁴⁷ LOCHMANOVÁ, Ludmila. Ochrana obchodní firmy. *Právní rádce*. 2007, č. 4, s. 25. ISSN 1210-4817.

⁴⁸ DEVÁTÝ, Stanislav a Petr TOMAN. *Ochrana dobré pověsti a názvu právnických osob*. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2001, s. 91. ISBN 80-720-1297-5.

3.3.1 Aktivně a pasivně legitimované osoby

Osoba oprávněná využívat ochranu obchodní firmy se označuje jako **osoba aktivně legitimovaná**. Jedná se o toho, *kdo byl dotčen na svých právech neoprávněným užíváním firmy* (§ 12 ObchZ). Zpravidla se to týká podnikatele, který je zapsán v obchodním rejstříku a obchodní firmu po právu používal jako první. V některých situacích se ale ochrany může domáhat i osoba jiná. Může to být například podnikatel nezapsaný v obchodním rejstříku, případně nepodnikatel, když byl v minulosti podnikatelem i majitelem obchodní firmy a kvůli porušení svého práva k firmě (i z jiných důvodů) přestal podnikat.⁴⁹ V dalších zákonem stanovených případech to může být např. bývalý člen nebo společník, v případě jeho smrti také dědic, právní předchůdce apod. Nezáleží, jestli se jedná o podnikatele či nikoli, jestli jde o vlastníka ochranné známky nebo fyzickou osobu, která byla dotčena na svých právech na ochranu obchodní firmy. V odborných kruzích panují v této problematice odlišné názory.

Jedna strana se domnívá, že nároku z § 12 se může domáhat nejen jiný podnikatel - soutěžitel, například na základě svých prioritních práv či práv k ochranné známce, ale jakákoli třetí osoba, jejíž práva jsou dotčena užitím obchodní firmy, tedy i nepodnikatelský subjekt, jehož název je jinak chráněn podle ustanovení § 19 b ObčZ, či fyzická osoba ve smyslu svých nároků na ochranu jména a příjmení či jiných osobních atributů. V dalším případě se může domáhat svých nároků kupříkladu i autor v důsledku porušení jeho osobních či majetkových autorských práv.⁵⁰ Pokud by tomu tak bylo, ustanovení § 12 ObchZ a vlastně celý institut obchodní firmy by ztrácel význam. Pro ochranu jména a příjmení FO a názvu PO by stačila aplikace příslušných ustanovení ObčZ a práva proti nekalé soutěži.

Opačná strana se shoduje na tom, že když je v § 8-12 ObchZ upraveno tzv. firemní právo, včetně právní ochrany obchodní firmy, potom není možné použít rozšiřující výklad, dle kterého mohou obchodní firmy využít právní ochranu různé podnikatelské a nepodnikatelské subjekty, které byly dotčeny na svých právech, tedy na jakýchkoliv právech, např. na právech k ochranné známce, právech ke svému jméno (jsou-li fyzickými osobami) nebo názvu (jsou-li právnickými osobami), na autorských právech⁵¹ apod. Aktivně legitimován může být jen ten, komu přísluší právo k obchodní firmě.⁵²

⁴⁹ FALDYNA a kol. *Obchodní právo*. 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010, s. 40. ISBN 978-80-7357-577-9

⁵⁰ LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Ochrana obchodní firmy*. *Právní rádce*. 2007, č. 4, s. 25. ISSN 1210-4817.

⁵¹ FALDYNA a kol. *Obchodní právo*. 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010, s. 40. ISBN 978-80-7357-577-9

⁵² PELIKÁNOVÁ, Irena. *Komentář k obchodnímu zákoníku: podle právního stavu k 1. 4. 2003*. 3. vyd. Praha: Linde, 2003, s. 151. ISBN 80-720-1420-X.

Druhý názor je dle mého názoru více logický. Už z ustanovení obchodního zákoníku o ochraně obchodní firmy vyplývá, že nároky by měl uplatňovat pouze majitel této obchodní firmy. Kdyby tomu tak nebylo, nebylo by zapotřebí tohoto zvláštního ustanovení. Nynější právní systém poskytuje celou řadu právních prostředků k tomu, aby se určitý subjekt mohl bránit proti neoprávněným zásahům do jeho práv. V tomto případě, když obchodní zákoník obsahuje speciální ustanovení upravující ochranu obchodní firmy, není důvod, aby ochranu dle ustanovení § 12 mohly uplatňovat i jiné osoby, než právě ty, kterým je úprava firemního práva určena. To tedy znamená podnikatele, kteří mají svou obchodní firmu.

Pasivně legitimovanou osobou v rámci absolutní ochrany obchodní firmy je pak nejen podnikatel, ale jakákoli osoba, která zasáhla do chráněného práva neoprávněným užíváním obchodní firmy.⁵³

3.4 Relativní ochrana obchodní firmy

Druhou významnou skupinou práv, která slouží k ochraně obchodní firmy, tvoří úprava práva nekalé hospodářské soutěže, tzv. **relativní ochrana**. Tento systém práv se od absolutní ochrany obchodní firmy liší jinými podmínkami jejich uplatnění, zejména jejich provázaností s *generální klauzulí* nekalé soutěže, přestože nároky poškozeného jsou často podobné. Systém relativní ochrany obchodní firmy totiž mohou také využít osoby nezapsané v obchodním rejstříku (tzn. ti, kteří nemají obchodní firmu) pro ochranu označení, pod kterým podnikají.

Hospodářská soutěž všeobecně je upravena v § 41 a násl. ObchZ. Zákon stanoví, že hospodářské soutěže se mohou účastnit jak fyzické, tak právnické osoby, ačkoli nejsou podnikatelé. Všechny tyto osoby (tzv. soutěžitelé) mají právo svobodně rozvíjet svou soutěžní činnost v zájmu dosažení hospodářského prospěchu a sdružovat se k výkonu této činnosti. Soutěžitelé jsou ovšem povinni dbát právně závazných pravidel hospodářské soutěže a nesmějí účast v soutěži zneužívat. Za zneužití účasti zákon považuje nekalé soutěžní jednání (nekalou soutěž) a nedovolené omezování hospodářské soutěže. Nekalou soutěž upravuje § 44 a násl. obchodního zákoníku a nedovolené omezování hospodářské soutěže upravuje speciální zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, ve znění pozdějších předpisů. De lege ferenda by bylo vhodnější celou právní úpravu práva hospodářské soutěže sjednotit do jednoho speciálního zákona, jak je tomu ve většině případů v zahraničí.

⁵³ DEVÁTÝ, Stanislav a Petr TOMAN. *Ochrana dobré pověsti a názvu právnických osob*. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2001, s. 93. ISBN 80-720-1297-5.

3.4.1 Aktivně a pasivně legitimované osoby

Ochrany dle práva proti nekalé soutěži se mohou domáhat osoby, jejichž práva byla nekalou soutěží porušena nebo ohrožena. Otázka **aktivní legitimace** byla po delší dobu předmětem sporů. Odborná veřejnost neměla jednotný názor na výčet aktivně legitimovaných osob k domáhání se nároků z porušení práv z nekalé soutěže ve výkladu ustanovení § 53 a § 54 odst. 1 ObchZ. Na jedné straně byl názor, že jsou k podání žaloby pro nekalosoutěžní jednání aktivně legitimováni výhradně soutěžitelé a právnické osoby oprávněné hájit zájmy soutěžitelů a spotřebitelů. Za této situace by spotřebitel nemusel mít možnost domáhat se ochrany proti takovému jednání a nebylo by jisté, zda by byl splněn účel obchodního zákoníku o ochraně proti nekalé soutěži. Druhý názor už ale vyjadřuje aktivní legitimaci skutečně pro "všechny osoby", jejichž práva byla nekalou soutěží porušena nebo ohrožena. Druhý názor také potvrdila novela ustanovení § 54 odst. 2 ObchZ.⁵⁴

Podle současné právní úpravy aktivně legitimovanými osobami jsou:

- osoby, jejichž práva byla nekalou soutěží porušena nebo ohrožena, tedy soutěžitelé, spotřebitelé a jiné osoby,
- osoby, jejichž práva nebyla porušena nebo ohrožena nekalou soutěží, ale zákon jim aktivní legitimaci přiznává, tj. právnické osoby oprávněné hájit zájmy soutěžitelů nebo spotřebitelů.⁵⁵

Ve všech případech nekalosoutěžního jednání je aktivně legitimovaný **soutěžitel**. Podle ustanovení § 41 ObchZ jsou soutěžiteli fyzické a právnické osoby, které se účastní hospodářské soutěže, i když nejsou podnikateli. Mají právo svobodně rozvíjet svou soutěžní činnost v zájmu dosažení hospodářského prospěchu a sdružovat se k výkonu této činnosti. Jsou ovšem povinni přitom dbát právně závazných pravidel hospodářské soutěže a nesmějí účast v soutěži zneužívat.

Kdy může být aktivně legitimován **spotřebitel**, žádné ustanovení obchodního zákoníku výslovně neuvádí. Spotřebitel může uplatnit svůj nárok, pouze když jde o takovou skutkovou

⁵⁴ LOCHMANOVÁ, Ludmila. Ochrana obchodní firmy. *Právní rádce*. 2007, č. 4, s. 28. ISSN 1210-4817.

⁵⁵ VEČERKOVÁ, Eva. Aktivní legitimace ve sporech z nekalé soutěže po novele obchodního zákoníku. *Obchodní právo: časopis pro obchodně právní praxi*. 2001, č. 8, s. 2-3. ISSN 1211-8278

podstatu, kterou může být dotčen jeho zájem.⁵⁶ Aktivní legitimace se tudíž vylučuje u parazitování na pověsti, podplácení, zlehčování a porušení obchodního tajemství.

Právnícké osoby oprávněné hájit zájmy soutěžitelů a spotřebitelů jsou aktivně legitimovány pro podání zdržovací a odstraňovací žaloby, a to v případech klamavé reklamy, klamavého označení zboží a služeb, vyvolání nebezpečí záměny a ohrožování zdraví a životního prostředí.

Jiné osoby, které nejsou soutěžiteli, spotřebiteli ani právníckými osobami, ale byly dotčeny nekalosoutěžním jednáním (různé svazy podnikatelů či spotřebitelů a další).

Pasivně legitimován je takový subjekt, který může být žalován. Dle ustanovení § 53 ObchZ se jedná o osobu tzv. rušitele. Tento pojem je širší než pojem tzv. soutěžitelé (§ 41 ObchZ) a skrývá další osoby podílející se na nekalé soutěži. Např. takové osoby, které se dopouštějí klamavé reklamy šířením závadných údajů o cizím podniku, jeho výrobcích či výkonech. Z ustanovení § 41 ObchZ lze usoudit, že pasivně legitimována je i osoba, která sice v hospodářské soutěži působí, ale nemusí být podnikatelem. Je tedy soutěžitelem, přestože není podnikatelem.

⁵⁶ LOCHMANOVÁ, Ludmila. Ochrana obchodní firmy. *Právní rádce*. 2007, č. 4, s. 28. ISSN 1210-4817.

3.5 Generální klauzule nekalé soutěže

Právní úprava nekalé soutěže je obsažena v závěrečných ustanoveních první části obchodního zákoníku, a to v § 44 až § 54. Ustanovení § 44 ObchZ se nazývá **generální klauzule** úpravy nekalé soutěže a je jak samostatnou skutkovou podstatou, tak výkladovým vodítkem pro ostatní, demonstrativně vyčtené dílčí skutkové podstaty.⁵⁷ Pokud má být jednání označeno za nekalosoutěžní a tudíž zakázané, musí splňovat tři podmínky:

- 1) jednání musí probíhat v rámci hospodářské soutěže nebo hospodářského styku,
- 2) jednání musí být v rozporu s dobrými mravy soutěže,
- 3) jednání je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům, spotřebitelům nebo dalším zákazníkům.

Pokud jsou všechny tyto podmínky splněny kumulativně, je tím naplněna základní skutková podstata nekalé soutěže.

Pro splnění podmínek nekalosoutěžního jednání je tedy základním předpokladem **jednání v hospodářské soutěži nebo v hospodářském styku** (soutěžní vztah mezi soutěžiteli). Tento vztah nemusí být pouze mezi soutěžiteli, kteří už na trhu působí, ale je možné ho nalézt i mezi osobou nebo kolektivem fyzických osob, které připravují založení nového podnikatelského subjektu, a konkurujícím subjektem (tzn. vytvoření výhodných podmínek pro nově vznikající subjekt na úkor existujícího soutěžitele).⁵⁸ I podnikatel, který dosud na trhu nepůsobí, může vyvíjet aktivity, např. reklamní nebo propagační, které jsou schopny přivodit újmu subjektům, které na trhu už působí. Pokud by v takových případech nebyla možnost ochrany před takovým jednáním, osoby, které se teprve připravují na vstup na trh, by mohly být podstatně zvýhodněny vůči těm, které už na trhu působí. Avšak na druhou stranu není možné soutěžní vztah vykládat až příliš volně, aby pod něj mohla spadat všechna jednání, ve kterých se vyskytuje určitý prvek soupeření. Příkladem mohou být závazkové vztahy – přestože osoby proti sobě vystupují z konkurenčních důvodů, soutěžní vztah mezi nimi být nemusí, a tím pádem nenaplnují znaky nekalosoutěžního jednání.⁵⁹

Podstatný prvek soutěžního vztahu je tzv. *soutěžní záměr* či účel. Ovšem nesmí se ztotožňovat s *úmyslem*. Pojem úmysl bývá používán při charakterizaci subjektivní stránky protiprávního

⁵⁷ LOCHMANOVÁ, Ludmila. Ochrana obchodní firmy. *Právní rádce*. 2007, č. 4, s. 28. ISSN 1210-4817.

⁵⁸ HAJN, Petr. *Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2000, s. 121. ISBN 80-210-2282-5.

⁵⁹ HAJN, Petr. *Jak jednat v boji s konkurencí. O právní úpravě nekalé soutěže*. 1. vyd. Praha: Linde, 1995, s. 19. ISBN 80-856-4793-1.

jednání. Avšak soutěžní záměr existuje tehdy, když určitým jednáním jsou objektivně sledovány soutěžní či konkurenční cíle (na rozdíl od možných cílů jiných, např. vzdělávacích, společensky kontrolních apod.). Výstižnějším pojmem by mohl být výraz *soutěžní orientace jednání*.⁶⁰

Druhou podmínkou je **jednání v rozporu s dobrými mravy soutěže**. Nutné je zdůraznit, že se nejedná o rozpor s dobrými mravy obecně, ale o rozpor s dobrými mravy soutěže. V hospodářské soutěži se uplatňují pravidla jiné etiky než dobrých mravů v obecné rovině. Přece jen jde o konkurenční boj a konkurenční vztahy mohou vnést do ekonomických vztahů spoustu navzájem propojených konfliktních prvků a samozřejmě i určitý stupeň agresivity soutěžních jednání. Soutěžní právo tedy připouští některé projevy konkurenčních jednání, které by nejspíš u obecné etiky neuspěly.⁶¹ Určité jednání nemusí být v souladu s obecnou etikou, ale z pohledu soutěžní etiky může být nezávadné. Platí to i obráceně – některá jednání jsou obecně morálně nezávadná, ovšem pod přísnějším pohledem soutěžní etiky mohou být závadná. Příkladem je soutěžitel, který si pro sebe vybral obchodní firmu zaměnitelnou s obchodní firmou jiného soutěžitele, avšak o jeho existenci vůbec nevěděl.⁶²

Dalo by se konstatovat, že dobré mravy soutěže jsou takovou podmnožinou dobrých mravů obecně. Každý si pod dobrými mravy představí trochu něco jiného, a proto je vždy nutno posoudit každý případ zvlášť s přihlédnutím ke konkrétním okolnostem.

Otázka, jestli je konkrétní jednání v hospodářské soutěži nebo v hospodářském styku v rozporu s dobrými mravy soutěže, se musí posuzovat jako právní a nikoli skutková. Proto ji řeší soudci a nikoli znalci.⁶³ Tento závěr potvrdila také judikatura Nejvyššího soudu, např. v rozsudku ze dne 27. 11. 2007 je uvedeno: „*Při zkoumání, zda je splněna druhá podmínka generální klauzule - rozpor s dobrými mravy soutěže - (nikoli rozpor s dobrými mravy obecně, jak nesprávně uvádí dovolatelka), nutno v každém konkrétním případě přihlédnout ke všem konkrétním okolnostem případu. Jde o otázku právní, nikoli skutkovou, proto ji řeší soudy podle svého mravního a právního, zákonům odpovídajícího přesvědčení, nikoli znalci.*“⁶⁴

⁶⁰ HAJN, Petr. *Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2000, s. 121. ISBN 80-210-2282-5.

⁶¹ ELIÁŠ, Karel, Josef BEJČEK a Petr HAJN. *Kurs obchodního práva: obecná část: soutěžní právo*. 5. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007, s. 310. ISBN 978-807-1795-834.

⁶² FALDYNA a kol. *Obchodní právo*. 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010, s. 132. ISBN 978-80-7357-577-9

⁶³ Tamtéž

⁶⁴ Rozsudek Nejvyššího soudu České republiky ze dne 27. 11. 2007, sp. zn. 32 Odo 1125/2006, dostupné na Nejvyšší soud České republiky [online]. 2009 [3. 4. 2013]. Rozhodnutí NS. Dostupné z WWW:

Pokud soud rozhoduje, zda je určité jednání v rozporu s dobrými mravy soutěže, je třeba ho vždy hodnotit objektivně. Zákon nevyžaduje, aby toto jednání muselo být jednáním zaviněným, ať už úmyslně či z nedbalosti. Bude stačit, když se jednající osoba ocitne v nesouladu s objektivními principy soutěže.⁶⁵

Jednání způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům, spotřebitelům nebo dalším zákazníkům je třetí nezbytnou podmínkou pro naplnění skutkové podstaty nekalé soutěže. Způsobilost přivodit újmu není to samé jako způsobení újmy. Nekalá soutěž je ohrožovací delikt, nekalosoutěžní jednání je tedy nejen takové, které někomu dalšímu již ublížilo či ubližuje, ale také jednání, které by teprve *mohlo* někomu ublížit. Tím je i vyjádřena preventivní funkce úpravy a postihu nekalé soutěže. Dotčený soutěžitel se může bránit proti nekalé soutěži ještě předtím, než mu újma vznikne, ovšem musí mu újma alespoň hrozit.⁶⁶

Zákona záměrně nehovoří o škodě, ale o újmě, která má širší význam. Zahrnuje totiž kromě újmy materiální také újmu nehmotného charakteru. Generální klauzule tím má na mysli kromě odlákávání zákazníků například ohrožení dobré pověsti (goodwillu) soutěžitele, který byl zlehčován svým konkurentem, nebo také napodobení, rozmělnění obchodního jména i jiných označení. I spotřebitele může postihnout podstatná nehmotná újma. Když spotřebitele ovlivní klamavá reklama a koupí si špatný výrobek, pak utrpí nejen finanční ztrátu, ale třeba i špatné spaní z pocitu, že se nechal snadno napálit. Různá ohrožení spotřebitelského pohodlí a vnitřního klidu i práva na ochranu osobních údajů patří k těmto újmám.⁶⁷

Dikce zákona udává, že jednání je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům, spotřebitelům nebo dalším zákazníkům, tudíž určuje množné číslo příslušných osob. Neznamená to ovšem, že by se toto ustanovení nevztahovalo pouze na jednoho soutěžitele, spotřebitele či zákazníka. V případě naplnění všech znaků nekalé soutěže, postačí, aby byl postižen pouze jediný soutěžitel.

Pouhé způsobení nebo možnost způsobení újmy jinému soutěžiteli ještě nelze považovat za nekalosoutěžní chování. V hospodářském styku je běžné, ba dokonce i žádoucí, aby mezi sebou jednotliví soutěžitelé soupeřili. Musí tak ovšem činit jen takovými prostředky, které

<http://www.nsoud.cz/JudikaturaNS_new/judikatura_prevedena2.nsf/WebSearch/86A84875E93F9E77C1257600001D455C?openDocument>.

⁶⁵ HAJN, Petr. *Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2000, s. 125. ISBN 80-210-2282-5.

⁶⁶ ELIÁŠ, Karel, Josef BEJČEK a Petr HAJN. *Kurs obchodního práva: obecná část: soutěžní právo*. 5. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007, s. 310. ISBN 978-807-1795-834.

⁶⁷ HAJN, Petr. *Jak jednat v boji s konkurencí. O právní úpravě nekalé soutěže*. 1. vyd. Praha: Linde, 1995, s. 22. ISBN 80-856-4793-1.

hospodářská soutěž považuje za soutěžně slušné (např. nápaditější reklama, výhodnější nabídka, rozsáhlejší doprovodné služby atd.). Starořímská zásada „neminem laedere“ (nikomu neškodit) se tedy v hospodářské soutěži neuplatní. „Škodit druhým jen právem dovolenými metodami“, taky by mohl vypadat požadavek soutěžení v souladu s právem.⁶⁸

Jen konstatování, že to konkrétní jednání vykazuje všechny tyto podmínky, nemusí stačit, aby byl rušitel odpovídajícím způsobem poškozen. Zároveň je potřeba ještě přihlídnout k poslední větě ustanovení § 44 odst. 1 ObchZ, která říká, že *nekalá soutěž se zakazuje*. Teprve v případě, že takto učiněno, je možné přistoupit k uplatňování sankčních opatření udaných v § 53 ObchZ. Obchodní zákoník tedy stanoví znaky nekalosoutěžního jednání, ale dále je nedefinuje a výklad ponechává odborné veřejnosti a soudům.

3.5.1 Zvláštní skutkové podstaty nekalé soutěže

Generální klauzule nekalé soutěže (§ 44 odst. 1 ObchZ) je dále doplněna ustanovením § 44 odst. 2 ObchZ, ve kterém je obsažen demonstrativní výčet tzv. **zvláštních skutkových podstat nekalé soutěže**.⁶⁹ Tyto jsou blíže upraveny v ustanoveních § 45 – 52 ObchZ. Jsou to konkrétně:

- klamavá reklama (§ 45 ObchZ),
- klamavé označení zboží a služeb (§ 46 ObchZ),
- vyvolání nebezpečí záměny (§ 47 ObchZ),
- parazitování na pověsti podniku, výrobků či služeb jiného soutěžitele (§ 48 ObchZ),
- podplácení (§ 49 ObchZ),
- zlehčování (§ 50 ObchZ),
- srovnávací reklama (§ 50 a ObchZ),
- porušování obchodního tajemství (§ 51 ObchZ),
- ohrožování zdraví a životního prostředí (§ 52 ObchZ).

Z konkrétních zvláštních skutkových podstat nekalé soutěže, které souvisí s ochranou obchodní firmy, patří zejména vyvolání nebezpečí záměny a parazitování na pověsti.

Vyvolání nebezpečí záměny je zakotveno v § 47 ObchZ jako:

⁶⁸ HAJN, Petr. *Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2000, s. 127. ISBN 80-210-2282-5.

⁶⁹ ONDREJOVÁ, Dana. *Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010, s. 8. ISBN 978-807-3575-052.

- a. užití obchodní firmy nebo názvu osoby nebo zvláštního označení podniku užívaného po právu jiným soutěžitelem,
- b. užití zvláštních označení podniku nebo zvláštních označení či úpravě výrobků, výkonů nebo obchodních materiálů podniku, které jsou pro určitý podnik či závod příznačné,
- c. napodobení cizích výrobků, jejich obalů nebo výkonů,

Ochrana je poskytována pouze v rámci hospodářské soutěže nebo hospodářského styku v případě, že hrozí nebezpečí záměny anebo je jednání způsobilé vyvolat klamavou představu. Obchodní firmu je třeba chránit pro případy, kdy jiný soutěžitel používá podobné označení, které je schopno vyvolat nebezpečí záměny právě s obchodní firmou soutěžitele, který ji už ale po právu užívá. Formulace „užívaný již po právu jiným soutěžitelem“ je důležitá, protože právní ochrany se může domáhat pouze ten, který má řádně zapsanou obchodní firmu nebo užívá zvláštní označení, jak mu umožňuje ustanovení § 8 odst. 2.⁷⁰

Ochrana podle ustanovení § 47 ObchZ je širší než ochrana podle ustanovení § 12 ObchZ. Absolutní ochrana firmy, která je poskytována pouze obchodní firmě, ochranu podle § 47 ObchZ ale může využít i soutěžitel, který v obchodním rejstříku zapsán není a užívá kromě svého jména a příjmení také odlišující dodatek případně další označení. Soutěžitel se řádně zapsanou obchodní firmou samozřejmě také může využít její ochranu podle práva nekalé soutěže. Hlavní rozdíl je ale v tom, že absolutní ochrana chrání obchodní firmu před neoprávněným užitím, avšak § 47 ObchZ chrání obchodní firmu pouze ohledně své zaměnitelnosti v hospodářské soutěži nebo v hospodářském styku. V takovém případě je totiž ochrana možná i v případě, že je zaměnitelná jen část obchodní firmy.⁷¹

Za nepřipustné užití obchodní firmy (nebo názvu osoby nebo zvláštního označení podniku soutěžitele, který ho užívá již po právu), se může považovat i jednání, kdy je takové označení používáno v mnoha různých souvislostech (např. v reklamě, v novinovém rozhovoru, aj.). A to v případech, že bude navozena klamavá představa o užším organizačním nebo obchodním spojení.⁷²

Vrchní soud v Praze ve věci nebezpečí záměny v označení fyzické a právnické osoby říká, že pokud žalovaný zvolil pro své podnikání (a není rozhodující, jestli vědomě či nikoli)

⁷⁰ HAJN, Petr. *Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2000, s. 176. ISBN 80-210-2282-5.

⁷¹ MUNKOVÁ, Jindřiška. *Právo proti nekalé soutěži: komentář*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2008, s. 73. ISBN 978-807-1795-438.

⁷² DEVÁTÝ, Stanislav a Petr TOMAN. *Ochrana dobré pověsti a názvu právnických osob*. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2001, s. 99. ISBN 80-720-1297-5.

obchodní firmu, která se ve svém kmeni zcela shoduje s dodatkem, který žalobkyně užívá pro své podnikání a je pro ni příznačný, potom žalovaný užíváním jím zvolené obchodní firmy naplnil skutkovou podstatu nekalé soutěže § 47 ObchZ. Přestože se plné znění označení žalobkyně a obchodní firmy žalovaného liší, z pohledu třetích osob (potencionálních zákazníků a obchodních partnerů) je shodná část názvů natolik dominantním prvkem pro svou neobvyklost, že je tím vyvoláno nebezpečí záměny obou účastníků. Také by mohl být vyvolán dojem, že je mezi účastníky dán vztah personálního či jiného propojení, který ve skutečnosti není.⁷³

Parazitováním na pověsti je dle § 48 ObchZ využívání pověsti podniku, výrobků nebo služeb jiného soutěžitele s cílem získat pro výsledky vlastního nebo cizího podnikání prospěch, kterého by soutěžitel jinak nedosáhl.

Stěžejními pojmy ustanovení § 48 ObchZ jsou:

- parazitování na pověsti, protože má-li být tato skutková podstata naplněna, musí především pověst existovat, a to jak pověst toho, na jehož pověsti má být parazitováno, tak pověst toho, kdo by se měl parazitování dopouštět,
- pověst podniku - jednak jako celku, jednak pověst podniku dílčí nebo velmi specifická, a dále pověst výrobků nebo služeb,
- jiný soutěžitel, tj. fyzická nebo právnická osoba, která se účastní hospodářské soutěže, i když není podnikatelem či působí ve zcela odlišném oboru a má jinou právní formu.⁷⁴

Nároků z tohoto protiprávního jednání se může domáhat pouze soutěžitel nebo právnické osoby oprávněné hájit zájmy soutěžitelů nebo spotřebitelů, avšak ne spotřebitel. Soutěžitel se může domáhat všech nároků uvedených v § 53 ObchZ. Právnická osoba oprávněná hájit zájmy soutěžitelů nebo spotřebitelů se může domáhat pouze zdržení se protiprávního jednání nebo odstranění závadného stavu.⁷⁵

Tato skutková podstata je založena na principu subjektivní odpovědnosti, protože obsahuje subjektivní prvek „s cílem získat pro výsledky vlastního nebo cizího podnikání prospěch,

⁷³ Rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 10. 9. 2002 sp. zn. 3 Cmo 18/2001 uvedeno v MACEK, Jiří. *Rozhodnutí ve věcech obchodní firmy a nekalé soutěže*. II. díl. Praha: C. H. Beck, 2011, s. 148. ISBN 978-807-4004-100.

⁷⁴ HAJN, Petr. *Právo nekalé soutěže*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 1994, s. 80. ISBN 80-210-0923-3.

⁷⁵ LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Ochrana obchodní firmy. Právní rádce*. 2007, č. 4, s. 29. ISSN 1210-4817.

jehož by soutěžitel jinak nedosáhl“. Tohoto jednání se nedá dopustit nezaviněně. Existuje zde motiv jednání, který znamená zavinění úmyslné.⁷⁶ Parazitující soutěžitel se snaží získat prospěch využitím pověsti jiného soutěžitele. Typický způsob je využití reklamy.

O následujících skutkových podstatách je také nutné se zmínit v souvislosti s obchodní firmou a její ochranou.

Klamavá reklama bývá někdy označována jako tzv. malá generální klauzule. To proto, že v tomto ustanovení jsou obsaženy opět tři podmínky, které musí být splněny, aby se jednalo o nekalosoutěžní jednání. Klamavou reklamou je:

- šíření údajů o vlastním nebo cizím podniku, jeho výrobcích či výkonech, které
- je způsobilé vyvolat klamnou představu a
- zjednat tím vlastnímu nebo cizímu podniku v hospodářské soutěži nebo v hospodářském styku prospěch na úkor jiných soutěžitelů, spotřebitelů nebo dalších zákazníků.

Rozhodující je přitom způsobilost reklamy vyvolat celkovým uspořádáním klamný dojem u zákazníka. „Nelze zásadně akceptovat stav, kdy nabídka zboží určitého soutěžitele je doplněna vyobrazením výrobků soutěžitele jiného, aniž je na to zákazník upozorněn. Potencionální zákazníci takto byli – a to je zcela nesporné – klamáni a ve vztahu k nim (k jejich možné újmě) se oba žalovaní nekalé soutěže dopustili, oba byli srozuměni s tím, že ilustrativní fotografie v jejich nabídce ve skutečnosti zachycuje výrobky třetí osoby.“⁷⁷

Klamavým označením zboží a služeb dle ObchZ je každé označení, které je způsobilé vyvolat mylnou domněnku ohledně skutečností uvedených v ustanovení § 46 ObchZ. Jedná se o každé označení, které je způsobilé v hospodářském styku vyvolat 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 znaky nebo zvláštní jakost. Je přitom nerozhodné, zda označení bylo uvedeno bezprostředně na zboží, obalech, obchodních písemnostech apod. Stejně tak je nerozhodné, zda došlo ke klamavému označení přímo nebo nepřímo a jakým prostředkem se tak stalo. Klamavý je i údaj, který je sám o sobě

⁷⁶ DEVÁTÝ, Stanislav a Petr TOMAN. *Ochrana dobré pověsti a názvu právnických osob*. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2001, s. 99. ISBN 80-720-1297-5.

⁷⁷ Rozsudek vrchního soudu v Praze ze dne 23. 9. 2002 sp. zn. 3 Cmo 8/2001 uvedeno v MACEK, Jiří. *Rozhodnutí ve věcech obchodní firmy a nekalé soutěže*. II. díl. Praha: C. H. Beck, 2011, s. 143. ISBN 978-807-4004-100.

pravdivý, jestliže vzhledem k okolnostem a souvislostem, za kterých byl učiněn, může uvést v omyl.

Tato skutková podstata má nejbliže ke klamavé reklamě. Rozdíl spočívá v tom, že klamavá reklama musí být způsobilá vyvolat klamnou představu a zjednat tím podniku v hospodářské soutěži prospěch, u klamavého označení zjednan prospěch být nemusí a postačí způsobilost klamavého označení zboží a služeb způsobit újmu jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům.

Častými příklady klamavého označení zboží a služeb jsou trhoví prodejci, kteří prodávají zboží označené jako značkové (označené výrobcem), přestože je vyrobil někdo jiný. Takto jsou kvalitní výrobky světových značek zaměňovány s méně kvalitními (častokrát nekvalitními) výrobky. Falešné označení obchodní firmy výrobce vyvolává představu u spotřebitele, že toto zboží je značkové.

Zlehčování dle § 50 ObchZ je jednání, kterým soutěžitel uvede nebo rozšiřuje o poměrech, výrobcích nebo výkonech jiného soutěžitele nepravdivé údaje způsobilé tomuto soutěžiteli přivodit újmu. Zlehčováním je i uvedení a rozšiřování pravdivých údajů o poměrech, výrobcích a výkonech jiného soutěžitele, pokud je způsobilé tomuto soutěžiteli přivodit újmu.

Dle tohoto ustanovení je údajem nejen tvrzení skutkových okolností (pravdivých či nepravdivých), ale i osobní, subjektivní názory a mínění.⁷⁸

Srovnávací reklama byla do roku 2000 reklamou zakázanou. Tento stav změnila novela obchodního zákoníku č. 370/2000 Sb. a srovnávací reklama se stala stejně jako v cizině běžnou záležitostí. Srovnávací reklamou tedy ve smyslu § 50 a ObchZ je jakákoli reklama, která výslovně nebo i nepřímou identifikuje jiného soutěžitele anebo zboží či služby, které nabízí jiný soutěžitel. Výčet situací, kdy je srovnávací reklama přípustná, uvádí § 50 a odst. 2.

Z pohledu ochrany obchodní firmy je důležité zdůraznit jednoznačný zákaz srovnávací reklamy, která:

- vede k vyvolání nebezpečí záměny na trhu mezi podniky soutěžitelů, zbožím nebo službami, ochrannými známkami, *obchodními firmami* nebo jinými zvláštními označeními, která se pro jednoho nebo druhého z nich stala příznačnými,

⁷⁸ DEVÁTÝ, Stanislav a Petr TOMAN. *Ochrana dobré pověsti a názvu právnických osob*. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2001, s. 100. ISBN 80-720-1297-5.

- zlehčuje nepravdivými údaji podnik, zboží nebo služby soutěžitele ani jeho ochranné známky, *obchodní firmu* či jiná zvláštní označení pro něj příznačnými, ani činnost, poměry či jiné okolnosti, které se jej týkají,
- vede k nepoctivému těžení z dobré pověsti spjaté s ochrannou známkou soutěžitele, jeho *obchodní firmou* či jinými zvláštními označeními pro něj příznačnými, anebo z dobré pověsti spjaté s označením původu konkurenčního zboží,
- nabízí zboží nebo služby jako napodobení nebo reprodukci zboží nebo služeb označovaných obchodní známkou nebo obchodním jménem nebo *firmou*.

3.5.2 Funkce generální klauzule

V souvislosti s vymezením vztahu generální klauzule nekalé soutěže a tzv. zvláštních skutkových podstat se hovoří o tzv. omezující a rozšiřující funkci generální klauzule. Podle **omezující funkce** generální klauzule je možné považovat určité jednání za nekalosoutěžní dle některé ze zvláštních skutkových podstat nekalé soutěže pouze v případě, když jsou nejdříve splněny všechny podmínky generální klauzule. **Rozšiřující funkce** generální klauzule potom znamená, že v případě kdy jsou splněny všechny podmínky generální klauzule, je možné určité jednání postihnout jako nekalosoutěžní, přestože se nejedná o některou ze zvláštních skutkových podstat nekalé soutěže obsažených v ustanoveních § 45 – 52 ObchZ. V takových případech se hovoří o tzv. soudcovských, nepojmenovaných, dalších nebo jiných skutkových podstatách nekalé soutěže, které vznikají především z pojmu „dobré mravy soutěže“.⁷⁹

Obecná úprava obsažená v generální klauzuli není úplně dostačující, proto v kombinaci s demonstrativním výčtem nekalosoutěžních skutkových podstat dává dohromady koncepci nekalé soutěže, kterou lze postihnout veškerá jednání, která do budoucna budou splňovat znaky generální klauzule bez nutnosti výčtu konkrétních jednání.⁸⁰ Zákonodárce totiž nemůže předvídat veškeré případy, které se mohou v hospodářské soutěži stát. I když by zákon přesně stanovil, které soutěžní postupy jsou přípustné a které nejsou, vždy se najde někdo, kdo objeví

⁷⁹ ONDREJOVÁ, Dana. *Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži*. 1. vyd.. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010, s. 8. ISBN 978-807-3575-052.

⁸⁰ Tamtéž.

nový způsob soutěžení. O to by bylo složitější rozhodnout, zda je daný způsob dovolený nebo zakázaný. Tento jev se označuje jako tzv. „perverzní tvořivost“.⁸¹

3.6 Právní prostředky ochrany obchodní firmy

V případě, že dojde k neoprávněnému užívání obchodní firmy, může dotčená osoba využít prostředků ochrany, které poskytuje zákon. Oprávněná osoba se může domáhat svých práv k obchodní firmě konkrétním žalobním nárokem, jedním i několika zároveň.⁸² Zvolí z daných možností podle povahy neoprávněného užívání obchodní firmy. Jsou to:

- zdržení se takového jednání (tzv. žaloba záporní - negatorní),
- odstranění závadného stavu (tzv. žaloba odstraňovací - restituční),
- poskytnutí přiměřeného zadostiučinění, které může být uplatněno i v penězích (tzv. žaloba satisfakční),
- náhrady škody (dle § 373 ObchZ),
- vydání bezdůvodného obohacení (dle § 451 ObčZ).

Kromě toho může soud účastníkovi, kterému bylo vyhověno, přiznat v rozsudku právo na uveřejnění rozsudku na náklady toho účastníka, který ve sporu neuspěl.⁸³

Tento výčet nároků lze považovat za taxativní. Jeho charakter ovšem neznámá, že je vyloučena použitelnost i dalších právních prostředků ochrany, které jsou obsaženy v dalších právních předpisech, tj. převážně v občanském zákoníku, občanském soudním řádu, trestním zákoníku či třeba v zákoně o regulaci reklamy a další.⁸⁴

Právní prostředky ochrany obsažené v obchodním zákoníku se dají rozdělit do kategorií podle jejich funkcí na zabraňovací a na kompenzační. **Zabraňovací** funkce má zamezit dalšímu pokračování nekalosoutěžního jednání a patří sem žaloba na zdržení se nekalosoutěžního jednání a žaloba na odstranění nekalosoutěžního stavu. **Kompenzační** funkcí by mělo dojít k určité náhradě, satisfakci důsledkem nekalosoutěžního jednání a sem patří žaloba

⁸¹ HAJN, Petr. *Jak jednat v boji s konkurencí. O právní úpravě nekalé soutěže*. 1. vyd. Praha: Linde, 1995, s. 17. ISBN 80-856-4793-1.

⁸² FALDYNA a kol. *Obchodní právo*. 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010, s. 40. ISBN 978-80-7357-577-9.

⁸³ ELIÁŠ, Karel, Josef BEJČEK a Petr HAJN. *Kurs obchodního práva: obecná část: soutěžní právo*. 5. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007, s. 120. ISBN 978-807-1795-834.

⁸⁴ ONDREJOVÁ, Dana. *Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010, s. 88. ISBN 978-807-3575-052.

na přiznání přiměřeného zadostiučinění, na náhradu škody a na vydání bezdůvodného obohacení.⁸⁵

3.6.1 Žaloba na zdržení se protiprávního jednání

Ochrany v podobě žaloby na zdržení se jednání lze využít už tehdy, když právo podnikatele k obchodné firmě ještě není porušeno, ale je ohroženo. Například když se podnikatel dozví o nějaké nově zakládající společnosti, která má v plánu přijmout obchodní firmu, jenž je shodná nebo zaměnitelná s jeho obchodní firmou.⁸⁶

V případě, že později zapsaná obchodní firma je shodná nebo zaměnitelná s obchodní firmou zapsanou dříve, není možné se domáhat zdržení se protiprávního jednání spočívajícího v jejím užívání, protože by tím byla zrušena veškerá podnikatelská činnost rušitele. Návrh žalobce na uložení povinnosti žalovanému zdržet se užívání shodné nebo zaměnitelné firmy, která byla zapsána do obchodního rejstříku na základě pravomocného rozhodnutí rejstříkového soudu, musí být zamítnut, protože by takový zákaz představoval ukončení činnosti podnikatele.⁸⁷

Zdržovací žalobu je možné uplatnit také např. v případě, kdy je právo porušováno tím, že rušitel užívá cizí obchodní firmu v reklamě, k označování výrobků, obalů atp., přestože jeho zapsaná obchodní firma je odlišná, ovšem pod touto cizí obchodní firmou nedělá právní úkony. Nebo třeba když rušitel užívá svou obchodní firmu zkresleně či zkomoleně a přitom je tato podoba shodná nebo zaměnitelná s cizí zapsanou obchodní firmou.

3.6.2 Žaloba na odstranění protiprávního stavu

Odstraňovací nárok směřuje vždy k odstranění závadného stavu. Návrh žalobce vede k uložení konkrétní povinnosti neoprávněnému uživateli obchodní firmy, a to zejména změnit obchodní firmu, podat návrh na změnu zápisu v obchodním rejstříku, z trhu stáhnout a zlikvidovat výrobky, letáky apod., ve kterých neoprávněně použil obchodní firmu poškozeného, atd.⁸⁸ Odstraňovací žalobou chce žalobce docílit obnovení stavu před

⁸⁵ ONDREJOVÁ, Dana. *Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010, s. 89. ISBN 978-807-3575-052.

⁸⁶ LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Práva na označení: Obchodní jméno, ochranné známky, označení původu výrobku*. 1. vyd. Praha: Orac, 1997, s. 26. ISBN 80-901-9383-8.

⁸⁷ LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Ochrana obchodní firmy. Právní rádce*. 2007, č. 4, s. 30. ISSN 1210-4817.

⁸⁸ LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Práva na označení: Obchodní jméno, ochranné známky, označení původu výrobku*. 1. vyd. Praha: Orac, 1997, s. 26. ISBN 80-901-9383-8.

neoprávněným zásahem do jeho práv k obchodní firmě. Způsob odstranění následků musí odpovídat obsahu, rozsahu a formě neoprávněného zásahu.⁸⁹

3.6.3 Žaloba na přiměřené zadostiučinění

Nárok na přiměřené zadostiučinění (satisfakci) má za úkol odstranit nemajetkovou újmu, která podnikateli vznikla při neoprávněném užívání jeho obchodní firmy. Takového zadostiučinění může podnikatel dosáhnout např. zveřejněním omluvy (v tisku, v televizi, v rozhlasu, na webových stránkách, apod.), tiskovou opravou, případně i peněžní satisfakcí. Přiměřené zadostiučinění v penězích přichází v úvahu, když byla dotčena majetková sféra a nepeněžité zadostiučinění takovou ztrátu nevyrovná. Peněžní částka musí být újmě *přiměřená* (a tím pádem nemusí být shodná se skutečnou výší škody) a stanoví se odhadem. Soud přitom přihlíží na závažnost vzniklé újmy a na okolnosti, při kterých došlo k porušení či ohrožení práv k obchodní firmě.

3.6.4 Žaloba na náhradu škody

Cílem žaloby o náhradu škody je napravit materiální újmu, která vznikla soutěžiteli neoprávněným zásahem do jeho práv k obchodní firmě. Nárok na náhradu škody je typický prostředek ochrany proti neoprávněným zásahům. Obchodní zákoník v ustanovení § 373 a násl. upravuje tzv. kontraktační odpovědnost za škodu, avšak ustanovení § 757 ObchZ rozšiřuje působnost § 373 ObchZ i na případy porušení povinností stanovených obchodním zákoníkem⁹⁰, a tím pádem i na odpovědnost za škodu způsobenou neoprávněným užíváním obchodní firmy i nekalosoutěžním jednáním.

Předpoklady odpovědnosti za škodu z nekalosoutěžního jednání jsou protiprávnost jednání, vznik škody, příčinná souvislost mezi nekalosoutěžním jednáním a vznikem škody a neexistence okolností vylučující odpovědnost za škodu.

Je zapotřebí rozlišovat, zda oprávněný požaduje náhradu škody dle § 12 nebo dle § 53 ObchZ. Zatímco § 12 ObchZ předpokládá střet obchodních firem dvou profesionálních subjektů, spor z nekalé soutěže může být zahájen na návrh spotřebitele (laika). Dle § 12 ObchZ je oprávněná strana povinna dokázat porušení povinnosti, vznik škody a příčinnou souvislost mezi porušením povinnosti a vznikem škody. Ustanovení § 54 odst. 2 ObchZ přináší výjimku

⁸⁹ FALDYNA a kol. *Obchodní právo*. 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010, s. 42. ISBN 978-80-7357-577-9

⁹⁰ DEVÁTÝ, Stanislav a Petr TOMAN. *Ochrana dobré pověsti a názvu právnických osob*. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2001, s. 103. ISBN 80-720-1297-5.

s ohledem na postavení žalobce. Pro vznik nároků uvedených v § 53 ObchZ není třeba zavinění, odpovědnost má objektivní charakter.⁹¹

3.6.5 Žaloba na vydání bezdůvodného obohacení

Dalším nárokem, který může oprávněný subjekt požadovat v případě neoprávněného zásadu do práv ke své firmě, je vydání bezdůvodného obohacení. Žalobním návrhem na vydání bezdůvodného obohacení se lze domáhat, aby byl žalovaný nucen vydat majetkový prospěch, získaný svým nekalosoutěžním jednáním. Obchodní zákoník bezdůvodné obohacení neupravuje, a proto se povinnost pro vydání bezdůvodného obohacení se řídí ustanovení § 451 ObčZ v souladu s ustanovením § 1 odst. 2 ObchZ.

Bezdůvodným obohacením je tedy podle občanského zákoníku majetkový prospěch získaný plněním bez právního důvodu, plněním z neplatného právního úkonu nebo plněním z právního důvodu, který odpadl, jakož i majetkový prospěch získaný z nepoctivých zdrojů. Pro případy bezdůvodného obohacení získaného nekalou soutěží bude tímto obohacením většinou majetkový prospěch získaný z nepoctivých zdrojů (tzn. právem nedovolených zdrojů).⁹²

3.6.6 Uveřejnění rozsudku

Další právní prostředek, který může oprávněná osoba využít v rámci ochrany před neoprávněným užíváním obchodní firmy je uveřejnění rozsudku na náklady účastníka, který ve sporu neupěl. Soud může rozhodnout o uveřejnění rozsudku jen na základě návrhu úspěšného účastníka a podle okolností určí i rozsah, formu a způsob uveřejnění.

Význam tohoto institutu podle Vrchního soudu v Praze: „*Publikace rozhodnutí může ve svých důsledcích být sankcí, reparací, určitou satisfakcí i mít význam výchovný a preventivní. Při rozhodování, zda bude právu na zveřejnění rozsudku vyhověno, je třeba zvažovat každý z těchto atributů jednotlivě i v jejich vzájemné souvislosti, tak aby zákonný smysl tohoto institutu byl naplněn.*“⁹³ Z tohoto vyplývá, že uveřejnění rozsudku může mít podstatný význam a poskytnout poškozenému určité zadostiučnění.

⁹¹ LOCHMANOVÁ, Ludmila. Ochrana obchodní firmy. *Právní rádce*. 2007, č. 4, s. 30. ISSN 1210-4817.

⁹² HAJN, Petr. *Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2000, s. 245. ISBN 80-210-2282-5.

⁹³ Rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 11. 9. 2001, sp. zn. 3 Cmo 85/2001 uvedeno v MACEK, Jiří. *Rozhodnutí ve věcech obchodní firmy a nekalé soutěže*. II. díl. Praha: C. H. Beck, 2011, s. 160. ISBN 978-807-4004-100.

4 Obchodní firma na internetu a její případné zneužití

Spolu s intenzivním vývojem informačních technologií, dochází na internetu stále častěji k porušování práv a to nejen k obchodní firmě. Internet jako informační prostředek je pro poškozování práv více než vhodný. Přece jen umístění jakékoli informace na internet je jednoduché a mnohem levnější a rychlejší než pomocí jiných masmédií. Výhod, které internet nabízí, není málo. Zatímco reklama prostřednictvím televizního nebo rozhlasového vysílání je poměrně velmi drahá a pod značným dozorem úřadů jako například Rady pro rozhlasové a televizní vysílání nebo živnostenského úřadu, internet takový přísný dohled zatím nemá. Proto se dá očekávat, že se na internetu můžeme setkat s množstvím protiprávního jednání, a to především s jednáním nekalosoutěžním.

4.1 Prostředí Internetu

V současné době není vůbec žádný problém přemísťovat informace jako třeba osobní údaje či obrazové projekce za ohromně krátkou dobu a to do celého světa. Z pohledu technologie je velmi snadné získávat informace prakticky okamžitě a následně je sdílet přes fenomén zvaný Internet.

Snadnost přístupu k informacím způsobila, že se nutně musela přehodnotit ochrana soukromí ve vztahu k osobním údajům, a proto vznikl zákon o ochraně osobních údajů. Jeho hlavním účelem je ochrana před neoprávněným shromažďováním osobních údajů a zneužitím či neoprávněným zpřístupňováním takových údajů. Internet je v podstatě takovou databází, která je plná soukromých informací, které jsou často používány a zneužívány pro komerční záležitosti, a to především reklamu. Proto osoba, která zpřístupňuje určitý údaj, by si měla vždy ověřit, pro jaké záměry bude informace využita, a zhodnotit, jestli tato informace může být zneužita. A to dříve než tento údaj zpřístupní na Internetu celému světu.⁹⁴

V dnešní době snad není nikdo, kdo by neměl Internet nebo ho alespoň neznal. S počítačovými a informačními technologiemi se setkáváme v každodenním životě. Když nemáme počítač s připojením na Internet doma, máme ho v práci nebo ve škole. Internet si bereme i s sebou, máme ho totiž v mobilním telefonu, iPadu, tabletu, netbooku, notebooku, dokonce i v televizoru – zkrátka ve všech výdobytcích moderní doby. Bez Internetu

⁹⁴ DIBLÍK, Jan a François VEIT. *Mediální právo a práva k nehmotným statkům v České republice: Media law and intellectual property law in the Czech Republic*. Praha: Linde, 2012, s. 127. ISBN 978-80-7201-863-5.

neuděláme ani krok, ale ani se mu nevyhneme, i kdybychom chtěli. Přes Internet totiž komunikujeme s okolním světem, obchodujeme, studujeme, pracujeme, podnikáme, zjišťujeme potřebné informace, spravujeme své finance a bankovní záležitosti, sledujeme pořady televizi, posloucháme rádio, čteme noviny a další věci, které patří k životu. Lidé sdílejí na Internetu své soukromí, společnosti zase prezentují své podnikání. Doba je taková, že kdo nemá svůj podnik na Internetu, nemůže být tak konkurenceschopný a úspěšný na trhu jako ten, kdo se takto globálně zviditelňuje.

V moderní informační společnosti tedy sledujeme v rámci komunikačních prostředků neustále rostoucí hospodářský význam Internetu. Vznikla tak vlastní oblast podnikání. Internet už dávno není jen technickým prostředkem, který umožňuje propojení počítačových sítí, ale i dalším prostorem pro hospodářskou soutěž, a to v tom nejglobálnějším měřítku.⁹⁵ Každý podnikatel se proto snaží získat svůj kousek virtuálního prostoru a ne vždy tím legálním způsobem.

Počítačová a internetová kriminalita (také nazývána kyberkriminalita) spolu souvisí už od počátku rozšíření počítačů a Internetu. Pojem počítačová kriminalita se dříve užíval tehdy, když bylo neoprávněné jednání směřováno proti počítači. Počítač byl tedy přímo terčem útoku (průniky do systémů, krádeže dat, špionáže, bankovní podvody apod.). Postupně se ale i protiprávním jednáním stalo jednání spáchané *s využitím počítačů*. Počítač zde už slouží jako nástroj trestné činnosti a jejího usnadnění (porušení autorských práv apod.).⁹⁶ Příklady kyberkriminality mohou být phishing, vishing, pharming, carding, sniffing, sociální inženýrství, Google hacking, webové štěnice, cookies a mnoho dalších.

4.1.1 Aplikovatelnost práva na Internetu

Internet jako nejkompexnější forma média je schopný prezentovat informace různými způsoby v závislosti na druhu přenášených dat (text, hudba, video, aj.). Obecně existují dvě základní zásady, díky kterým se dá aplikovat pozitivní právo v prostředí Internetu, a to zásada teritoriality a zásada aplikace zvláštních zákonů. Pomocí **zásady teritoriality** neboli územní působnosti poskytovaných služeb zpravidla aplikujeme právo té země, ve které je konkrétní služba poskytována. Ovšem kvůli globálnosti Internetu není snadné aplikovat tuto zásadu

⁹⁵ VEJNAR, Jiří. Internet - připojení a domény: nejrychlejší spojení se světem. *PC World*, 2002, s. 46. Příloha časopisu PC World. ISSN 1210-1079.

⁹⁶ ZADRAŽILOVÁ, Iva. *Nebezpečí zneužití osobních informací v době globálního monitoringu s přihlednutím k možností ochrany soukromí* ze dne 5. 10. 2009 [online]. Inflow: Information journal [15. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/nebezpeci-zneuziti-osobnich-informaci-v-dobe-globalniho-monitoringu-s-prihlednutim-k-moznostem-ochr-0>

v praxi. **Zásada aplikace zvláštních zákonů** je důležitá proto, že české právo výslovně Internet nedefinuje, a proto se na něj *přímo či nepřímo odkazuje* v dalších zákonech. Jsou to například:

- zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník (ustanovení o spotřebitelských smlouvách),
- zákon č. 121/2000 Sb., zákon o právu autorském (sdělování díla veřejnosti),
- zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník (trestný čin prostřednictvím veřejně přístupné počítačové sítě),
- zákon č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti (odpovědnost poskytovatele služby za ukládání obsahu informací od uživatele),
- zákon č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích (vymezení sítě a služeb elektronických komunikací),
- zákon č. 300/2008 Sb., o elektronických úkonech a autorizované konverzi dokumentů (pojem datových schránek, elektronické úkony orgánů veřejné moci pomocí datových schránek),
- zákon č. 227/2000 Sb., o elektronickém podpisu (úprava jeho používání v rámci komunikace prostřednictvím sítě elektronických komunikací),
- zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání (regulace videoslужeb na Internetu za účelem zisku a konkurujících televiznímu vysílání),
- další zákony jako zákon č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, zákon č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, zákon č. 100/2001 Sb., o posuzování vlivů životního prostředí, zákon č. 26/2000 Sb., o veřejných dražbách aj. (také zmiňují prostředí Internetu, především v souvislosti se stanovením povinnosti určitých osob zveřejňovat dané informace prostřednictvím dálkového přístupu, a to ve veřejném zájmu).⁹⁷

Velmi důležitá je prevence a nutnost předběžného opatření, aby ke zveřejňování a zneužívání informací nedocházelo. *„K namítané specifice prostředí Internetu a především informačních serverů, umožňujících a podporujících okamžitou diskusi uživatelů k redakčnímu článku, lze uvést, že odlišnost od jiných médií je zřejmá a nepopíratelná. Nejde však o prostředí extra legem, tedy prostředí vyjmuté z jakýchkoli právních regulí, bez odpovědnosti zúčastněných za obsah zveřejňovaných informací, zejména pak poskytovatelů internetových služeb všeho*

⁹⁷ DIBLÍK, Jan a François VEIT. *Mediální právo a práva k nemotným statkům v České republice: Media law and intellectual property law in the Czech Republic*. Praha: Linde, 2012, s. 73-77. ISBN 978-80-7201-863-5.

druhu a stupně. Tak jako není pochyb o tom, že je třeba zde žádat od takto zúčastněných zabránění páčání trestných činů (šíření rasismu, dětské pornografie, atd.), tak není ani vyloučeno, že uveřejňování určitých informací včetně možného záměrného usměrňování další diskuse bude v konkrétním sporu hodnoceno jako jednání nekalosoutěžní. Pak není důvod ani pochybovat o možnosti vydání předběžného opatření podle § 74 OSŘ (popř. § 102 OSŘ) k zabránění dalšího šíření informací takto zveřejněných.“⁹⁸ Prostředí internetu, kde si každý může jakoukoli informaci vystavit i zase naopak jakoukoli informaci stáhnout, je velmi ošidné. Existují lidé, kteří z takové dostupnosti informací chtějí těžit a zneužít ji k ovlivňování široké veřejnosti k vlastnímu prospěchu. Proto je více než důležité činit preventivní opatření, aby k žádnému zneužívání či využívání internetu nedocházelo, nebo se alespoň omezilo.

4.2 Obchodní firma jako doménové jméno

Ještě před několika lety měly jen některé obchodní společnosti internetové stránky, a ty fungovaly proto, aby informovali širokou veřejnost především o sídle a otvíracích hodinách prodejny. Dnešní informační doba ale i nabízí možnost provozovat přímo internetový obchod, tzv. e-shop. Internetové (webové) stránky umožňují jak prezentaci společnosti, tak i navíc prodej jejich výrobků či služeb. Webové stránky podnikatele obsahují informace o společnosti, fotky, videa, ceníky prodávaného zboží, kontakty, mapy a spoustu další užitečných informací, které pomáhají nalákat uživatele Internetu a dělat z nich potencionální zákazníky. Webové stránky mohou být interaktivní, mohou poskytovat přímé spojení na prodejce (např. pomocí technologie VoIP - Voice over Internet Protocol), umožňují úhradu zboží pomocí elektronického platebního systému i následné sledování objednávky po síti.

Uživatelé Internetu považují existenci webových stránek za samozřejmost, ale vytvoření kvalitní prezentace podnikatele na Internetu je náročné a často i poněkud drahé. Vyžaduje totiž precizní přípravu, profesionální přístup i služby, pravidelnou údržbu a nutné administrativní a právní kroky. Velmi důležitá je samotná volba *obchodní firmy* podnikatele, protože se od ní dále odvíjí registrace vhodné domény, reklamní strategie, prezentace na internetových stránkách, sociálních sítích a dále i podání přihlášky k registraci ochranné

⁹⁸ Usnesení Vrchního soudu v Praze ze dne 28. 2. 2002 sp. zn. 3 Cmo 269/2001 uvedeno v MACEK, Jiří. *Rozhodnutí ve věcech obchodní firmy a nekalé soutěže*. II. díl. Praha: C. H. Beck, 2011, s. 172. ISBN 978-807-4004-100.

známky. Do celého procesu je zapojeno několik osob, od právníků, registrátorů doménových jmen, reklamních agentur až po SEO⁹⁹ odborníky a pracovníky z oblasti IT.¹⁰⁰

Abychom se jako uživatelé Internetu na příslušné webové stránky dostali, potřebujeme znát tzv. **doménové jméno** podnikatele. *Obchodní firma* tedy hraje důležitou roli při vybírání příznačného doménového jména, protože pokud je to možné, podnikatelé si jako doménové jméno zaregistrují právě svou známou obchodní firmu. Doménové jméno je v podstatě takovou adresou, na které najdeme jakoukoli osobu nebo společnost, kterou na Internetu hledáme.

Jediným právním předpisem, který v rámci českého právního řádu obsahuje pojem doménové jméno, je zákon č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti a o změně některých zákonů. Tento zákon zmiňuje doménové jméno v souvislosti s definicí obchodního sdělení. Za obchodní sdělení se nepovažují údaje, které umožňují přímý přístup k informacím o činnosti fyzické či právnické osoby nebo podniku, zejména *doménové jméno* nebo adresa elektronické pošty. Avšak definici pojmu doménového jména zákon neuvádí.¹⁰¹

4.2.1 Co představuje doménové jméno

Protože v právním řádu neexistuje definice pojmu doménové jméno, pomůžeme si nejdřív definicí pojmu „IP adresa“. IP adresa (z angl. Internet Protocol Adress) je konkrétní a celosvětově jedinečný číselný kód, který identifikuje konkrétní místo v síti. Nejčastěji ji tvoří 32 bitové číslo, které je zapisované jako čtyři čísla desítkové soustavy (v rozmezí 0 – 255), která jsou od sebe oddělena tečkou (např. 241.195.14.76). Kvůli omezenému počtu takovýchto IP adres postupně dochází k rozšiřování nového protokolu o délce 128 bitů. Takovou IP adresu už tvoří osm skupin po čtyřech číslech šestnáctkové soustavy (např. 2001:0817:1c01:0021:0271:22ff:dec8:0ac3). IP adresa tedy slouží jako přesné rozeznávání konkrétního počítače, ze kterého nebo na který jsou poslána data v rámci počítačové sítě. Tato data jsou vždy označena IP adresou příjemce i odesílatele. Je vidno, že označování IP adres je v praxi velmi náročné, a proto se přiřazují jednotlivým IP adresám doménová jména, která

⁹⁹ Search Engine Optimization - metodika úpravy kódu, obsahu a struktury webových stránek za účelem dosažení jejich lepší pozice ve vyhledávačích a vyšší návštěvnosti.

¹⁰⁰ HAKL, Martin. *Doménové jméno, obchodní firma a ochranné známky v síti internet* ze dne 30. 3. 2011 [online]. Epravo.cz [15. 4. 2013] Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/clanky/domenove-jmeno-obchodni-firma-a-ochranné-znamky-v-siti-internet-72328.html>

¹⁰¹ DISMAN, Marek. *Právní úprava domény "EU"*. Praha: Linde, 2011, s. 26. ISBN 978-807-2018-529.

jsou složena z logičtějšího sledu písmen, slov, popř. číslic. Tato doménová jména už jsou pro uživatele jednoduchá k označení i vyhledávání určitých míst v síti.¹⁰²

4.2.2 Vytváření doménového jména

Přiřazování doménových jmen k jednotlivým IP adresám se děje pomocí tzv. systému doménových jmen (DNS – Domain Name System). Existují základní podmínky pro toto přiřazování, a to tak, že doménové jméno:

- může obsahovat pouze písmena (bez diakritiky), číslice a pomlčky,
- musí mít minimálně 2 a maximálně 63 znaků,
- nesmí začínat ani končit pomlčkami,
- nesmí obsahovat dvě pomlčky vedle sebe.

Za situace, kdy je konkrétní IP adrese úspěšně přiřazeno příslušné doménové jméno, se může používat toto jméno namísto číselného kódu pro další komunikaci v síti. Samotná komunikace mezi počítači v síti potom z technického hlediska probíhá tak, že daný jmenný server nejdříve převede doménové jméno na příslušnou IP adresu a následně naváže spojení s konkrétním uzlem a dochází k přenosu požadovaných dat.¹⁰³

4.2.3 Struktura doménového jména

Doménové jméno tvoří jednotlivé části, které jsou hierarchicky uspořádány do tzv. stromové struktury. První část doménového jména, která je nejobecnější, je *doména prvního* (nejvyššího) *řádu*. Odborně se také nazývá TLD (Top Level Domain) a je to např. „.cz“, „.eu“, „.de“, „.com“, „.org“, atd. Další část tvoří *doména druhého řádu* (SLD – Second Level Domain), která je důležitá právě pro konkrétní vyhledávání. Doménou druhého řádu samozřejmě může být vymyšlený sled znaků, ale většinou touto doménou bývá právě název společnosti, obchodní firma či ochranná známka, ovšem velmi časté jsou i obecné názvy zboží, služeb, čehokoli co dotýčný na svých webových stránkách nabízí. Jako příklad můžeme uvést www.nestle.com, www.moje-lekarna.cz, a jiné. Spolu s doménou prvního řádu tvoří celé doménové jméno k požadovaným webovým stránkám. Existují i domény třetího řádu (tzv. *subdomény*), čtvrtého řádu a nižší, ty samozřejmě nejsou povinné

¹⁰² DISMAN, Marek. *Právní úprava domény "EU"*. Praha: Linde, 2011, s. 17. ISBN 978-807-2018-529.

¹⁰³ DISMAN, Marek. *Právní úprava domény "EU"*. Praha: Linde, 2011, s. 18. ISBN 978-807-2018-529.

(např. www.prvni.moje.domena.cz). Jednotlivé části doménového jména jsou vždy odděleny tečkou a řazeny zprava od nejvyššího řádu až po řád nejnižší na levé straně.

Domény nejvyššího řádu se dále dělí na generické domény prvního řádu (gTLD) a národní domény prvního řádu (ccTLD). **Generická doménová jména** jsou registrovaná v rámci vrcholných domén typu „.net“, „.org“, „.com“ a dalších. Tyto byly vytvořeny podle určitého věcného a obsahového charakteru. Jejich rozdělení je čistě praktické, slouží k rychlé orientaci a získání informace o tom, jakou povahu má instituce, která si dané doménové jméno zaregistrovala. Některé z těchto domén jsou totiž nabízeny pouze určitým subjektům, příkladem mohou být domény „.gov“ a „.mil“, které jsou vyhrazeny pro vládní instituce USA, nebo třeba třeba doména „.int“, která je pro organizace mezinárodní. Na druhou stranu doména „.com“ je k dispozici globálně pro všechny podnikatele i soukromé uživatele na celém světě. **Národní doménová jména** jako „.cz“, „.de“, „.it“ atd., jsou také globálně dostupná. Ačkoli vyjadřují vztah k určitému státu nebo jen zájem obrátit se na zdejší uživatele, registrace v nich už provádějí národní registrátoři.¹⁰⁴

4.2.4 Registrace doménového jména

System registrace doménových jmen má určité zvláštnosti, se kterými musí podnikající osoba počítat:

1. Registrace doménových jmen není v ČR upravena právními předpisy.
2. Doménové jméno musí být jedinečné.
3. Registrace doménového jména je časově omezena.
4. Dosavadní systém neumožňuje použít některé znaky české abecedy.

Registrace doménového jména není založena zákonem, ale smlouvou o registraci doménového jména s příslušným registrátorem doménových jmen. Na základě této smlouvy se zájemce o doménové jméno stane jeho držitelem. Doménová jména se registrují dle zásady „first come, first served“ (kdo dřív přijde, ten dřív mele), tudíž dle práva priority stejně jako u obchodní firmy. Pro registraci stačí splnit určitá kritéria, která stanoví příslušný národní registrátor. Všechna práva, která vzniknou k doménovému jménu, jsou založena pouze na smlouvě uzavřené s tímto registrátorem. V této smlouvě jsou obsažena všechna pravidla a podmínky užívání doménového jména.

¹⁰⁴ VEJNAR, Jiří. Internet - připojení a domény: nejrychlejší spojení se světem. *PC World*, 2002, s. 46. Příloha časopisu PC World. ISSN 1210-1079.

Správu rozsáhlé internetové sítě nemůže vykonávat jeden centrální orgán, proto se k tomu zapojují soukromé instituce v jednotlivých státech. Tyto instituce také provádějí registraci doménových jmen v rámci národních domén. Ovšem na druhou stranu je potřeba, aby činnost všech národních registrátorů koordinovala nějaká mezinárodní organizace, která by stanovovala všeobecná pravidla pro všechny a také spravovala celosvětové generické domény. Touto institucí je ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers), sídlící v USA, která svěřuje přidělování a správu doménových jmen ve vrcholných národních doménách síťovým informačním střediskům, tzv. Network Information Centers (u nás CZ.NIC). Doménová jména tedy neregistrují žádné státní úřady, ale naopak instituce soukromé.¹⁰⁵

V rámci domény „.CZ“ tedy vede registr doménových jmen zájmové sdružení právnických osob CZ.NIC, z. s. p. o. Princip registrace doménových jmen není stejný jako zápis obchodní firmy do obchodního rejstříku. Krajský soud při zápisu obchodní firmy posuzuje i možnou zaměnitelnost a klamavost. Neposuzuje se rozpor nově vznikajícího doménového jména s již zaregistrovaným doménovým jménem, obchodní firmou ani ochrannou známkou. Nebere se v potaz ani případné nekalosoutěžní jednání.¹⁰⁶

V systému registrace doménových jmen není možné registrovat doménu přímo u sdružení CZ.NIC. Je nutné vybrat konkrétního registrátora. Registrátor má přístup do registru a na starost správu doménových jmen uživatelů. Jednotliví registrátoři se odlišují ve službách, které poskytují, a také v cenách za registraci a její prodlužování. CZ.NIC poskytuje seznam registrátorů, na které se uživatelé v případě zájmu o doménu musí obrátit. Z mnoha registrátorů můžeme uvést například IGNUM s.r.o. (dostupné na www.domena.cz), Web4U s.r.o. (dostupné na www.spravadomen.cz), ACTIVE 24, a.s. (dostupné na www.active24.cz), GENERAL REGISTRY, s.r.o. (dostupné na www.domainmaster.cz), či třeba banan s.r.o. (dostupné na www.banan.cz) a mnoho dalších.

Jak už bylo řečeno, doménové jméno musí být unikátní. Na Internetu nemohou vedle sebe existovat dvě shodná doménová jména, a proto mají speciální hodnotu pro své držitele. Systém registrace doménových jmen avšak umožňuje registraci jakéhokoli doménového

¹⁰⁵ VEJNAR, Jiří. Internet - připojení a domény: nejrychlejší spojení se světem. *PC World*, 2002, s. 46. Příloha časopisu PC World. ISSN 1210-1079.

¹⁰⁶ HAKL, Martin. *Doménové jméno, obchodní firma a ochranné známky v síti internet* ze dne 30. 3. 2011 [online]. Epravo.cz [18. 4. 2013] Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/clanky/domenove-jmeno-obchodni-firma-a-ochranne-znamky-v-siti-internet-72328.html>

jména, které se liší alespoň v jednom znaku od již registrovaných doménových jmen, a tím mohou vznikat spory.

Registrace doménového jména je časově omezena. U některých registrátorů se musí zaplatit vstupní regulační poplatek. Následně se poté každý rok registrace obnovuje, opět za příslušný poplatek. Po roce je doménové jméno nabídnuto přednostně původnímu uživateli, jestliže ale není zaplacen poplatek za prodloužení registrace na další období, registrátor tuto registraci zruší a může ji nabídnout někomu dalšímu. Poplatek se u každého registrátora různí, ale jeho výše se pohybuje okolo 200 Kč za českou národní doménu „.cz“, u dalších domén je tento poplatek vyšší.

Dosavadní systém doménových jmen funguje bez diakritických znamének české abecedy. Už dlouho se uvažuje o zavedení systému IDN (Internationalized Domain Name), díky kterému by internetová doménová jména fungovala i se znaky národních abeced, ale stále o tento systém není zájem, ačkoli CZ.NIC je na něj připraveno. Otázkou je, zda by zavedení tohoto systému bylo přínosné, nebo spíše naopak.

4.2.5 Nové typy doménových jmen

Díky neustálému rozšiřování technologií mobilních telefonů, ve kterých je samozřejmostí internetové připojení, se vytvořilo speciální doménové jméno „.mobi“. Toto doménové jméno je jedinou TLD navrženou tak, aby spotřebitelé věděli, že webová stránka funguje v mobilním telefonu. Doménové jméno „.mobi“ nabízí majitelům webových stránek takovou doménu, která vyznačuje tyto stránky jako specifické pro mobilní telefony.¹⁰⁷

Organizace ICANN také nedávno povolila nový typ domén nejvyššího řádu. Dosavadní nabídka doménových jmen prvního řádu byla omezena. Nyní si však každý může vytvořit vlastní doménu prvního řádu, která pochopitelně bude splňovat pravidla pro vytváření domén (maximální délka 63 znaků). Ovšem za tuto doménu si bude muset budoucí držitel řádně zaplatit. Jen podání přihlášky stojí kolem 185 000 dolarů (v přepočtu přes tři miliony korun), což je mnohonásobně více, než stojí registrace jedné ze stávajících domén. Žadatelé o novou doménu budou muset ICANNu také doložit, že mají k jejímu zaregistrování legitimní důvod. Nejde totiž jen o možnost používat zaregistrovanou doménu prvního řádu. Subjekt si podá přihlášku a v případě jejího schválení se stane i registračním orgánem. Tzn., že si u něho

¹⁰⁷ DotMobi: *Real-time device intelligence* z roku 2013 [online]. Dotmobi.com [19. 4. 2013]. Dostupné z: <http://dotmobi.com/content/technology#mobi>

zájemci z řad veřejnosti budou moci za určitých podmínek zaregistrovat na dané generické doméně vlastní doménu druhého řádu.¹⁰⁸

4.2.6 Funkce doménového jména

Asi nejvýznamnější funkce, kterou doménové jméno plní, je **rozlišovací** schopnost v rámci obchodní individualizace. Je to takové komerční označení, které plní podobnou úlohu jako obchodní firma, ochranná známka či název právnické osoby.¹⁰⁹ Jak už bylo řečeno, zadáním určitého doménového jména do internetového vyhledávače se zobrazí tzv. domovská stránka („home page“) webových stránek hledaného subjektu. Na této stránce najdeme většinou základní informace, které zpřístupnil držitel doménového jména (zkráceně domény), v rámci jeho webových stránek. Takto také plní funkci **informační**.

S tím souvisí další funkce, kterou doménové jméno plní, a to funkce **komunikační**. Nejen, že je možné komunikovat přímo přes webové stránky určitého subjektu (online chat, VoIP, a další), ale na těchto stránkách bývají uloženy další možnosti spojení (adresa, telefonní číslo, emailová adresa, atp.). Funkce **vyhledávací** zase funguje při zvolení snadno zapamatovatelného či jinak zajímavého doménového jména. Webové stránky s takovým doménovým jménem jsou snáze vyhledatelné a tím pádem si je prohlédne velký počet uživatelů Internetu. Jednoduché, nápadité a výstižné názvy, příznačné danému podnikání, jsou samozřejmě snadněji zapamatovatelné, než nějaké složité, nic neříkající či snad nahodilé sledy znaků. Tuto funkci podporují i tzv. SEO techniky, které ovlivňují pořadí vyhledaných výsledků.

Nejen v souvislosti s obchodní firmou či ochrannou známkou určitého podnikatelského subjektu je důležitá funkce **propagační**. Tato funkce spočívá v tom, že subjekt může (a měl by) využívat webové stránky k propagaci svých činností. Znovu je nutné zdůraznit, jak je podstatná volba správného doménového jména. Neboť právě na něm záleží kolik uživatelů (potencionálních zákazníků) bude schopno najít příslušné webové stránky a tím plnit jeho propagační funkci.

Doménové jméno také plní funkci **soutěžní** v nejširším smyslu, a to tak, že především v rámci podnikání může přispět k získání, udržení nebo zlepšení soutěžní pozice vůči

¹⁰⁸ LAUSCHMANN, Jindřich. *Co byste měli vědět o nových doménách prvního řádu* ze dne 24. 6. 2011 [online]. Tyinternety.cz [19. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.tyinternety.cz/2011/06/24/clanek/co-byste-meli-vedet-o-novych-domenach-prvniho-radu/>

¹⁰⁹ ADVOKÁTNÍ PATENTOVÁ ZNÁMKOVÁ KANCELÁŘ. Advopatent: *Co je to doménové jméno z roku 2013* [online]. Advopatent.cz [20. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.advopatent.cz/cz/obchodni-firma-a-domeny/>

konkurenci.¹¹⁰ Například nějaká maminka potřebuje pro své dítě kočárek, a protože nezná žádnou konkrétní prodejnu, hledá tento produkt na Internetu. Jako první přijde logicky na mysl adresa s doménovým jménem „www.kocarky.cz“, a tím pádem má majitel tohoto doménového jména značnou konkurenční výhodu.

¹¹⁰ VEJNAR, Jiří. Internet - připojení a domény: nejrychlejší spojení se světem. *PC World*, 2002, s. 46. Příloha časopisu PC World. ISSN 1210-1079.

4.3 Doménové právo v ČR

Doménové právo v České republice se stále vyvíjí. Tato právní oblast je poměrně mladá a naše soudy se s ní postupně sžívají. Většina právních problémů v této oblasti vychází z toho, že podnikatelé hned na začátku podceňují důležitost doménového jména a tak je často tzv. doménoví spekulanti předběhnou a zaregistrují si příslušné doménové jméno jako první.¹¹¹

Doménové právo není nikde komplexně upraveno. Obecně právo na ochranu jména, rovněž jako právo podnikat a provozovat jinou hospodářskou činnost, je zakotveno v ústavním pořádku ČR a následně upraveno v mnoha dalších zákonných a podzákonných normách.¹¹² Ovšem v důsledku rozvoje komunikačních a informačních technologií dochází ke značnému až většinovému přesouvání lidských činností do elektronického prostředí. Proto musíme čelit nejen fyzickému napadání našeho soukromí i podnikání, ale v dnešní době i napadání virtuálního v prostředí Internetu. Většina podnikatelů je na Internetu, tzn., že má webové stránky, na kterých prezentuje svou osobu i podnikání široké veřejnosti. Někteří podnikatelé fungují jen v režimu elektronického podnikání, v tzv. e-shopech, a fyzicky nevlastní žádné vybavení. Proto takové podnikání prostřednictvím doménových jmen také potřebuje právně podchytit ochranu tohoto podnikání. V České republice se na oblast doménových jmen „.cz“ aplikují stávající právní prostředky z našeho právního řádu. Při vymezení doménových jmen je nutné opírat se nejen tyto právní prostředky, ale i o známá rozhodnutí obecných soudů, které se spory o doménová jména již zabývaly. V případech sporné registrace doménového jména lze použít zejména právní úpravu ochrany:

- obchodní firmy podnikatele (PO i FO) podle ustanovení § 12 ObchZ,
- názvu PO podle ustanovení § 19 odst. 2 ObčZ
- jména a příjmení FO dle ustanovení § 11 ObčZ,
- práv k ochranné známce,
- před nekalou soutěží dle ustanovení § 53 ObchZ
- označení původu výrobků.

¹¹¹ KOJZAROVÁ, Alena. *Doménové právo v ČR* [online]. Akvks.cz [21. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.akvks.cz/userfiles/file/Domenove%20pravo%20v%20CR.pdf>

¹¹² HAKL, Martin. *Doménové jméno, obchodní firma a ochranné známky v síti internet* ze dne 30. 3. 2011 [online]. Epravo.cz [21. 4. 2013] Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/clanky/domenove-jmeno-obchodni-firma-a-ochranne-znamky-v-siti-internet-72328.html>

Tzv. doménoví spekulanti počítají s těmito prostředky ochrany a spoléhají, že se majitelé obchodních firem a ochranných známek nebudou chtít soudit a raději spekulantovi zaplatí převod doménového jména. Ale v případech nekalé soutěže, kdy se jedná o parazitování na pověsti nebo vyvolání nebezpečí záměny za účelem dosažení zisku, už druhá strana vyzve k dobrovolnému zdržení se nekalé soutěže nebo se domáhá svých práv u soudu využitím předběžného opatření.¹¹³

I přesto, že existují právní prostředky ochrany proti nekalé a spekulativní registraci doménových jmen, je tato ochrana stále velmi problematická. U doménových jmen se prevence více než vyplácí. Podnikatel by měl vždy před začátkem jakékoli své obchodní činnosti nejdříve zvážit, jaká doménová jména jsou pro danou činnost nezbytná, a registraci těchto doménových jmen provedl ještě dříve, než zveřejní svůj podnikatelský záměr. Je lepší nešetřit a pro jistotu si zaregistrovat více doménových jmen.

4.4 Zneužití obchodní firmy na internetu

Stejně jako u obchodní firmy, tak samozřejmě i u doménových jmen, se některé podnikající osoby dopouštějí nekalosoutěžního jednání na Internetu, a to zejména v podobě vyvolání nebezpečí záměny a parazitování na pověsti. Z předchozí kapitoly víme, že nekalou soutěž definuje ustanovení § 44 ObchZ. Co se týče doménových jmen (nejen v souvislosti s obchodní firmou) je důležité podotknout, že právo nekalé soutěže se týká nejen podnikatelských subjektů, ale také spotřebitelů (tzn. běžných uživatelů Internetu).

Co se týče **vyvolání nebezpečí záměny**, jde většinou o zaměnitelné internetové adresy. K zaměnitelnému označení domén se vyjádřil Vrchní soud v Praze. *„Není nejen možné, ale ani obvyklé, aby v prostředí internetu pro určitého držitele označení byly vyhrazeny všechny možné jeho další varianty, slovní spojení a tvary, úpravy, slova odvozená se stejným slovním základem a slova příbuzná, atd., nehledě na možné užití označení v různých vrcholových doménách vedle domény národní (např. v doménách .com, .org, nyní i .eu, atd.). Je věcí každého, nakolik pro něho významné a již zaregistrované označení bude si pro sebe chránit v prostředí internetu i tak, že si zajistí (registruje) i označení s ním jakkoli související. Na průměrného uživatele internetu a tedy i potencionálního návštěvníka webových stránek lze pohlížet jako na věc znalého „spotřebitele“. Tento „průměrný“ uživatel internetu ze své*

¹¹³ JANSÁ, Lukáš. *Konflikt domény s ochrannou známkou nebo obchodní firmou z roku 2013* [online]. Právo IT.cz [21. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.pravoit.cz/article/konflikt-domeny-s-ochrannou-znamkou-nebo-obchodni-firmou>

zkušenosti je si dobře vědom důležitosti každého písmene, číslice a znaménka v označení jakékoli adresy v internetové síti, a tedy i nezbytnosti naprosto přesného užití určitého doménového jména k otevření jím výhradně žádaných webových stránek (pokud neužije vyhledávače k nabídce adres při zadání konkrétního hesla).“¹¹⁴

Zaměnitelná mohou být i doménová jména využívající pomlčku v již zaregistrovaném doménovém jménu. Pro úspěšné zaregistrování nového doménového jména je nezbytné, aby se nové doménové jméno lišilo alespoň v jednom znaku od doménových jmen již zaregistrovaných. Proto přidáním pomlčky do např. dvouslovného zaregistrovaného doménového jména, které je úspěšně využíváno jiným subjektem, může bez problémů vzniknout doménové jméno zcela nové. Velký přínos z takto registrované domény může mít především subjekt, který nabízí obdobné zboží či služby jako uživatel původního bezpomlčkového doménového jména. Tento přínos se projeví zejména při vyhledávání společnosti na Internetu. Nový uživatel pomlčkového doménového jména tak získává lepší a výhodnější postavení při vyhledávání výsledků, které je srovnatelné s bezpomlčkovým doménovým jménem původním. Takové označení nové domény také samozřejmě může zmást nové spotřebitele, což je dle mého názoru podstatou této registrace nových doménových jmen odlišujících se jen pomlčkou. Je pochopitelné, že v dnešní době je počet registrovaných doménových jmen natolik vysoký, že výběr dalších kvalitních doménových jmen je značně omezený. Ovšem využívat doménové jméno úspěšně fungujícího internetového obchodu se stejným či obdobným zbožím využívajíc pomlčku pro „odlišení“, mi přijde zavádějící a v některých případech i hraničící s parazitováním na pověsti známé obchodní firmy, ochranné známky či jiného názvu podnikajících osob.

V případech **parazitování na pověsti** je typické odkazování (pomocí tzv. hyperlinků) ke známým obchodním firmám v konkrétním odvětví hospodářské soutěže, které ovšem nemají nic (případně mají jen velmi málo) společného s majitelem webových stránek, ani s činností na těchto stránkách popisované. Dalším takovým nekalosoutěžním jednáním může být neopodstatněné užití chráněné obchodní firmy na webových stránkách soutěžitele nebo v reklamě na Internetu. *„Pokud žalovaný zvolil klíčové slovo v internetové reklamě slovo totožné se zněním celého kmene obchodní firmy žalobce, ač (byť to není podstatné) jako podnikateli v dané oblasti trhu mu tato skutečnost byla známa, pak za stavu, že tato reklama*

¹¹⁴ Rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 18. 9. 2007 sp. zn. 3 Cmo 122/2007 uvedeno v MACEK, Jiří. *Rozhodnutí ve věcech obchodní firmy a nekalé soutěže*. II. díl. Praha: C. H. Beck, 2011, s. 324. ISBN 978-807-4004-100.

s nabídkou služeb a zejména webových stránek žalovaného je automaticky nabídnuta zájemci, jenž si zadá do vyhledavače právě toto označení jako označení, jež mu jako průměrnému spotřebiteli utkvělo v paměti ze znění obchodní firmy žalobce, a jenž předpokládá výlučně nabídku služeb žalobce a odkaz na jeho stránky, je takové užití znění kmene obchodní firmy žalobce žalovaným pro svou vlastní reklamu a prezentaci služeb jednáním v rozporu s dobrými mravy soutěže.¹¹⁵ Podnikatel takto využívá dobré či známé pověsti jiného podnikatele a vyplývá mu z toho určitý zisk na úkor tohoto jiného podnikatele. Tím samozřejmě narušuje hospodářskou soutěž.

4.4.1 Cybersquatting

Podstatným a celosvětově rozšířeným nekalosoutěžním jednáním je užívání zaměnitelného nebo přímo shodného doménového jména s existující registrovanou obchodní firmou nebo ochrannou známkou. Tomuto chování se říká **cybersquatting**. Squat anglicky znamená neoprávněně se usadit, a to také uživatel tohoto doménového jména dělá. Pokud si soutěžitel vybere takto zaměnitelné nebo shodné doménové jméno, poškodí tím práva soutěžitele, který už chráněné označení používá a dojde k rozporu s dobrými mravy soutěže.¹¹⁶ Poškozený soutěžitel, pokud se s narušitelem (spekulantem) nedohodne, si poté musí dopomoci ke svým právům před soudem, případně u arbitráže UDRP (Uniform Domain-Name Dispute-Resolution Policy¹¹⁷), má-li toto sjednané při registraci. Tzv. cybersquatter si většinou toto doménové jméno zaregistruje za účelem dosažení zisku z následného prodeje nebo pronájmu osobě, která má na tomto doménovém jménu oprávněný zájem. Cybersquatteři si vytipovávají domény většinou podle potenciální návštěvnosti. Nicméně ne pokaždé se jedná přímo o přesný název.

Existují i další typy takového jednání. **TLD cybersquatting** využívá národních domén prvního řádu. Například pokud si společnost webovou stránku s doménovým jménem pyramida.com, cybersquatter si následně registruje národní domény prvního řádu jako pyramida.cz, pyramida.de, atp. Dalším případem je **typosquatting**, kde se využívá různých překlepů při nepozornosti uživatelů Internetu, kteří zadávají adresu přímo do vyhledávacího řádku v prohlížeči. Příkladem může být:

¹¹⁵ Rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 21. 10. 2009 sp. zn. 3 Cmo 121/2009 uvedeno v MACEK, Jiří. *Rozhodnutí ve věcech obchodní firmy a nekalé soutěže*. II. díl. Praha: C. H. Beck, 2011, s. 429. ISBN 978-807-4004-100.

¹¹⁶ Smejkal, V. *Nekalá soutěž na internetu*. *Právní rádce*, 2002, č. 2, s. 11. ISSN 1210-4817.

¹¹⁷ Arbitrážní proces. Více na ICANN: *Uniform Domain-Name Dispute-Resolution Policy* [online]. ICANN.org [21. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.icann.org/en/help/dndr/udrp>

- pramida.cz (chybějící písmeno),
- pyrramida.cz (písmeno navíc),
- pyrimda.cz (prohození písmen),
- pzramida.cz (rozdílná klávesnice),
- wwwpyramida.cz (chybějící tečka)
- a podobné.

Domain grabbing představuje tzv. zabraňovací nekalou soutěž. Je to jednání, kterým si narušitel pro sebe zajistí doménové jméno za účelem získání výhod nebo za účelem zabránění užívání tohoto doménového jména jiným uživatelem.¹¹⁸ Může to být hromadná registrace zaměnitelných či shodných doménových jmen s úmyslem tzv. blokace užívání ostatními soutěžiteli. Takovým zabraňováním chce narušitel majitelům obchodních firem či ochranných známek příslušné doménové jméno prodat nebo mu přivodit újmu.

Zajímavým případem nekalosoutěžního jednání je **reverse domain hijacking** neboli doménový únos. Jde o situaci, kdy narušitel zjistí, že konkrétní uživatel hodnotného doménového jména nevlastní k tomuto jménu ochrannou známku. Narušitel si tuto známku účelově zaregistruje. Prostřednictvím tzv. předběžného opatření se snaží poškodit a případně znemožnit podnikání tohoto uživatele. Předběžné opatření vede k zákazu užívání doménového jména. Narušitel tímto usiluje o paralyzování konkurence, a to s úmyslem přímo získat příslušné doménové jméno, anebo za určité „výkupné“ vzít žalobu zpět a zrušit tak předběžné opatření.¹¹⁹

Plánovaný (předběžný) cybersquatting je předvídaní určité situace, kdy narušitel předpokládá, že k této situaci dojde a následně z ní bude těžit. Například se chystá založení nové televizní stanice či televizního pořadu, a jakmile narušitel zjistí, jak se bude jmenovat, okamžitě si zaregistruje příslušné doménové jméno i jeho pravděpodobné obměny.

V prostředí Internetu se tedy můžeme dočkat několika podob cybersquattingu. Všechny mají shodnou podstatu, kterou je zlá víra a snaha o majetkový prospěch.

¹¹⁸ FRIMMEL, Martin. *Domain - grabbing* ze dne 1. 8. 2000 [online]. Právní rádce. Ihned [22. 4. 2013]. Dostupné z: http://pravnicaradce.ihned.cz/c4-10066260-12227930-F00000_detail-domain-grabbing

¹¹⁹ JANSÁ, Lukáš. *Cybersquatting a jeho podoby* ze dne 22. 9. 2008 [online]. Právo IT.cz [22. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.pravoit.cz/article/cybersquatting-a-jeho-podoby>

4.5 Regulace doménového jména

Na závěr této práce je příhodné pokusit se odpovědět na několik otázek týkajících se ochrany doménového jména a obchodní firmy. Mohly by to být otázky typu: Je obchodní firma na internetu dostatečně právně chráněna? Dá se dělat pro ochranu obchodní firmy v rámci doménového jména víc? Je potřeba zákonná regulace doménového jména a byla by tato regulace účelná? Měla by být registrace doménového jména přísnější? Mají mít registrátoři doménových jmen větší působnost? Není regulace doménového jména zásahem do svobodného prostředí internetu?

Obchodní firma, neboť je zapsána do obchodního rejstříku, stejně jako v běžném režimu, tak i na internetu je chráněna zákony, a to především zákoníkem obchodním. Avšak v prostředí internetu existuje více příležitostí k nekalým praktikám ohrožujících nejen obchodní firmu. Ochrana práv v elektronickém prostředí má některá specifika, která se odlišují od způsobu ochrany práv v běžných podmínkách. Je to hlavně větší možnost preventivního působení a včasného odhalování protiprávních jednání.

Je třeba na začátku podnikání na internetu vytvářet takové podmínky, aby bylo možné vzniklý konflikt rychle a bez větších problémů odhalit a dále podniknout kroky k minimalizaci dopadů z této situace. Technické hledisko nabízí možnost pomocí nějakého speciálního programu pravidelné kontroly dat obsažených na internetových stránkách. Z právního hlediska je zase mnohem výhodnější, když se obchodní firma nebo jiné označení zaregistruje také jako ochranná známka. Může se tak předejít možným spekulativním konfliktům.

Je jisté, že tato opatření nezabrání nekalosoutěžnímu jednání, ovšem vytváří lepší pozici pro následné řešení případného sporu. Dále je také důležité správné určení pasivně legitimovaných osob v případném soudním sporu, vymezení případných škod a dalších preventivních opatření do budoucna. Když k nějakému konfliktu dojde, nemusí se nezbytně zahajovat rovnou soudní proces. Existuje možnost dohody s druhou stranou, která může mít schůdnější dopad než soudní proces.

V rámci ochrany obchodní firmy jako doménového jména, jak už bylo řečeno, by se především měla činit řádná preventivní opatření. Nejdůležitější je vůbec výběr doménového jména, aby nebylo lehce zneužitelné, což se musí brát v potaz již při zápisu obchodní firmy do obchodního rejstříku. Se zvyšujícím se počtem zaregistrovaných doménových jmen je stále těžší vybrat doménové jméno (obchodní firmu), které by nebylo

zaměnitelné a zároveň bylo dobře zapamatovatelné. Konkurence nikdy nespí a soutěžitelů je mnoho. Další věcí, se kterou naprosto souhlasím, je zaregistrování příslušné ochranné známky. Myslím si, že se tím ušetří mnoho starostí. Ještě je dobré při registraci doménového jména dohodnout ve smlouvě rozhodčí doložku. Také může přispět k efektivnějšímu řešení případného sporu. V neposlední řadě je také důležité vybrat si správného registrátora doménových jmen, který bude doménové jméno spravovat dobře a s patřičnou péčí.

U otázky právní regulace doménového jména je odpověď značně nejistá. Ve vyspělých státech světa se doménová jména úspěšně registrují a většinou jejich zákonnou úpravu v právním řádu zakotvenou nemají. Proto se lze domnívat, že ani Česká republika právní regulaci doménových jmen nepotřebuje. Na druhou stranu kdyby existovala určitá regulace doménových jmen, mohla by směřovat k silnější ochraně práv a zájmů oprávněných osob. Zároveň je také potřeba respektovat dynamicky se rozvíjející trh a společnost a zvážit, zda by tato regulace stačila dohánět změny vyplývající z této dynamiky. Protože informační technologie se opravdu vyvíjí rychle, zdlouhavý proces vytváření pravidel upravujících současné vztahy by nebyl vůbec efektivní a ztratil by svůj účel.

Podle mého názoru by se ale dala změnit jedna věc týkající se registrace doménových jmen. Vzhledem ke stále častějšímu podnikání prostřednictvím e-shopů, by měla registrace doménového jména fungovat dle stejného režimu jako zápis obchodní firmy do obchodního rejstříku. Protože pro majitele internetových obchodů je jejich doménové jméno jako obchodní firma pro běžného podnikatele. Proto si myslím, že by měla platit přísnější pravidla pro registraci doménových jmen. Národní registrátoři by měli podobně jako rejstříkový soud prověřit před registrací, zda již neexistuje velmi podobné doménové jméno. Mám tím na mysli především tzv. pomlčková doménová jména a domény schválně se lišícími jen jedním písmenem. Registrátoři by také mohli upozorňovat žadatele o doménové jméno na důležitost prevence a nejlépe i na registraci ochranné známky. Uvědomuji si, že v nepřehledném množství registrovaných doménových jmen by bylo náročné zavést takové pravidlo, ale určité omezení by fungovat mohlo.

Svým způsobem by regulace doménových jmen mohla zasáhnout do svobody projevu v internetovém prostředí. Avšak si myslím, že nedostatečná kontrola registrace doménových jmen způsobuje horší dopad na svobodu podnikání v rámci hospodářské soutěže.

5 Závěr

Obchodní firma v rámci firemního práva patří do systému práv na označení, které jsou součástí tzv. průmyslových práv. Typickým znakem těchto práv je, že svůj vznik a povahu výlučnosti zakládají na státní autoritě. Označování podniků, výrobků a služeb je významným prostředkem k dosažení výhodnějšího postavení výrobce v hospodářské soutěži na tuzemském i mezinárodním trhu. Podnik postupem času získává na hodnotě i goodwillu. Firemní právo je pododvětvím obchodního práva. Je to soubor právních norem upravující právní vztahy, které souvisejí s tvorbou, užíváním, změnami a ochranou obchodní firmy. Předmětem je tudíž obchodní firma, která je nehmotným statkem.

Pojem obchodní firma je tedy název, pod kterým je podnikatel zapsán do obchodního rejstříku, a to dle ustanovení obchodního zákoníku. Jak se potvrdilo, je zvykem tento pojem užívat v nesprávném významu jak laickou veřejností, tak bohužel i v odborných kruzích. Tento stav je politováníhodný, ovšem nic jiného se s tím dělat nedá. Jedině, že by se opět začal používat přednovelizační pojem „obchodní jméno“.

Právo k obchodní firmě má dvě složky, pozitivní složkou je právo subjektu užívat obchodní firmy a negativní složkou je právo vyloučit ostatní z užívání shodného nebo zaměnitelného označení. Zároveň má majitel obchodní firmy povinnost provozovat veškerou činnost pod tímto označením.

Každý podnikatel, který chce zapsat obchodní firmu do obchodního rejstříku, musí dodržet všechny zásady obchodní firmy. Jsou to zásada firemní povinnosti, legality, nezaměnitelnosti (výlučnosti), zákazu klamavosti, pravdivosti a přiměřenosti, jasnosti, jednotnosti, nedělitelnosti a princip firemní volnosti a vázanosti. Přičemž obchodní zákoník uvádí jen dvě zásady, a to zásadu nezaměnitelnosti a zákazu klamavosti. Ostatní zásady se musí odvodit z obecných i zvláštních ustanovení, nebo i z dalších předpisů. Tento nedostatek vybízí k zamyšlení se nad komplexní úpravou všech zásad obchodní firmy do jednoho paragrafu a vyvarovat se zbytečnému odvozování.

Samozřejmě při tvorbě obchodní firmy musí podnikatel dodržovat určitá pravidla uvedená v obchodním zákoníku. Ještě před zápisem firmy do obchodního rejstříku by si každý podnikatel měl pořádně rozmyslet, jak bude jeho obchodní firma vypadat. Svou obchodní firmou musí spotřebitele i obchodní partnery zaujmout, upozornit je na svoje podnikání. Obchodní firma by měla být dobře zapamatovatelná, pokud možno originální a nezaměnitelná

s žádnou jinou obchodní firmou či ochrannou známkou. Výběrem své obchodní firmy si i zakládá na potencionální doménové jméno, protože je velká pravděpodobnost, že se bude chtít prezentovat na internetu. Je to důležité rozhodnutí, které ho bude provázet po celou dobu podnikání, pokud si obchodní firmu nebude chtít změnit.

Obchodní firma identifikuje podnikatele v právních vztazích jako konkrétní subjekt a také poskytuje právo na ochranu proti neoprávněnému užívání této obchodní firmy. Tento fakt se vztahuje i na zahraniční osoby, které podnikají na území ČR. Ochrana se vztahuje na písemnou formu obchodní firmy, ale i na její slovní znění. Obchodní firma by neměla ani znít zaměnitelně. Jak bylo řečeno, ochrana se vztahuje na neoprávněné užívání obchodní firmy. Tím je myšleno takové užívání obchodní firmy, které by bylo v rozporu s právními předpisy, především se zásadou nezaměnitelnosti. Takové jednání ohrožuje soukromý i veřejný zájem, protože je příhodné, aby byli podnikatelé rozeznáváni.

Už z úvodu bylo jasné, že hlavním právním předpisem pro ochranu obchodní firmy bude obchodní zákoník. Ten tedy upravuje ochranu absolutní i relativní. Absolutní ochrana působí proti všem. Znamená to, že každý, kdo byl dotčen na svých právech neoprávněným užíváním obchodní firmy, může se proti neoprávněnému uživateli domáhat, aby se takového jednání zdržel. Systém práv relativní ochrany obchodní firmy mohou využívat i ty osoby, které nemají obchodní firmu (nejsou zapsané v obchodním rejstříku), přičemž jsou účastníky hospodářské soutěže.

Relativní ochrana úzce souvisí s generální klauzulí nekalé soutěže. Ta je skutkovou podstatou nekalosoutěžního jednání za kumulativního splnění tří podmínek – jednání probíhá v hospodářské soutěži, je v rozporu s dobrými mravy soutěže a je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům. Generální klauzule je ještě doplněna zvláštními skutkovými podstatami nekalé soutěže. V souvislosti s obchodní firmou to jsou především vyvolání nebezpečí záměny a parazitování na pověsti, dále pak klamavá reklama, klamavé označení zboží a služeb, případně ještě srovnávací reklama a zlehčování.

Velmi důležitou oblastí ochrany obchodní firmy jsou právní prostředky ochrany. Tyto využijeme v případě, že dojde k neoprávněnému užívání naší obchodní firmy. Svých práv je možné se domáhat konkrétním žalobním nárokem, kterým je buď žaloba negatorní (zdržení se takového jednání), nebo žaloba odstraňovací, nebo poskytnutí přiměřeného zadostiučinění (i v penězích), nebo náhrada škody nebo vydání bezdůvodného obohacení nebo i několik zároveň. Kromě těchto nároků, ještě soud může rozhodnout o uveřejnění rozsudku.

Dle výše uvedeného můžu konstatovat, že ochrana obchodní firmy v českém právním řádu se mi jeví až na pár detailů dostatečná. Není perfektní a je pořád co zlepšovat. Hlavní výtku dostávají rejstříkové soudy, které ne zcela dostatečně kontrolují podmínky zápisu nové obchodní firmy do obchodního rejstříku. Kdyby byla kontrola pečlivější, mohlo se ušetřit mnoho soudních sporů ve věcech obchodní firmy.

Co se týče internetového prostředí, tam je nedostatků více. Kyberkriminalita je možná úplně kdekoli na internetu a na jakémkoli počítači. Internet je tak rozsáhlá síť, že jej není možné obsáhnout v nějakém právním předpisu. Se stoupajícím počtem uživatelů internetu stoupá i počet potenciálních zákazníků, roste počet prezentací na webových stránkách a tím se také zvyšuje nepřehlednost při vyhledávání informací na internetu. Tím pádem má dobré doménové jméno značný obchodní význam a tomu pak odpovídá i cena tohoto strategického doménového jména. Právě s rostoucím počtem a hodnotou doménových jmen roste i počet případů nekalosoutěžního jednání.

Doménové jméno totožné s obchodní firmou, které je zaregistrované u příslušného národního registrátora, se může při neoprávněném užívání řídit v podstatě stejnými právními předpisy jako obchodní firma. Ovšem příležitostí a skulinek je na internetu mnohem více než v běžném podnikání podchyceném právními předpisy. Doménové právo nemá žádnou zákonnou definici, registrátoři mají ve své podstatě neomezené pravomoce, samotná nedokonalá registrace nových doménových jmen přímo vybízí k nekalosoutěžnímu chování. Takto by se dalo pokračovat dál. Nikde neplatí víc zásada prevence, než v internetovém prostředí. Účinnou obranou proti zbytečnému nekalosoutěžnímu jednání je právě preventivní opatření, a to kdykoli, když se rozhodneme cokoli dávat cokoli na internet. Musíme mít na paměti, že internet je globálně dostupné místo, kde si sice kdokoli cokoli může dát, ale naopak i vzít a případně zneužít.

Seznam použité literatury a pramenů

Knihy

1. ČERNÁ, Stanislava aj. *Sbírka příkladů z obchodního práva*. 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2011, 412 s. ISBN 978-807-3575-946.
2. DEVÁTÝ, Stanislav a Petr TOMAN. *Ochrana dobré pověsti a názvu právnických osob*. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2001, 199 s. ISBN 80-720-1297-5.
3. DIBLÍK, Jan a François VEIT. *Mediální právo a práva k nehmotným statkům v České republice: Media law and intellectual property law in the Czech Republic*. Praha: Linde, 2012, 259 s. ISBN 978-80-7201-863-5.
4. DISMAN, Marek. *Právní úprava domény "EU"*. Praha: Linde, 2011, 199 s. ISBN 978-807-2018-529.
5. ELIÁŠ, Karel, Josef BEJČEK a Petr HAJN. *Kurs obchodního práva: obecná část: soutěžní právo*. 5. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007, 610 s. ISBN 978-807-1795-834.
6. FALDYNA a kol. *Obchodní právo*. 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010, 1208 s. ISBN 978-80-7357-577-9.
7. HAJN, Petr. *Jak jednat v boji s konkurencí*. O právní úpravě nekalé soutěže. 1. vyd. Praha: Linde, 1995, 239 s. ISBN 80-856-4793-1.
8. HAJN, Petr. *Právo nekalé soutěže*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 1994, s 239. ISBN 80-210-0923-3.
9. HAJN, Petr. *Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2000, 329 s. ISBN 80-210-2282-5.
10. HOFBAUER, Karel. *Duševní vlastnictví: Práva k nehmotným statkům – patenty, ochranné známky, autorské právo*. 1. vyd. Ústí nad Labem: Univerzita Jana evangelisty Purkyně, Sociálně ekonomická fakulta, 1998, 93 s. ISBN 80-7044-208-5.
11. KNAP, Karel. *Práva k nehmotným statkům*. 1. vyd. Praha: Codex, 1994, 245 s. ISBN 80-901-1853-4.

12. LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Práva na označení: Obchodní jméno, ochranné známky, označení původu výrobku*. 1.vyd. Praha: Orac, 1997, 213 s. ISBN 80-901-9383-8.
13. LOCHMANOVÁ, Ludmila. *Základy obchodního práva*. 1.vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009, 260 s. ISBN 978-807-4180-446.
14. MACEK, Jiří. *Rozhodnutí ve věcech obchodní firmy a nekalé soutěže*. II. díl. Praha: C. H. Beck, 2011, 594 s. ISBN 978-807-4004-100.
15. MUNKOVÁ, Jindřiška. *Ochranné známky, další práva na označení a hospodářská soutěž*. 1.vyd. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2000. 122 s. ISBN 80-85100-95-9.
16. MUNKOVÁ, Jindřiška. *Právo proti nekalé soutěži: komentář*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2008, 233 s. ISBN 978-807-1795-438.
17. ONDREJOVÁ, Dana aj. *Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2010, 315 s. ISBN 978-807-3575-052.
18. PELIKÁNOVÁ, Irena. *Komentář k obchodnímu zákoníku: podle právního stavu k 1. 4. 2003*. 3. vyd. Praha: Linde, 2003, 614 s. ISBN 80-720-1420-X.
19. POKORNÁ, Jarmila. *Obchodní zákoník. Komentář*. 1.vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009, 1079 s. ISBN 978-807-3574-918.

Články v odborném časopise

20. LOCHMANOVÁ, Ludmila. Firemní dodatky I. *Právní rádce*. 2006, č. 5, s. 2-21. ISSN 1210-4817.
21. LOCHMANOVÁ, Ludmila. Obchodní firma a tvorba firemního kmene I. *Právní rádce*. 2006, č. 12, s. 4-11. ISSN 1210-4817.
22. LOCHMANOVÁ, Ludmila. Ochrana obchodní firmy. *Právní rádce*. 2007, č. 4, s. 24-34. ISSN 1210-4817.
23. SMEJKAL, V. Nekalá soutěž na internetu. *Právní rádce*. 2002, č. 2, s. 11. ISSN 1210-4817.

24. VEČERKOVÁ, Eva. Aktivní legitimace ve sporech z nekalé soutěže po novele obchodního zákoníku. *Obchodní právo: časopis pro obchodně právní praxi*. 2001, č. 8, s. 2-11. ISSN 1211-8278.
25. VEČERKOVÁ, Eva. Obchodní firma a nekalá soutěž. *Časopis pro právní vědu a praxi*. 2008, č. 1, s. 31-41. ISSN 1210-9126.
26. VEJNAR, Jiří. *Internet - připojení a domény: nejrychlejší spojení se světem*. Praha: PC World, 2002, s. 34-46. Příloha časopisu PC World. ISSN 1210-1079.

Právní předpisy

27. Zákon č. 40 ze dne 26. února 1964 občanský zákoník. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 1964, částka 19, s. 201-248. Dostupný také z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=1257>. ISSN 1211-1244.
28. Zákon č. 99 ze dne 4. prosince 1963 občanský soudní řád. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 1963, částka 56, s. 5010-5053. Dostupný také z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=6289>. ISSN 1211-1244.
29. Zákon č. 480 ze dne 29. července 2004 o některých službách informační společnosti a o změně některých zákonů. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2004, částka 166, s. 9470-9475. Dostupný také z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=z&id=22737>. ISSN 1211-1244.
30. Zákon č. 513 ze dne 5. listopadu 1991 obchodní zákoník. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 1991, částka 98, s. 2474-2565. Dostupný také z: <http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2510>. ISSN 1211-1244.

Elektronické zdroje

31. ADVOKÁTNÍ PATENTOVÁ ZNÁMKOVÁ KANCELÁŘ. Advopatent: *Co je to doménové jméno z roku 2013* [online]. Advopatent.cz [20. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.advopatent.cz/cz/obchodni-firma-a-domeny/>
32. DotMobi: *Real-time device intelligence z roku 2013* [online]. Dotmobi.com [19. 4. 2013]. Dostupné z: <http://dotmobi.com/content/technology#mobi>

33. FRIMMEL, Martin. *Domain - grabbing* ze dne 1. 8. 2000 [online]. Právnický rádce. Ihned [22. 4. 2013]. Dostupné z: http://pravnickyradce.ihned.cz/c4-10066260-12227930-F00000_detail-domain-grabbing
34. HAKL, Martin. *Doménové jméno, obchodní firma a ochranné známky v síti internet* ze dne 30. 3. 2011 [online]. Epravo.cz [15. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/clanky/domenove-jmeno-obchodni-firma-a-ochranne-znamky-v-siti-internet-72328.html>
35. ICANN: *Uniform Domain-Name Dispute-Resolution Policy* [online]. ICANN.org [21. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.icann.org/en/help/dndr/udrp>
36. JANSKA, Lukáš. *Cybersquatting a jeho podoby* ze dne 22. 9. 2008 [online]. Právo IT.cz [22. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.pravoit.cz/article/cybersquatting-a-jeho-podoby>
37. JANSKA, Lukáš. *Konflikt domény s ochrannou známkou nebo obchodní firmou z roku 2013* [online]. Právo IT.cz [21. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.pravoit.cz/article/konflikt-domeny-s-ochrannou-znamkou-nebo-obchodni-firmou>
38. KOČÍ, Petr. *Co je to obchodní firma* ze dne 7. 3. 2005 [online]. Eadvokacie.cz [14. 2. 2013]. Dostupné z: <http://www.e-advokacie.cz/cz/clanky/obchodni-pravo/co-je-to-obchodni-firma-.html>
39. KOJZAROVÁ, Alena. *Doménové právo v ČR* [online]. Akvks.cz [21. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.akvks.cz/userfiles/file/Domenove%20pravo%20v%20CR.pdf>
40. LAUSCHMANN, Jindřich. *Co byste měli vědět o nových doménách prvního řádu* ze dne 24. 6. 2011 [online]. Tyinternety.cz [19. 4. 2013]. Dostupné z: <http://www.tyinternety.cz/2011/06/24/clanek/co-byste-meli-vedet-o-novych-domenach-prvniho-radu/>
41. SAGIT: *Obchodní jméno* ze dne 1. 5. 2004 [online]. Sagit.cz [14. 2. 2013]. Dostupné z: http://www.sagit.cz/pages/lexikonheslatxt.asp?cd=152&typ=r&levelid=ob_134a.html
42. ZADRAŽILOVÁ, Iva. *Nebezpečí zneužití osobních informací v době globálního monitoringu s přihlédnutím k možnostem ochrany soukromí* ze dne 5. 10. 2009 [online]. Inflow: Information journal [15. 4. 2013]. Dostupné z: [72](http://www.inflow.cz/nebezpeci-</p></div><div data-bbox=)

zneuziti-osobnich-informaci-v-dobe-globalniho-monitoringu-s-prihlednutim-k-moznostem-
ochr-0

Seznam zkratk

ccTLD	Country code Top Level Domain – národní doména prvního řádu
ČR	Česká republika
DNS	System doménových jmen
FO	Fyzická osoba
gTLD	Generic Top Level Domain – generická doména prvního řádu
ICANN	Mezinárodní instituce pro správu národních domén prvního řádu
IDN	Mezinárodní systém pro znaky národních obced
IP adresa	Internet Protocol Adress
IT	Informační technologie
NIC	Network Information Center – síťové informační středisko
ObčZ	Občanský zákoník
ObchZ	Obchodní zákoník
OSŘ	Občanský soudní řád
PO	Právnícká osoba
SEO	Search Engine Optimization – optimalizace pro vyhledávače
SLD	Second Level Domain – doménové jméno druhého řádu
TLD	Top Level Domain – doménové jméno prvního řádu
UDRP	Uniform Domain-Name Dispute-Resolution Policy
USA	Spojené státy americké
VoIP	Hlasový přenos pomocí IP protokolu

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. - autorský zákon, zejména § 35 - užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 - školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 26. 4. 2013



Bc. Kristýna Švecová