

ЗНАЧАЈ ПРАВА ЖИГА ЗА РАЗВОЈ МЕЂУНАРОДНОГ ПОСЛОВНОГ ПРАВА

Стручни чланак

doi: 10.7251/SPM1548285D

***Апстракт:** Право жига представља једно од права које чине корпус права индустријске својине. Разлог његовог издвајања у односу на остала права индустријске својине и посебног значаја, је због способности права жига да због своје основне функције, а то је дистинктивност заправо пружа јединствену економску добит за имаоца права жига. У модерној економији имати препознатљиву ознаку чини претпоставку унапријед обезбјеђене продаје робе како на домаћем тако и међународном нивоу. Као доказ томе је повећање закључења уговора о лиценци; те повећање броја судских спорова који за предмет имају повреду права жига. Због економске добити коју пружа имаоцу право жига је често предмет „подражавања жига“, неовлашћеног коришћења жига за означавање робе исте или сличне врсте; означавање фалсификоване робе заштићеним жигом... Другим ријечима правна пракса доказује да активно коришћење и заштита права жига пропорционално утиче на развој правне теорије међународног пословног права.*

***Кључне ријечи:** Право жига; повреда права жига; међународно пословно право.*

УВОД

Право жига представља скуп правних норми које уређују правне односе у вези са заштитом ознаке жигом. „Жиг је назив за

* Виши асистент на Факултету пословне економије Бијељина, Универзитета у Источном Сарајеву.

субјективно право индустријске својине, које за предмет заштите има ознаку (знак, марку) којом титулар жига обележава своје производе или услуге у привредном промету у циљу њиховог разликовања од исте или сличне робе или услуга других субјеката“.¹ „Жиг спада у знакове разликовања робе и услуга, а служи као доказ квалитета одређеног производа или услуге, па има конкурентску функцију у промету роба и услуга. Производ без жига не може ући у земље Европске Уније. У случају повреде жига запљењује се роба“.²

Поријекло жига није скоријег датума, „у средњем веку коришћење ознака је коначно постало повезано са развојем и ширењем усавршених заната (*trades*), одакле и потиче термин „жиг“ (*trademark*). Ознаке су коришћене да покажу да је неки производ начинио члан одређеног занатског удружења, гилде, познатог по свом искуству и вештини. На француском термин за жиг *marque deposee*, где је *deposee*, значило да је знак регистрован у занатској гилди. У савременом добу, жигови су се развили у идентификаторе производа појединачних компанија и постали значајно пословно власништво. Како су чувене марке производи (*brands*) постале важан маркетиншки концепт, правној заштити жигова је такође порасла важност. Данашњи израз „жиг“ је постао скоро синоним за „марку“. Термин „поуздани жиг“ (*brand equity*) означава финансијску вредност жигова у смислу доприноса репутацији компаније-власника“.³

„У пословном свету жигови су важан део маркетиншке стратегије. Жиг (често називан “знак“) може бити реч, слоган, лого, боја или комбинација боја и звукова па чак и мирис. Жиг који потрошачи јасно препознају, може бити највредније појединачно

¹ Слободан М. Марковић. *Право интелектуалне својине*, (Београд 2000), 144-145.

² Михајло Велимировић. *Привредно право*, (Српско Сарајево 2001), 131.

³ Камил Идрис. *Интелектуална својина моћно средство економског раста*, (Београд 2003), 125-126.

добро интелектуалне својине или чак и највреднија од свих видова имовине коју може да поседује неко предузеће“.⁴

Право жига је типично право индустријске својине, које у себи садржи искључива имовинскоправна овлашћења. Односно право жига се успоставља зарад несметаног привредног искоришћавања ознаке. Установљава се као право индустријске својине од стране надлежног органа. Његова заштита је неограниченог временског трајања.

У пословном свијету велику улогу играју трговачке марке или заштитни знаци и тзв. брендови обзиром да су „имиџ и углед јако важни у пословању; називи брендова се посебно вриједнују као показатељ добре воље. Оне могу да привуку муштерију и такође могу бити тржишна роба по самосталном праву. Имена брендова и трговински углед су заштићени правом трговачке марке“.⁵

„Уколико је компанија регистрована под фирмом која у себи садржи заштићену ознаку (жиг) неког другог посла, остао би празан простор за кршење права такве ознаке. Према томе било би мудро за промотере или њихове заступнике да изврше провјере у регистру прије пријаве у регистар, уколико за то постоји оправдана забринутост“.⁶

Значај права жига никако није занемарљив, јер имати препознатљиву ознаку, која улива повјерење купцима, да се ради о производу који је квалитетан, произведен по одређеним стандардима, гарантује сигурну продају ових производа. Неке од ових ознака представљају статусне симболе у друштву, као што су аутомобили, сатови, техничка опрема, те није не изненађује што су на мети не само очигледног кршења права жига у виду производње пиратских производа, већ и у виду прикривеног кршења права жига у виду разводњавања жига.

⁴ *Ibid*; 124.

⁵ Роберт Брадгејт и (*Bradgate Robert and*), Фиделма Вајт. (*White Fidelma*) . *Commercial law*, (New York 2005), 464.

⁶ Скот Џ. Слорак и (*Slorach J.Scott., and*) Џејсон Елис (*Ellis Jason*). *Business Law*, (New York 2005), 51.

Чувени жиг или тзв „славни“ жиг, се посебно изучава у праву жига, гдје се ознака као предмет заштите права жига, не везује за одређену врсту робе, као што је правило, већ као изузетак, због своје чувености означава више производа, који потичу од истог титулара права чувеног жига. Сматра се да је чувени жиг онај, „којим се штити ознака која је код учесника у промету стакла највећи могући степен познатости. Пракса у једном делу упоредног права сматра да жиг постаје чувен ако преко 70% становништва одређене државе зна, да одређени субјект користи заштићену ознаку за обележавање своје робе или услуга. Таква ознака је постала вишезначан симбол привредне активности субјекта који је користи, чиме је превазишла ограниченост своје првобитне везаности за одређену врсту робе или услуге. Које су правне последице те околности? Прво, уколико постоји чувени жиг, нико више не може заштитити исту ознаку за било коју врсту робе или услуге. Друго, уколико неовлашћено лице користи ознаку која је иста као ознака заштићена чувеним жигом, за било коју врсту робе или услуга, оно може бити тужено због тзв. „разводњавања жига“.⁷

Разлог због којег им се пружа шира правна заштита јесте због њихове вишеструке функције у доношењу економских користи.

„Познати жиг може да:

- повећа појединачну продају,
- ојача и учврсти верност потрошача,
- помогне у одговору на притисак такмаца,
- повећа зараду и профитабилност,
- прошири и одржи део тржишта,
- разликује производе,
- помогне увођењу нових линија производа,
- добије накнаду кроз лиценцирање програма,
- пружи основу за франшизе,

⁷ Слободан М. Марковић. *Право интелектуалне својине*, (Источно Сарајево, 2007), 140.

- подржи стратешка партнерства и маркетиншка савезништва,
- оправда вредновање корпорације у новчаним трансацијама,
- подигне свест о добротворном деловању,
- укаже на испуњење захтева за безбедност производа,
- покаже да производ задовољава техничке спецификације,
- увери у усклађеност сложених техничких система“.⁸

1. ОЗНАКА КАО ПРЕДМЕТ ЗАШТИТЕ

„Под ознаком се у праву жига сматра свако име или знак који је подобан да у промету служи за разликовање одређене робе или услуге другог привредног субјекта. Ознака може бити вербална или визуелна“.⁹

У старој теорији прије свега англосаксонској, ознака као предмет заштите се нешто другачије дефинише али је циљ постојања заштите исти. Ознаку дефинишу као „ознаку поријекла или извора. Њена функција је разликовање робе од једног извора од робе која потиче од других извора“.¹⁰

Визуелне ознаке представљају слике које се могу комбиновати са тоновима. Ознаке могу бити и фантастичне, односно да не посједују никакво значење саме по себи. Ознака се по правилу везује за предмет заштите односно за одређену робу. Тако да је у праву установљено тзв. „начело специјалности, које има сљедеће значење: „да се ознака не може заштити жигом ако лице које жели заштиту није одредило врсту робе или услуге коју њоме означава или ће означавати. Друга је да се искључиво дејство жига

⁸ Камил Идрис. *Интелектуална својина моћно средство економског раста*, (Београд 2003), 129.

⁹ Слободан М. Марковић. *Право интелектуалне својине*, (Београд 2000), 145.

¹⁰ Роберт Брадгејт и (*Bradgate Robert and*) Фиделма Вајат. (*White Fidelma*). *Commercial law*, (New York 2005), 464.

простире само на коришћење заштићене ознаке за ту исту (или сличну) врсту робе или услуге“.¹¹ „Ознака према томе мора бити различита у смислу да може да обезбједи крајњим потрошачима комерцијалну гаранцију да роба на коју је наведена потиче од одређеног извора“.¹²

1.1. Начин стицања жига

„Право на жиг се добија у одговарајућем поступку код надлежног органа (савезни завод за патенте), и уписује се у регистар важећих жигова“.¹³

„У упоредном праву постоји неколико начина стицања жига. Основна су два начина: употребом ознаке и регистрацијом“.¹⁴

Први систем настанка жига путем употребе ознаке, је типичан за англосаксонско право тачније за амерички правни систем. Те уколико неко лице трајно употребљава жиг у привредне сврхе, на њему има и право заштите. Овакав систем се донекле заснива на стицању права путем протеча времена. Међутим овакав систем, иако је имао намјеру да заштити савјесног имаоца жига, није испунио свој циљ, обзиром да ипак постоји велика несигурност у доказивању права првенства, затим прекида и застоја протеча времена за остварење права, као одређене врсте одржаја. Други систем, односно систем регистрације, је доста проширенији и прихваћенији и у домаћем правном систему. Тако да се право жига установљава путем регистрације у надлежним органима. Самим тим овим системом је установљен потпунији систем заштите права жига. Као недостатак овог система заснивања права, се сматра да

¹¹ Слободан М. Марковић. *Право интелектуалне својине*, (Београд 2000), 144-145.

¹² Роберт Брадгејт и (*Bradgate Robert and*) Фиделма Вајат. (*White Fidelma*). *Commercial law*, (New York 2005), 446.

¹³ Михајло Велимировић. *Привредно право*, (Српско Сарајево 2001), 132.

¹⁴ Слободан М. Марковић. *Право интелектуалне својине*, (Београд 2000), 147.

постоји могућност некоришћења жига, те закон успоставља могућност укидања права жига у случају некоришћења жига.¹⁵

1.2 Услови заштите

Да би одређена ознака добила заштиту морају се испунити услови предвиђени законом. Услови су наведени таксативно у закону и самим тим морају бити испуњени на дан подношења пријаве регистрације жига. Услови заштите се односе на: дистинктивност ознаке; неизазивање забуне у промету; ознака не смије бити супротна закону или моралу; ознака не смије да садржи званичне знакове квалитета; ознака не смије бити истовјетна или слична са раније заштићеном ознаком другог лица, за исту или сличну врсту робе или услуге; ознака не смије бити истовјетна или слична незаштићеној ознаци другог лица, која је несумњиво позната учесницима у промету; ознака не смије бити истовјетна или слична чувеној ознаци, без обзира на врсту робе или услуге; ознака не смије садржавати нити подражавати: назив или обиљежја државе или међународне организације, име или лик живе, умрле и знамените личности.¹⁶

1.2.1 Дистинктивност ознаке

„Под дистинктивношћу се подразумева начелна подобност ознаке да буде у функцији означавања робе или услуга у промету тј. да служи индивидуализацији и разликовању робе или услуге једног субјекта од исте или сличне робе или услуге другог субјекта“.¹⁷ Услов дистинктивности ознаке није услов који је апсолутне природе. Постоје ознаке које нису ни у каквој корелацији са робом, коју означавају.

¹⁵ Према Слободан М. Марковић. *Право интелектуалне својине*, (Београд 2000), 148.

¹⁶ Према Слободан М. Марковић. *Право интелектуалне својине*, (Источно Сарајево 2007), 143-148.

¹⁷ Слободан М. Марковић. *Право интелектуалне својине*, (Београд 2000), 148.

1.2.2 Неизазивање забуне у промету

Ознака не смије изазивати забуну код трећих лица. Односно не смије изазивати заблуду ни превару код учесника промета. Заблуда се може односити на врсту робе, својства робе, њен квалитет или у вези било којег својства робе.

1.2.3 Ознака не смије бити супротна закону или моралу

„Ознака чије је објављивање и јавно коришћење забрањено законом или је у супротности са владајућим моралним назорима заједнице, не може се штитити жигом“.¹⁸

У овом случају се ради о ознакама које су у супротности са јавним поретком и моралом. Но, и у погледу испуњености наведених услова не постоји апсолутност поготово у погледу морала, обзиром да се схватање истог не може једнозначно одредити за сваку временску епоху посебно. Одређено понашање које се прије 50 година сматрало неморалним, данас се сматра потпуно прихватљивим са моралног аспекта.

2. СУБЈЕКТ ЗАШТИТЕ

„Право на заштиту ознаке жигом има лице које је привредни субјект. Под привредним субјектом подразумева се субјект који се бави производњом и прометом робе, односно пружањем услуга“.¹⁹ У наведеном случају првенство заштите права жига се пружа лицима која се баве привредном дјелатношћу, другим ријечима уколико ималац права жига не користи своје заштићено право ризикује да исто изгуби. Разлог томе је што би неки трећи субјект и користио наведено право али није у могућности иако се

¹⁸ *Ibid*; 150.

¹⁹ Слободан М. Марковић. *Право интелектуалне својине*, (Источно Сарајево 2000), 152.

бави привредном дјелатношћу, обзиром да се заштићена ознака налази код трећег лица које је не користи.

3. ПРЕСТАНАК ПРАВА ЖИГА

Право жига може да престане на више начина, по редовном току ствари оно престаје истеком законског рока, но исто тако престаје брисањем из регистра, у случајевима када „није кориштен унутар периода од пет година од дана регистрације, уколико без ваљаног разлога није континуирано кориштен пет година те самим тим постао уобичајен назив за одређену врсту роба и услуга у вези чега је и регистрован“.²⁰

4. ОГРАНИЧЕЊЕ ПРАВА ЖИГА

Одређена ограничења права жига, иду у истом правцу као и ограничење патента, у погледу поштовања јавног поретка, док се остала ограничења, крећу према природи саме ознаке, као предмета заштите права жига. Према томе „не могу се заштитити правом на жиг знакови који су противни моралу и закону; који није подобан за разликовање; који означава врсту робе у генеричном смислу; који могу да стварају забуну на тржишту; у промету; који је већ заштитило неко лице; који је несумњиво познат као знак високог реномеа неког другог лица“.²¹

5. ПРОМЕТ ПРАВА ИНДУСТРИЈСКЕ СВОЈИНЕ (ПРАВА ЖИГА)

Промет права интелектуалне својине се одвија *inter vivos* и *mortis cause*. Постоји јасна разлика у промету имовинскоправних

²⁰ Роберт Брадгејт и (*Bradgate Robert and*) Фиделма Вајт. (*White Fidelma*). *Commercial law*, (New York 2005), 469.

²¹ Михајло Велимировић. *Привредно право*, (Српско Сарајево 2001), 131.

и личноправних овлашћења. Разлика постоји и у врсти промета, односно да ли се ради о преносу или уступању права.

У случају личноправних овлашћења, која су везана за ауторска права и која су као таква везана за аутора, поставља се питање могућности њиховог преноса на трећа лица. Обзиром да правни поредак штити аутора, из разлога што је тај исти аутор својим духом створио одређено ауторско дјело, колико би било оправдано дозволити пренос ових права. Не заборавимо да и у оквиру појединих права индустријске својине постоје одређена личноправна овлашћења.

У том смислу је формирана одређена правна конструкција, путем које се избјегава промет личноправних овлашћења али се установљава по „основу дозволе коју титулар даје другом лицу. Дозвола, коју, на пример, аутор даје другом лицу да објави или преради његово дјело има карактер уговора чије се дејство исцрпљује *inter partes*.

Овим уговором се титулар личноправних овлашћења обавезује да толерише (трпи) да његов саговорник врши одређену радњу која чини садржину личноправног овлашћења. Дакле, на основу тог уговора, стицалац дозволе не постаје правни следбеник титулара личноправног овлашћења, јер овлашћење није прешло на стицаоца дозволе, већ је неокрњено остало код свог титулара“.²²

Предвиђа се чак и могућност да је могуће да се титулар и треће лице договоре око тога да то лице не мора да поштује нека од личноправних овлашћења титулара. „И једна и друга дозвола су по својој природи, уговор о уздржавању од тужбе за повреду права (*pactum de non petendo*). Кад би титулар личноправног овлашћења ипак тужио стицаоца дозволе због повреде свог овлашћења, суд би му ускратио правну заштиту с позивом на забрану поступања противно савесности и поштењу“.²³

²² Слободан М. Марковић. *Право интелектуалне својине*, (Београд 2000), 186-187.

²³ *Ibid*; 187.

Промет имовинскоправних овлашћења права интелектуалне својине се одвија несметано, било *inter vivos* или *mortis cause*. У случајевима *inter vivos* се врши путем уговора или по основу закона (*ex lege*), но уколико се пренос врши путем *mortis cause*, онда се врши путем наслеђивања.

Постоје два облика промета имовинскоправних овлашћења: трансалативни и конститутивни. Наведено рјешење није типично само за домаће право, већ је предвиђено и у оквиру англосаксонског права.

5.1. Конститутивни облик промета

Конститутивни облик промета права интелектуалне својине, је слободно можемо рећи дјелимичан и неправи вид преноса имовинскоправних овлашћења, са титуалара на друго лице, зато што се и не ради о преносу већ о уступању на коришћење права, и то не свих права већ само одређених права.

„Аутор или интерпретатор, као и њихови наследници могу уговором вршити једино конститутивни промет својих имовинскоправних овлашћења, тј. могу закључивати само уговоре о уступању својих овлашћења, а не и о преносу истих. Ово ограничење последица је историјског става, по којем се ауторско право и право интерпретатора због своје везаности за личност аутора, односно интерпретатора, може отуђити само у свом имовинскоправном аспекту“.²⁴

„Уговор о лиценци закључује се поводом искоришћавања објеката индустријске својине“.²⁵ „Уговор о лиценци је такав уговор којим се сопственик, титулар патента обавезује да уступи другом лицу - кориснику лиценце, титулару лиценце, уживање и коришћење датог патента, а корисник лиценце се обавезује да сопственику патента плаћа уговорену накнаду (*royalty*). Уговором о лиценци, или просто лиценцом не уступа се право патента јер сопственик титулар

²⁴ *Ibid*; 189.

²⁵ Луција Спировић-Јовановић. *Трговинско право*, (Београд 2004), 352.

патента и даље остаје сопственик патента. Титулар, корисник лиценце стиче само право уживања и коришћења датог патента“.²⁶

Најчешћи вид оваквог промета је путем закључења уговора, поготово у оквиру права индустријске својине путем уговора о трансферу технологије, чији предмет могу бити „сва преносива и непреносива права индустријске својине (патент, модел, узорак и жиг), знање и искуство (*know-how* као незаштићено право индустријске својине) као и разне комбинације заштићених и незаштићених права. Са заштићеним правима индустријске својине изједначавају се, те тиме могу да буду предмет овог уговора, и проналасци, жигови, узорци и модели који се налазе у поступку заштите, под условом (раскидни услов) да захтев за признавање одговарајућег права индустријске својине код надлежног националног органа буде прихваћен и да дато право буде на прописан начин регистровано“.²⁷

Између ова два уговора постоји корелација, тачније „традиционално коришћени термин за означавање овог правног посла “уговор о лиценци“ у новије време, полако се напушта и све више уступа место термину “уговор о трансферу технологије“. „Овом иновацијом се жели указати и на промену у предмету самог уговора. Наиме, традиционално уговор о лиценци означава уступање патентираних проналазака и евентуално узгредно уступање свега осталог, посебно тзв. *know-how*“.²⁸

Права интелектуалне својине су уско повезана и са правом франшизинга, односно ауторска права су подложна преношењу и путем уговора о франшизингу тј. не преноси се власништво над ауторским правима, већ права коришћења одређених ауторских права, и то у ограниченом обиму како је одређено у самом уговору. „Ауторска права су део свежња права која штити франшизинг пакет и представљају важну компоненту заштите од злоупотребе и имита-

²⁶ Радомир Ђуровић и Будимир Стакић. *Закључивање спољнотрговинских уговора, са огледним примерима уговора*, (Београд 1991), 202.

²⁷ Мирко Васиљевић. *Трговинско право*, (Београд 2006), 256-257.

²⁸ Мирко Васиљевић, Марко Рајчевић и Витомир Поповић. *Уговори у привреди теорија-пракса-обрасци*, (Бања Лука 2002), 383.

ције. Франшизер је носилац ауторског права на пословном приручнику, рекламним материјалима, дизајну читавог система (од зграде и ентеријера до меморандума), и то је посебно наглашено у уговорима о франшизингу. Ови предмети заштите не смеју се репродуковати, нити имитирати на било који начин, и то сви уговори о франшизингу изричито уређују. Овлашћујући примаоца да користи франшизинг систем даје се и ауторскоправна лиценца на деловима система који су заштићени ауторским правима²⁹.

Наравно и у оквиру ауторског права њихов промет се врши уступањем, тачније путем ауторских уговора. „Ауторски уговори су правни послови о објављивању ауторских дјела“³⁰. „Издавачким уговором аутор преноси на издавача право објављивања ауторског дела штампањем, односно умножавањем“³¹.

5.2 Транслативни промет

„Транслативни облик промета искључивих имовинско-правних овлашћења је такав облик промета код којег долази до преноса (цесије) тих овлашћења са једног лица на друго лице. Преносилац овлашћења престаје бити титулар овлашћења, док стицалац постаје нови титулар тих истих овлашћења“³².

6. МАДРИДСКИ АРАНЖМАН О МЕЂУНАРОДНОЈ РЕГИСТРАЦИЈИ ЖИГОВА

Основна одлика Мадридског аранжмана о међународној регистрацији жигова је да се омогући титулару права жига да обезбиди заштиту у више земаља путем јединствене пријаве. Суштина своди се на увођење међународне пријаве жига, којом

²⁹ Милан С. Париводић. *Право међународног франшизинга*, (Београд 2003), 173.

³⁰ Михајло Велимировић. *Привредно право*, (Подгорица 1998), 761.

³¹ Владимир Капор и Славко Царић. *Уговори робног промета*, (Београд 1990), 471.

³² Слободан М. Марковић. *Право интелектуалне својине*, (Београд 2000), 189.

једно лице може затражити регистрацију свог жига у више држава чланица МА.

Услов који мора бити претходно задовољен је да је то лице већ извршило регистрацију жига у земљи порекла. Под земљом порекла сматра се:

- а) држава чланица МА у којој пријавилац има стварно и озбиљно предузеће, или
- б) држава чланица МА у којој пријавилац има пребивалиште, или
- в) држава чланица МА чији је пријавилац држављанин³³.

„Међународна пријава, са назначењем држава чланица МА у којим пријавилац жели да региструје жиг, доставља се националном заводу земље порекла. Тај завод прослеђује пријаву Међународном бироу при *WIPO*. Пошто изврши проверу формалне уредности пријаве и, евентуално уз сарадњу са пријавиоцем отклони уочене недостатке пријаве, Међународни биро уписује жиг у свој међународни регистра жигова, затим обавештава националне заводе назначених држава о регистрацији, и објављује регистрацију у свом службеном гласилу³⁴“.

Специфично рјешење које предвиђа МА је свакако повезаност националног жига са жигом заштићеним МА. „Међународна регистрација жига је у првих пет година зависна од валидности националног жига у земљи порекла. Другим речима, ако у том периоду национални жиг у земљи порекла престане да важи (из било којег разлога), жиг се брише из Међународног регистра, што повлачи престанак заштите у свим назначеним државама³⁵“ Ово рјешење прије свега у први план ставља национално законодавство и националне заводе за заштиту жига.

Као и унутар националне регистрације жига тако и „међународна регистрација жига подлеже плаћању прописаних такса.

³³ *Ibid*; 341.

³⁴ *Ibid*; 341.

³⁵ *Ibid*; 342.

Она важи 20 година с могућношћу продужења неограничен број пута“.

„ Протокол уз МА, који је закључен 1989. године, уноси извесне новине, од којих су најважније следеће:

- међународна регистрација жига може, по избору подносиоца међународне пријаве, бити заснована не само на националној регистрацији жига у земљи порекла, већ и на националној пријави жига у земљи порекла;
- рок у којем назначена држава има могућност да одбије важење међународне регистрације на сопственој територији може, по избору те државе, износити једну годину или 18 месеци од међународне регистрације;
- ако Међународни биро одбије међународну регистрацију жига, међународна пријава може у свакој назначеној држави бити претворена у националну пријаву жига, са датумом првенства међународне пријаве.

Подразумева се да су поменуте модификације применљиве само у државама чланицама МА, које су такође приступиле Протоколу“.³⁶

ЗАКЉУЧАК

Услед наглог пораста развоја глобалне економије која се заснива на концептуалним производима, високој технологији и међународној размјени све то заједно чини право интелектуалне својине једном од најбитнијих вриједности развијених и растућих привреда, чији муњевит развој модерне технологије у пољу иновација тражи заштиту на глобалном нивоу.

Права индустријске својине се разликују у настанку права, обзиром да свака земља за себе прописује поступак који је потребно спровести да би настало одређено право индустријске својине. У домаћем правном систему ради се о управном поступку,

³⁶*Ibid*; 342.

који се покреће пред надлежним институцијама и органима и гдје надлежни орган доноси одлуку након спроведеног поступка. Органи за покретање поступка су најчешће Заводи за интелектуалну својину.

Тржиште као такво са свим својим чиниоцима понудом и потражњом, представља широко поље дјеловања за титуларе права индустријске својине. Обзиром да се права интелектуалне својине материјализују, улога тржишта унутар наведене гране права, није занемарљива, јер она подстиче иноваторство, ауторски рад, те на ширем пољу производњу и пласман производа који су заштићени у оквиру права интелектуалне својине. Обзиром на добит од заштићених права, тржиште је нагнало, да се право интелектуалне својине прошири и ван граница земље титулара права.

Разлог томе, је и доношење и приступање међународним конвенцијама, због шире заштите права интелектуалне својине. Да би материјализовани видови интелектуалне својине уопште били конкурентни на тржишту, било унутрашњем или међународном, потребно је да право својине буде без постојања евикције, односно права трећих лица, тачније без правних недостатака. Те је самим тим тржиште донекле било покретачка снага развоја права интелектуалне својине, да би се пружила што потпунија правна заштита титуларима права. Све наведено заправо указује да право жига представља битан чинилац у развоју модерне економије, у којој име; ознака продају производ.

Jelena Damjanović*

THE EFFECTS OF SEAL LAW ON THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL BUSINESS LAW

Summary

Trademark right represents one of the rights that assembles industrial property rights. The reason of the special attention that it receives before other industrial property rights and its special significance is its ability based on its basic function which is distinctivity, that offers trade mark a unique economic benefit to a trade mark holder. In a modern economy to have a distinctive trade mark is a safe presumption of selling goods as well domestic and world wide. The proof lies in rising number of licence contracts; and disputes that resolve infringement of trade mark rights. For its profits to the trade mark holder, the trade mark right is often a subject of “mimicry of a trade mark”; unauthorised use of trade mark on goods; using protected trade mark to mark counterfeit goods...In other words legal practise proves that active use and protection of trade mark rights proportionally influence on development of legal theory of international business law.

Key words: *Trade mark right; infringement of trade mark right; international business law.*

ЛИТЕРАТУРА

1. Брадгејт, Роберт и (Bradgate Robert and), Вајт, Фиделма. (White Fidelma). Commercial law, New York 2005.
2. Васиљевић, Мирко. Трговинско право, Београд, 2006.
3. Васиљевић, Мирко, Рајчевић, Марко и Поповић Витомир. Уговори у привреди теорија-пракса-обрасци, Бања Лука, 2002.

* Senior Assistant Faculty of Business Economics, Bijeljina University in East Sarajevo.

4. Велимировић, Михајло. Привредно право, Српско Сарајево, 2002.
5. Дамјановић, Јелена. Међународно арбитражно рјешавање спорова у области заштите права интелектуалне својине. Магистарски рад, Универзитет у Бањој Луци 2012.
6. Ђуровић, Радомир и Стакић, Будимир. Закључивање спољно-трговинских уговора, са огледним примерима уговора, Београд, 1991.
7. Ђуровић, Радомир. Међународно привредно право, Београд, 2004.
8. Идриз, Камил. Интелектуална својина, Београд, 2003.
9. Капор, Владимир и Царић, Славко. Уговори робног промета, Београд, 1990.
10. Јовановић-Спировић, Луција. Трговинско право, Београд, 2004.
11. Касагић, Рајко. Основи права и пословно право, Бања Лука-Брчко, 2003.
12. Лоза, Богдан. Облигационо право, општи део, Београд, 2000.
13. Марковић, М. Слободан. Право интелектуалне својине, Београд, 2000.
14. Марковић, М. Слободан. Право интелектуалне својине, Источно Сарајево, 2007.
15. Марковић, М. Слободан. Патентно право, Београд, 1997.
16. Марковић, Слободан. Основи ауторског права и суседних права, Београд, 1992.
17. Мировић, Драгутин. Пословно право, Бијељина, 2007.
18. Париводић, С. Милан. Право међународног франшизинга, Београд 2003.
19. Поповић Витомир и Вукадиновић, Радован. Међународно пословно право, општи део, Бања Лука- Крагујевац, 2005.
20. Рајчевић, Марко. Пословно право, основе права, стварног и облигационог права и привредно правни послови, Бања Лука, 2007.
21. Слорак Џ. Скот., и (Slorach J.Scott. and) Елис, Џејсон (Ellis Jason). Business Law, New York 2005.
22. Закон о индустријском власништву у Босни и Херцеговини, (“Службени гласник БиХ” 3/02).