

UDK: 005.94

005.336.4|DOI:10.5937/etp2303158N

Datum prijema rada: 11.9.2023.

Datum korekcije rada: 22.9.2023.

Datum prihvatanja rada: 29.9.2023.

EKONOMIJA

TEORIJA I PRAKSA

Godina XVI • broj 3

str. 158–177

STRUČNI RAD

PORTFOLIO INTELEKTUALNE SVOJINE U FUNKCIJI UNAPREĐENJA KONKURENTNOSTI U EKONOMIJI ZNANJA

Nikolić Maja¹

Sažetak: U savremenim uslovima poslovanja materijalna imovina i tradicionalni izvori konkurentske prednosti gube na svom strategijskom značaju. Tržišna vrednost većine preduzeća u najrazvijenijim zemljama sveta zasniva se na nematerijalnim resursima kao što su intelektualna svojina, znanje, inovacije i dr. Finansijski analitičari i investitori sve više prepoznaju intelektualnu svojinu kao ključnu determinantu tržišne vrednosti preduzeća i indikatora inovativno - tehnološke osposobljenosti u novoj eri ekonomije koja se zasniva na znanju. Prava intelektualne svojine obezbeđuju preduzećima mogućnost za diferenciranje proizvoda putem ekskluzivnosti, ulazak na postojeća tržišta ili kreiranje novih, sprečavanje konkurencije da se zadrži na određenom tržištu i smanjenje rizika i neizvesnosti koji se odnose na uvođenje novog ili unapređenje postojećeg proizvoda na tržište. Intelektualna svojina predstavlja jezgro konkurentske prednosti i poslovnih performansi preduzeća. Ovakvo shvatanje intelektualne svojine zahteva efikasno kreiranje portfolija intelektualne svojine i profitabilno korišćenje jednog ili više primarnih oblika intelektualne svojine. Analizom podataka o broju podnetih zahteva za priznavanje prava industrijske svojine utvrđuje se ocena stanja u Rebulici Srbiji i zastupljenost pojedinih oblika industrijske svojine koji se

¹ Fakultet primenjenih nauka u Nišu, Dušana Popovića 22a, 18000 Niš, e-mail: lazic.maya@gmail.com

prijavljuju poslednjih pet godina. Zaključak ističe preporuke za vođenje ekonomske politike koja podstiče razvoj i eksploataciju intelektualne svojine i doprinosi unapređenju konkurentnosti preduzeća i čitave privrede.

Ključne reči: nematerijalni resursi / intelektualna svojina / portfolio intelektualne svojine / konkurentnost / ekonomija znanja.

UVOD

U uslovima globalizovanog poslovnog ambijenta i visoko saturisanog tržišta, osnovni cilj preduzeća odnosi se na pronalaženje načina za diferenciranje proizvoda radi kreiranja održive konkurentne prednosti. Sa svrhom ostvarenja tog cilja, preduzeća su primorana da permanentno realizuju uvođenje novih ili unapređuju postojeće proizvode, usluge i tehnologije, razvijaju inovativne sposobnosti i unapređuju organizaciono znanje. Kako nematerijalni resursi postaju dominantno značajni za konkurentsku prednost savremenih preduzeća, tako nastaje potreba da se njima upravlja kao značajnom poslovnim imovinom.

Diferenciranost proizvoda i usluga preduzeća kao osnovni uslov za konkurentsku prednost, predstavlja rezultantu sinergije više međusobno povezanih nematerijalnih resursa i distinktivnih kompetencija, koje se zbog visokog stepena neodređenosti i neopipljivosti teško imitiraju od strane konkurencije. Međutim, većina nematerijalnih resursa mogu se lako identifikovati sagledavanjem i analiziranjem finalnog proizvoda. U takvim slučajevima jedini način za sprečavanje imitiranja inovacija od strane konkurencije je upotreba prava intelektualne svojine.

Prava intelektualne svojine predstavljaju najsigurniji mehanizam za efikasnu zaštitu inovacija i drugih nematerijalnih resursa preduzeća u savremenim uslovima poslovanja (Rahnasto, 2003). Intelektualna svojina omogućava preduzećima da diferenciraju svoje proizvode i usluge i tako postanu konkurentniji na tržištu putem ekskluzivnosti. Ekskluzivnost se odnosi na isključivu upotrebu rezultata intelektualnog rada od strane nosioca prava intelektualne svojine. Pomoću prava intelektualne svojine preduzeća mogu zaštititi svoje inovacije, poslovne tajne, modele ili znakove razlikovanja, čime njihovi proizvodi postaju superiorniji od proizvoda konkurencije.

Intelektualna svojina predstavlja sve značajniji resurs i izvor konkurentne prednosti preduzeća. Formiranje posebnih organizacionih

jedinica za licenciranje, razvoj procesa upravljanja markom, rast investicija u istraživanje i razvoj, intenzivan rast broja zahteva za registraciju патената i uključivanje autorskih prava u investicione planove preduzeća, samo su neki od pokazatelja prihvatanja intelektualne svojine kao značajnog organizacionog resursa. Isticanje vrednosti intelektualne svojine izazvalo je veliku pažnju top menadžera u njihovoj težnji za maksimiziranjem vrednosti za stejkholdere, što je doprinelo njenom tretmanu kao najvažnijeg generatora konkurentske prednosti, a samim tim i tržišne vrednosti preduzeća.

Upotrebn i vrednosni potencijal intelektualne svojine se može efikasno iskoristiti implementacijom odgovarajućih strategija koje predstavljaju komponentu procesa upravljanja intelektualnom svojinom.

Osnovni cilj procesa upravljanja intelektualnom svojinom jeste njegova efektivna implementacija i inkorporiranje u menadžment proces preduzeća kao celine, pri čemu se intelektualna svojina koristi za tržišno pozicioniranje i sticanje održive konkurentske prednosti. Ostvarenje ovog cilja podrazumeva utvrđivanje oblika intelektualne svojine kojim raspolaže preduzeće i identifikovanje tržišnih segmenata na koje su oni upućeni. To olakšava kreiranje portfolija intelektualne svojine, što predstavlja polaznu osnovu za upravljanje intelektualnom svojinom kao poslovnim imovinom i izvorom konkurentske prednosti. Kreirajući portfolio intelektualne svojine, top menadžment treba da definiše odgovarajuće strategije kojima će se na najbolji način iskoristiti njen potencijal.

Predmet ovog rada je analiza komponenti portfolija intelektualne svojine, sagledavanje njihove uloge u unapređenju konkurentnosti preduzeća i ocena stanja u Republici Srbiji koje se odnosi na zastupljenost pojedinih oblika industrijske svojine.

Cilj rada je utvrđivanje značaja portfolija intelektualne svojine za unapređenje poslovanja kao jednog od ključnih preduslova opstanka, razvoja i izgrađivanja održive konkurentske prednosti savremenog preduzeća kao i koncipiranje preporuka za kreatore i nosioce makroekonomske politike radi uvećanja nacionalne konkurentnosti podsticanjem ekonomije znanja i inovativnosti.

KONCEPT PORTFOLIJA INTELEKTUALNE SVOJINE

Ekonomija znanja je ona ekonomija u kojoj znanje u obliku intelektualnog kapitala predstavlja primarni faktor proizvodnje (Bedford, 2013). Kao nova etapa društveno – ekonomskog razvoja, u kojoj se prosperitet generiše eksploatacijom intelektualnog kapitala, umesto fizičkih resursa, ekonomija znanja modifikuje globalni poslovni ambijent, a samim tim utiče i na uslove za postizanje ciljane konkurentske prednosti preduzeća.

Održiva konkurentska prednost preduzeća u ekonomiji znanja temelji se na izgradnji distinktivnih kompetencija koje predstavljaju rezultat realizacije potencijala nematerijalnih resursa i tendencije da se njihov kapacitet permanentno uvećava. Organizaciono znanje postaje osnovni input za kreiranje inovacija proizvoda, usluga i procesa, od kojih one koje su zaštićene pravima intelektualne svojine, postaju elementi portfolija intelektualne svojine preduzeća (Krstić, 2012). Prava intelektualne svojine obezbeđuju vlasnicima isključivo pravo upotrebe zaštićenog intelektualnog resursa, zabranu neovlašćene eksploatacije zaštićenog intelektualnog resursa od strane drugih i pravo prenosa intelektualne svojine po osnovu ugovora (Krstić, 2009).

Savremeno shvatanje pojma „intelektualna svojina“ je definisano sedamdesetih godina dvadesetog veka, stupanjem na snagu Konvencije o formiranju Svetske organizacije za intelektualnu svojinu (*engl. World Intellectual Property Organization, WIPO*) (WIPO, 2003). Prema ovoj Konvenciji, intelektualna svojina obuhvata skup isključivih i pretežno imovinskih prava kojima se štite određena intelektualna dobra, pod unapred definisanim uslovima i uz određena zakonska ograničenja, koje pravni sistem zemlje u kojoj su intelektualna dobra nastala priznaje nosiocu prava intelektualne svojine.

Svetska organizacija za intelektualnu svojinu osnovana je u okviru Ujedinjenih nacija sa ciljem uspostavljanja međunarodnih normi i standarda u oblasti intelektualne svojine. Najvažnije aktivnosti WIPO su: (1) harmonizacija nacionalnih zakonodavstava i procedura intelektualne svojine, (2) obezbeđivanje i servisiranje međunarodnih potreba u oblasti prava industrijske svojine, (3) razmena informacija o intelektualnoj svojini, (4) obezbeđivanje zakonske i tehničke podrške za zemlje u razvoju i ostale zemlje članice i (5) arbitriranje u rešavanju sporova (WIPO, 2003). Zahvaljujući međunarodnim konvencijama, oblast intelektualne svojine uživa visok stepen harmonizacije u većini pravnih sistema (Pariska

konvencija o zaštiti industrijske svojine iz 1883. godine, Madridska konvencija o žigu iz 1891. godine, Bernska konvencija o zaštiti književnih i umetničkih dela iz 1886. godine, Sporazum o trgovinskim aspektima prava intelektualne svojine – TRIPS sporazum i dr.) (WIPO, 2008a). Najstarija i najvažnija međunarodna konvencija o zaštiti industrijske svojine je Pariska konvencija iz 1883. godine. Prema ovom aktu, svaka država ima obavezu da uspostavi posebnu instituciju koja će se baviti svim pitanjima vezanim za zaštitu industrijske svojine (Radenković-Jocić, Mladenović, 2012).

DETERMINANTE INTELEKTUALNE SVOJINE

Upotrebn i vrednosni potencijal intelektualne svojine se može efikasno iskoristiti implementacijom odgovarajućih strategija koje predstavljaju komponentu procesa upravljanja intelektualnom svojinom (WIPO, 2008b). Zbog skraćenog životnog ciklusa proizvoda i vremena za ulazak na nova tržišta, potrebno je da preduzeća kontinuirano poboljšavaju procese za kreiranje, razvoj i komercijalizaciju inovativnih ideja. Upravo proces upravljanja intelektualnom svojinom predstavlja polugu između procesa kreiranja i tržišnog valorizovanja inovativnih ideja i nematerijalnih resursa preduzeća.

Značaj intelektualne svojine potvrđen je i na makroekonomskom nivou u mnogim zemljama, bez obzira na stepen dostignutog privrednog razvoja. Kreatori ekonomske politike se u velikoj meri zalažu za sprovođenje proaktivne politike intelektualne svojine na univerzitetima i naučno - istraživačkim institucijama u cilju podsticanja razvoja, akumulacije i korišćenja intelektualne svojine kao ključnog generatora privredno - ekonomskog razvoja. Intelektualna svojina najviše doprinosi nacionalnom privrednom rastu kroz prihode koje generišu preduzeća po osnovu licenciranja. Širom sveta prihodi od licenciranja imaju tendenciju eksponencijalnog rasta i dostižu vrednost i do 30 milijardi dolara godišnje (Musyuni, 2011). Najveći rast prihoda od licenciranja beleži se u najrazvijenijim zemljama, kao što su SAD, Japan i Velika Britanija. Kreatori ekonomskih politika zemalja u razvoju primenom različitih mera teže da podstaknu preduzeća na saradnju sa naučno - istraživačkim institucijama, u cilju unapređenja aktivnosti u vezi sa transferom tehnologije, zajedničkih ulaganja i ulaskom na nova regionalna tržišta.

Pored toga što omogućava generisanje prihoda od licenciranja, intelektualna svojina podstiče ekonomsku aktivnost kroz različite mehanizme. Osnovni doprinosi intelektualne svojine na mikro i makro nivou ogledaju se u sledećem: (1) intelektualna svojina omogućava proizvodnju superiornih proizvoda i time povećava prihod od prodaje; (2) intelektualna svojina omogućava ulazak preduzeća na nova regionalna tržišta i samim tim utiče na unapređenje izvozne konkurentnosti privrede i povećanje izvoza; (3) intelektualna svojina privlači direktne strane investicija i zajednička ulaganja; (4) podstiče obrazovanje visokokvalifikovanih kadrova iz tehničkih naučnih oblasti; (5) podstiče istraživanje i razvoj kako na nacionalnom nivou, tako i na nivou preduzeća; (6) promovise značaj naučno - istraživačkih institucija; (7) unapređuje pregovaračku moć u pregovorima za transfer tehnologije (OECD, 2005).

Međutim, iako predstavlja izvor održive konkurentnosti, intelektualna svojina nema podjednaki značaj za svako preduzeće. Benefiti od efikasnog upravljanja intelektualnom svojinom zavise od specifičnosti poslovanja svakog preduzeća pojedinačno. Najveći uticaj na relativni značaj intelektualne svojine za performanse preduzeća imaju sledeći faktori:

Poslovni model – neki poslovni modeli se baziraju na intelektualnoj svojini, dok neki modeli poslovanja ističu veći značaj drugih organizacionih resursa. Pored toga, poslovni modeli koji su orijentisani na intelektualnu svojinu, preferiraće različite oblike intelektualne svojine. Neki od njih baziraće se na patentima i proizvodno - tehnološkoj superiornosti, dok će neki dati prednost znakovima razlikovanja;

Intenzitet konkurencije - mehanizmi zaštite intelektualne svojine biće različito relevantni u zavisnosti od konkurentske prakse i intenziteta konkurencije u određenoj privrednoj grani. Ovde su obuhvaćeni faktori kao što su rizik od narušavanja prava intelektualne svojine od strane konkurenata, postojanje nelojalne konkurencije i efektivnost i troškovi izvršenja prava intelektualne svojine protiv konkurenata;

Svest menadžera o ulozi i značaju intelektualne svojine - uprkos sve većem značaju vrednosti nematerijalnih resursa, mnoga preduzeća ne koriste intelektualnu svojinu kao izvor konkurentnosti usled nedostatka svesnosti, razumevanja ili stručnosti menadžera;

Upravljanje intelektualnom svojinom - doprinos intelektualne svojine uspešnosti preduzeća zavisi od načina upravljanja intelektualnom

svojinom i implementacije strategije intelektualne svojine. Pravna zaštita koju omogućavaju prava intelektualne svojine nije dovoljna. Za uspešnost strategije intelektualne svojine i za veći doprinos vrednosti preduzeća, intelektualna svojina treba da se integriše u svaki segment poslovanja preduzeća, a strategija za upravljanje intelektualnom svojinom treba da predstavlja integrisanu komponentu poslovne strategije (European Commission, 2008a).

ELEMENTI PORTFOLIJIA INTELEKTUALNE SVOJINE

Elementi portfolija intelektualne svojine bili su potpuno zanemareni sve do kraja sedamdesetih godina dvadesetog veka. Veća primena prava intelektualne svojine, naročito patenata počela je tek osamdesetih godina dvadesetog veka. Rastući trend upotrebe portfolija intelektualne svojine u cilju postizanja konkurentске prednosti najpre je zabeležen u SAD. Razlog za to nalazi se u potrebi da se američko tržište zaštiti od konkurentskih preduzeća sa azijskog kontinenta. Nakon uspostavljanja efikasnog sistema koji će štiti inovacije i ostale nematerijalne resurse koji predstavljaju osnovnu konkurentsku snagu u SAD, intelektualna svojina postaje aktuelna i u zemljama u Evropi (Irish Exporters Association, 2004). To potvrđuje i institucionalizacija i razvoj sistema zaštite prava intelektualne svojine na svetskom i nacionalnom nivou pojedinačnih zemalja.

Za razvoj sistema zaštite prava intelektualne svojine u našoj zemlji najznačajnije su Svetska organizacija za intelektualnu svojinu i Evropska patentna organizacija (*engl. European Patent Office, EPO*). Srbija je postala punopravna članica EPO 1. oktobra 2010. godine, čime se aktivno uključila u novine u vezi sa podnošenjem međunarodnih prijava patenata. Na nacionalnom nivou oblast intelektualne svojine regulisana je setom zakonskih rešenja (Zakon o patentima, Zakon o autorskim i srodnim pravima, Zakon o žigovima i dr.), dok stručne poslove i poslove državne uprave koji se odnose na intelektualnu svojinu obavlja Zavod za intelektualnu svojinu. Osnovne aktivnosti Zavoda odnose se na: patent i mali patent, žig, dizajn, oznaku geografskog porekla, topografiju integrisanog kola, autorsko pravo i srodna prava; primenu međunarodnih ugovora iz oblasti zaštite intelektualne svojine i predstavljanje i zastupanje interesa Republike Srbije u specijalizovanim međunarodnim organizacijama za zaštitu intelektualne svojine; nadzor nad radom

organizacija za kolektivno ostvarivanje autorskog prava i srodnih prava; razvoj u oblasti zaštite intelektualne svojine; informaciono-obrazovne poslove u oblasti zaštite intelektualne svojine, kao i druge poslove određene zakonom.

Naše zakonodavstvo definiše dve kategorije intelektualne svojine: (1) industrijsku svojinu i (2) autorsko pravo i srodna prava (Krstić, 2009). Industrijsku svojinu čine samo ona intelektualna dobra čijom se upotrebom može ostvariti ekonomska korist. Industrijska svojina obuhvata nematerijalne resurse koji ispunjavaju sledeće uslove: (1) mogu se komercijalno eksploatisati sa ciljem obavljanja privredne delatnosti; (2) mogu se opredmetiti tj. materijalizovati tako da budu prepoznatljivi i (3) njihova vrednost se može izraziti u novcu.

Osnovne funkcije portfolija intelektualne svojine odnose se na zaštitu inovacija preduzeća i postizanje konkurentske prednosti kroz komercijalnu eksploataciju inovacija. Portfolio intelektualne svojine čine sledeći elementi: (1) patenti; (2) znakovi razlikovanja; (3) autorska i srodna prava; (4) ostali elementi portfolija intelektualne svojine (poslovna tajna, industrijski dizajn i dr.) (International Chamber of Commerce, 2012).

Jedan proizvod se može zaštititi različitim vrstama prava intelektualne svojine. Inovativne tehničke karakteristike proizvoda su zaštićene različitim serijama patenata. Ugrađeni softverski programi kojima se kontrolišu operacije tog proizvoda zaštićeni su autorskim pravima. Estetski dizajn proizvoda zaštićen je pravima industrijskog dizajna, a marka proizvoda kojom se on plasira na tržište štiti se pravima zaštitnog znaka. S obzirom na postojanje alternativnih mogućnosti, menadžeri preduzeća moraju raspolagati svim potrebnim informacijama o koristima i troškovima pojedinih načina zaštite, kako bi doneli ekonomski opravdanu odluku. Najveći uticaj na izbor prava intelektualne svojine zavisi od dominantnog prodajnog težišta proizvoda. To podrazumeva analizu svih karakteristika proizvoda i pronalaženje odgovora na sledeća pitanja: 1. Koja će karakteristika proizvoda biti najatraktivnija za potrošače? 2. Šta će najviše uticati na to da proizvod postane superiorniji od proizvoda konkurencije? 3. Da li će najveći doprinos realizaciji proizvoda na tržištu imati inovativne tehničke karakteristike, dizajn ili marka proizvoda? Izbor o zaštiti pravima intelektualne svojine reflektuje karakteristiku, odnosno aspekt proizvoda koja ima najveću verovatnoću da će proizvod zahvaljujući njoj ostvariti uspeh na tržištu.

Patenti

Prema Zakonu o patentima Republike Srbije, patent predstavlja pravo koje se priznaje za pronalazak iz bilo koje oblasti tehnike pod uslovom da je nov, da ima inventivni nivo i da je primenljiv u industrijskoj, zanatskoj ili drugoj delatnosti (Službeni glasnik RS, 2021). Patent obezbeđuje nosiocu prava mogućnost ekskluzivnog korišćenja pronalaska za vreme važenja patenta, na osnovu čega se plaćaju takse na godišnjem nivou. Isključivo pravo korišćenja pronalaska predstavlja najznačajnije pravo za vlasnika patenta, jer omogućava generisanje prihoda kao nagrade za intelektualni rad i naknadu za troškove koje je njegovo istraživanje podrazumevalo. Nakon isteka perioda važenja patenta, zaštita prestaje, a pronalazak postaje javno dobro i kao takav postaje dostupan za komercijalno korišćenje od strane drugih (Službeni glasnik RS, 2021).

Patent se može odobriti za pronalazak koji može biti proizvod, uređaj, materijal, metod ili proces. Pronalazak ne mora da bude potpuno nepoznat i nov. Poboljšanja ili varijacije onoga što već postoji takođe mogu biti predmet patentiranja. U skladu sa tim, patenti se mogu klasifikovati na sledeći način: (1) standardni patenti i (2) inovativni patenti (WIPO, 2011).

Standardni patent predstavlja poboljšanje, izmenu ili kombinaciju prethodnih pronalazaka i kao takav zadovoljava kriterijum inventivnosti. Kriterijum inventivnosti podrazumeva da se patent zasniva na postojećim tehničkim informacijama i da je dostupan javnosti pre datuma registracije. Za razliku od standardnog, inovativni patent je potpuno nepoznat javnosti pre datuma registracije.

Za ekonomsku opravdanost patentiranja pronalaska neophodno je proceniti njegov vrednosni potencijal. U tom cilju potrebno je utvrditi razliku između troškova održavanja portfolija patenata i prihoda koji bi se generisali njihovom komercijalnom eksploatacijom. Pozitivna kvantitativna razlika između navedenih prihoda i troškova predstavlja dodatnu vrednost od kreiranja i upotrebe patenata (Krstić, 2009, str.45). Pored toga, treba da se utvrdi da li postoji adekvatna tražnja za patentiranim pronalaskom i tržište za njegovo plasiranje i prodaju. Nakon identifikovanja potencijalnog tržišta, preduzeća pristupaju testiranju pronalaska pre početka njegove pune komercijalne eksploatacije. Testiranje se vrši uvođenjem ograničene količine proizvoda na unapred definisan segment potencijalnog tržišta. Ova faza ima veliki značaj, jer smanjuje rizik od neuspeha patentiranog pronalaska.

Postoje dva načina za tržišnu eksploataciju patentiranog proizvoda i to su: (1) davanje licenci drugom preduzeću za korišćenje patentiranog pronalaska i (2) samostalna upotreba patentiranog pronalaska kroz sopstvenu proizvodnju ili zajedničko ulaganje (Trott, 2002). U prvom slučaju preduzeće može da proda odnosno licencira svoju ideju proizvoda drugom preduzeću koje ima veće proizvodne kapacitete za njeno sprovođenje, pri čemu se ostvaruje prihod od licenciranja. U drugom slučaju preduzeće samostalno sprovodi ideju sopstvenim proizvodnim kapacitetima ili ostvaruje stratešku saradnju sa drugim preduzećem po osnovu zajedničkog ulaganja i/ili strategijskih alijansi. U praksi se često dešava da preduzeća prodaju samo jedan deo svoje patentirane tehnologije za koju se smatra da nedovoljno doprinosi kreiranju vrednosti, a sve u cilju kreiranja optimalnog portfolija patenata koji će imati veći potencijal za generisanje prihoda i manje troškove održavanja (Smith, Parr, 2004).

Kao najveće prednosti patenata u literaturi se najčešće navode sledeće karakteristike: (1) patenti pretpostavljaju postojanje inovacija; (2) patenti obezbeđuju monopol na tržištu; (3) patenti predstavljaju generator održive konkurentske prednosti; (4) generisanje prihoda po osnovu korišćenja patenata; (5) odlaganje pojave imitacija i povećanje troškova za imitacije od strane konkurencije; (6) kreiranje reputacije inovativnog preduzeća što unapređuje njegovu tržišnu poziciju; (7) regrutacija visokoobrazovne radne snage i dr (WIPO, 2008c).

Međutim, iako predstavljaju vredan organizacioni resurs, patenti imaju određena ograničenja. Kao najveći nedostaci patenta u literaturi se najčešće navode: (1) ograničen vek trajanja patentnih prava; (2) kompleksna procedura za izradu patentne dokumentacije sa jezičko – tehničkog aspekta; (3) portfolio patenata zahteva visoke troškove održavanja; (4) složen način za procenu vrednosti patenata i dr. (WIPO, 2008c)

Znakovi razlikovanja

Evolutivni razvoj znakova razlikovanja datira još iz antičkog doba. Još pre 3.000 godina indijske zanatlije koristile su znakove razlikovanja poput ugraviranih potpisa za obeležavanje svojih zanatskih proizvoda. Proizvođači iz Kine bili su poznati po prodaji mediteranske robe koja je imala oznaku geografskog porekla pre više od 2.000 godina. Razvojem trgovine u srednjem veku, upotreba znakova razlikovanja postaje sve aktuelnija. Međutim,

znakovi razlikovanja najveći značaj dobijaju tek u periodu industrijalizacije, kada postaju jedan od ključnih faktora konkurentnosti u tržišno orijentisanim zemljama (EXIT Centar, 2006). Industrijalizacija i razvoj tržišnih odnosa omogućili su konkurentskim proizvođačima i trgovcima da ponude potrošačima različite proizvode koji pripadaju istoj kategoriji. Proizvodi iste kategorije su isti ili slični po kvalitetu, ceni, funkcionalnosti i drugim karakteristikama. Otuda nastaje potreba da se potrošačima olakša izbor između više ponuđenih proizvoda iste vrste, tako što će se proizvodi imenovati i adekvatno obeležiti. Sredstva za imenovanje i obeležavanje proizvoda na tržištu predstavljaju znakove razlikovanja.

Kao element portfolija intelektualne svojine, znakovi razlikovanja predstavljaju isključivo pravo nosioca da koristi svoju zaštićenu oznaku za obeležavanje proizvoda ili usluga, čime se isključuje upotreba iste oznake od strane trećeg lica. Međutim, za razliku od patenata i autorskih prava kojima se štiti rezultat intelektualnog rada, znakovima razlikovanja se štiti uticaj koje oznake imaju na ostvarene performanse preduzeća i njegovu tržišnu vrednost (Krstić, 2009, str. 46). Znakovi razlikovanja mogu biti u formi: (1) žiga i (2) oznake geografskog porekla.

Žig može imati oblik reči, slova, crteža, brojeva, trodimenzionalnih znakova, zvučnih signala ili neke od njihovih kombinacija. Međutim, zakonska regulativa većine zemalja ograničava upotrebu oblika koji se ne mogu grafički predstaviti, jer samo na taj način mogu biti publikovani u bazama podataka koje informišu javnost o registraciji novih znakova razlikovanja.

Svaki žig se dodeljuje određena klasa prilikom registracije (Jennewein, 2005). Tako se omogućuje drugom preduzeću da registruje isti znak za drugi proizvod ili uslugu koji će se nalaziti u drugoj klasi žigova, pod uslovom da odgovoran zavod za registraciju žigova utvrdi da ne postoji mogućnost da dođe do zabune kod potrošača. Međutim, najveći problem za ispunjavanje zaštitnih prava žigova postoji na međunarodnim tržištima i Internetu. Preduzeća često otežano sprovode svoja prava koja su vezana za žig u situacijama kada dođe do falsifikovanja ili imitiranja njihovih zaštitnih znakova, posebno u zemljama u razvoju. Pored toga, Internet predstavlja ambijent u kome se prava intelektualne svojine veoma otežano sprovode i primenjuju, zato što preduzeća ne mogu efikasno da kontrolišu korišćenje njihovih zaštićenih intelektualnih resursa.

Oznaka geografskog porekla je znak koji se koristi za proizvode koji imaju izuzetan kvalitet ili uživaju poseban ugled kod potrošača zahvaljujući svom geografskom poreklu (EXIT Centar, 2006). Tako na primer, poljoprivredni proizvodi imaju kvalitet koji je rezultat specifičnih lokalnih faktora, kao što su klima i zemljište mesta gde se proizvode. Međutim, upotreba geografskih oznaka nije ograničena na poljoprivredne proizvode. Njima se mogu naglasiti kvalitet proizvoda koji su posledica ljudskog faktora u mestu porekla proizvoda, kao što su konkretne proizvodne veštine i tradicija.

Autorska i srodna prava

Razvoj autorskih i srodnih prava počinje krajem devedesetih godina prošlog veka i povezan je sa društveno - ekonomskim promenama i naučno – tehnološkim progresom. Na afirmaciju autorskih i srodnih prava kao intelektualne svojine uticali su sledeći faktori: razvoj nezavisnih medija, podizanje standarda u visokom obrazovanju, povećanje broja univerziteta, visokoškolskih ustanova i biblioteka, razvoj nauke i tehnologije, inicijative za upotrebu nacionalnih jezika i dr (European Commission, 2008b). U tom periodu najveći izazov u primeni autorskih i srodnih prava odnosio se na određivanje adekvatne nagrade za stvaraoca autorskog dela koje je u skladu sa javnim interesom i potrebama savremenog društva.

Autorsko pravo kao komponenta portfolija intelektualne svojine odnosi se na posebne oblike umetničkog i kreativnog stvaralaštva. Predmeti autorskog prava mogu biti materijalnog (književna dela, umetnička dela) ili nematerijalnog karaktera (muzička dela, softver). Za razliku od prava industrijske svojine, zaštita autorskih prava postaje validna samim nastankom rezultata umetničkog stvaralaštva i njegova registracija nije potrebna (Jennewein, 2005).

Prema Svetskoj organizaciji za intelektualnu svojinu (2008a), autorsko pravo obezbeđuje nosiocu prava da samostalno i ekskluzivno koristi proizvod svog kreativnog stvaralaštva ili da ovlasti drugo lice za njegovu upotrebu po unapred definisanim uslovima.

Efikan sistem regulisanja zaštite intelektualnog stvaralaštva doprinosi unapređenju umetnosti i industrije zabave i predstavlja jedan od osnovnih preduslova za društveni, ekonomski i kulturni razvoj. Efikasna primena autorskih prava podstiče autore i izdavače da kreiraju i distribuiraju

znanje. Na ovaj način svaka država stimuliše intelektualnu kreativnost, napredak nauke, umetnosti i znanja uopšte.

Srodna prava se razlikuju od autorskog prava po tome što ona pripadaju nosiocima koji su posrednici u proizvodnji, snimanju, distribuciji ili emitovanju dela intelektualnog stvaralaštva. Nosioци srodnih prava omogućavaju da rezultat intelektualnog stvaralaštva, tj. predmet autorskog prava, postane dostupan široj javnosti putem različitih kanala komunikacije. Kao što je slučaj i sa autorskim pravom, srodna prava se pribavljaju bez ispunjavanja bilo kakvih formalnosti kao što su registrovanje, deponovanje ili izlaganje bilo kakvog obaveštenja.

Ostale komponente portfolija intelektualne svojine

Industrijski dizajn predstavlja rezultat kreativnog stvaralaštva kojim se postiže oblik ili spoljašnji izgled proizvoda. Njegova osnovna karakteristika ogleda se u kreiranju vizuelnog utiska na potencijalne potrošače. U pravnom smislu, industrijski dizajn odnosi se na pravo zaštite originalnih, estetskih, vizuelnih i ostalih nefunkcionalnih karakteristika proizvoda. Iako dizajn proizvoda može imati tehničke ili funkcionalne karakteristike, industrijski dizajn, kao komponenta portfolija intelektualne svojine, podrazumeva samo spoljašnji izgled finalnog proizvoda i ne odnosi se na tehničke ili funkcionalne karakteristike. Industrijski dizajn predstavlja sredstvo za diferenciranje istih ili sličnih proizvoda koji se plasiraju na tržištu.

Svaka poverljiva poslovna informacija koja utiče na stvaranje konkurentske prednosti može se smatrati poslovnom tajnom. Neovlašćena upotreba ovakvih informacija od strane konkurentskih preduzeća, smatra se kršenjem poslovne tajne i nelojalnom konkurencijom. U većini zemalja zaštita poslovne tajne predstavlja komponentu zakonskog sistema koji reguliše nelojalnu konkurenciju, što ukazuje na blisku povezanost ovih kategorija. Većina savremenih preduzeća ima strategiju za čuvanje svojih poslovnih tajni od zloupotreba. Međutim, neka preduzeća postaju svesna važnosti čuvanja poslovne tajne tek onda kada konkurenti pokušaju da saznaju njihove baze klijenata, rezultate sprovedenih istraživanja tržišta, marketing planove ili pokušaju da regrutuju njihove zaposlene.

Prema Svetskoj organizaciji za intelektualnu svojinu (2008a) informacije koje mogu predstavljati poslovnu tajnu odnose se na: tehničko –

proizvodni proces, baze podataka, crteže, mape, modele, hemijske formule za proizvodnju proizvoda; poslovne strategije, biznis planove, finansijske informacije i dr.

Prema standardima Svetske organizacije za intelektualnu svojinu (2008c) da bi poverljiva informacija bila zaštićena kao poslovna tajna treba da ispunjava sledeće kriterijume: (1) informacija ne predstavlja predmet javnog znanja, tj. nije uopšteno poznata ili lako dostupna osobama koje se bave određenom oblašću; (2) informacija ima stvarnu ili potencijalnu komercijalnu vrednost zato što je tajna; (3) zakonski imalac poslovne tajne mora preduzeti mere da se ona sačuva.

METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

Ocena stanja u Republici Srbiji vrši se na osnovu statističkih podataka o broju i strukturi podnetih prijava za priznanje prava industrijske svojine za period od 2018. do 2022. godine. Po tom osnovu, omogućava se sagledavanje zastupljenosti pojedinih oblika industrijske svojine u posmatranom periodu. Hronološki prikaz podataka o podnetim prijavama za priznavanje prava industrijske svojine pokazaće promene u ukupnom broju podnetih prijava, kao i promene u relativnom odnosu pojedinih oblika industrijske svojine. Analiziranjem podataka u periodu od 2020. do 2022. godine, ukazuje se na dinamiku razvoja industrijske svojine u uslovima krize.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA I DISKUSIJA

U cilju utvrđivanja ocene stanja u Republici Srbiji dat je tabelarni prikaz podnetih prijava za priznanje prava industrijske svojine za period od 2018. godine do 2022. godine. Podnete prijave se odnose na sledeće oblike industrijske svojine: nacionalni patenti, prošireni evropski patenti, evropski patenti, mali patenti, žigovi, industrijski dizajn, oznake geografskog porekla, kao i na priznata svojstva ovlašćenog korisnika oznake geografskog porekla i sertifikate o dodatnoj zaštiti.

Tabela 1. Podnete prijave za priznanje prava industrijske svojine u Republici Srbiji za period od 2018. do 2022. godine

Podnete prijave za priznanje prava industrijske svojine	Godina				
	2018	2019	2020	2021	2022
Nacionalni patenti	44	60	65	49	30
Prošireni evropski patenti	109	73	28	17	8
Evropski patenti	1376	1589	1465	1440	1053
Mali patenti	53	57	54	53	38
Žigovi	2237	2009	1317	2219	2081
Industrijski dizajn	106	102	100	99	74
Priznate oznake geografskog porekla	3	2	0	0	2
Priznata svojstva ovlašćenog korisnika oznake geografskog porekla	5	0	7	0	2
Sertifikati o dodatnoj zaštiti	7	14	9	11	9
UKUPNO	3940	3906	3045	3884	3297

Prilagođeno prema izvoru: Zavod za intelektualnu svojinu RS (2022). Godišnji izveštaj 2022, Zavod za intelektualnu svojinu RS, Republika Srbija, dostupno na: <https://www.zis.gov.rs/podrska/elektronska-izdanja/>

Na osnovu prikazanih podataka evidentno je smanjenje broja podnetih prijava za priznanje prava industrijske svojine u 2022. godini u odnosu na 2021. godinu. Posebno je zabeleženo smanjenje u 2020. godini u odnosu na period pre nastupanja krize. Najveći broj prijava podnetih za priznavanje prava industrijske svojine se odnosi na žigove i oni su dominantno najzastupljeniji oblik industrijske svojine u čitavom posmatranom periodu, osim u 2020. godini, kada je bilo najviše prijava za priznavanje evropskih patenata. Oznake geografskog porekla su najmanje zastupljeni oblik industrijske svojine u svim godinama, što ukazuje i na potrebu dodatnog stimulisanja inovacionih aktivnosti u tom pravcu od strane kreatora i nosioca makroekonomke politike.

ZAKLJUČAK

Unapređenje konkurentnosti na domaćem i inostranom tržištu, predstavlja imperativ savremenih preduzeća. Većina definicija konkurentnosti, kao njen sastavni deo ističu rast i razvoj poslovanja zasnovanog na uvođenju i primeni nematerijalnih resursa, kao što su intelektualna svojina, znanje, inovativnost i dr. Razvoj inovativnosti, kao osnovne organizacione sposobnosti savremenih preduzeća u direktnoj je vezi sa intelektualnom svojinom. U suštini, intelektualna svojina i zaštita njenih prava obezbeđuje adekvatnu valorizaciju i pozicioniranost inovacija na tržištu. Intelektualna svojina sadržana u inoviranim proizvodima obezbeđuje prihod preduzeću, dok se zaštićenim inovacijama poslovnih procesa značajno redukuju troškovi poslovanja. Na ovaj način intelektualna svojina direktno doprinosi poslovnim i finansijskim performansama, a samim tim i tržišnoj vrednosti preduzeća.

Upravljanje intelektualnom svojinom podrazumeva analizu i procenu različitih oblika intelektualne svojine za kreiranje portfolija. Cilj kreiranja portfolija je uspostavljanje veze između intelektualne svojine i mogućnosti za njenu najefikasniju upotrebu u različitim poslovnim aktivnostima i na različitim tržišnim segmentima. Osnovne funkcije portfolija intelektualne svojine odnose se na zaštitu inovacija preduzeća i postizanje konkurentne prednosti kroz komercijalnu eksploataciju inovacija. Portfolio intelektualne svojine mogu da čine sledeći elementi: patenti, znakovi razlikovanja, autorska i srodna prava i ostali elementi portfolija intelektualne svojine.

Podsticanje inovacione aktivnosti i uvećavanje inovacionih kapaciteta adekvatnom inovacionom makroekonomskom politikom doprinosi razvoju intelektualne svojine. Stoga je neophodno da se definišu mehanizmi i instrumenti kojima će se prevazići postojeća ograničenja u cilju kreiranja ambijenta u Republici Srbiji koji stimulativnije utiče na povećanje ukupnog broja podnetih prijava za priznanje prava industrijske svojine na godišnjem nivou, kao i pojedinačnih njenih oblika.

LITERATURA

1. Bedford, A., D. (2013). Expanding the Definition and Measurement of Knowledge Economy: Integrating Triple Bottom Line Factors into

- Knowledge Economy Index Models and Methodologies. *Journal of Modern Accounting and Auditing* 9(2).
2. Dima. A., Begu. L., at all. (2018). The Relationship between the Knowledge Economy and Global Competitiveness in the European Union, *Sustainability*, 10, 1706; doi:10.3390/su10061706
 3. European Commission. (2008a). Commission Recommendation on the management of intellectual property in knowledge transfer activities and Code of Practice for universities and other public research organisations. EC, Brussels.
 4. European Commission. (2008b). *Intellectual Property Rights for ICT - Producing SMEs*. EC, Brussels.
 5. EXIT Centar. (2006). Kako da zaštitite prava intelektualne svojine. EXIT Centar, Banjaluka.
 6. ICC. (2012). The ICC Intellectual Property Roadmap – Current and emerging issues for business and policymakers. International Chamber of Commerce Publication. Paris, France.
 7. ICC. (2020). The ICC Intellectual Property Roadmap – Current and emerging issues for business and policymakers. International Chamber of Commerce Publication 14th edition 2020. Paris, France.
 8. Irish Exporters Association. (2004). Intellectual Property Management. IEA, Dublin, Ireland.
 9. Jennewein, K. (2005). *Intellectual Property Management*. Bonn, Physica-Verlag Heidelberg.
 10. Kasprzyk, B., Wojnar, J. (2021). An evaluation of the implementation of the Europe 2020 strategy / Ocena realizacji strategii „Europa 2020”. *Economic and Regional Studies*, 14(2).
 11. Krstic, B. (2010). Knowledge, Innovation, and Intellectual Property – Sources of Enterprise’ Competitive Advantages. *1st International Conference Life Cycle Engineering and Management (ICDQM-2010)* (pp. 83-89). Belgrade: DQM Research Center.
 12. Krstić, B. (2012). *Uloga strategijske kontrole u unapređenju poslovnih performansi*. Niš: Ekonomski fakultet.
 13. Lee, J., Karpova, E. (2018). *Revisiting the competitiveness theory in the new global environment review and analysis of the competitiveness definition*, *Int. J. Competitiveness*, 1 (3) :189-205.
 14. Mroczkowski, T. (2012). *The new players in life science innovation: best practices in R&D from around the world*. New Jersey: FT Press.

15. Musyuni, P. (2011). Overview of assets of Intellectual Property Rights: Strategic management option for competitiveness and globalization challenges. *International Journal of College of Science & Technology*, 2(7): 940 – 944.
16. Narayanan, V. (2001). *Managing Technology and Inovation for competitive advantage*. USA, University of Kansas.
17. Nelson, R. (1993). *National Innovation Systems - A Comparative Analysis*. Oxford, Oxford University Press.
18. Nickell, S. (1996). Competition and Corporate Performance, *Journal of Political Economy*, 104 (4): 724-746.
19. Nijkamp, P., Siedschlag, I. (2011). *Inovation, Growth and Competitiveness, Dynamic Regions in the Knowlwdge-Based World Economy*. London, New York: Springer Heidelberg Dordrecht.
20. OECD. (2005). Intellectual Property as an Economic Asset: Key Issues in Valuation and Exploitation - Background and Issues, Paris: OECD.
21. Popova, Y, Popovs S. (2022). Impact of Smart Economy on Smart Areas and Mediation Effect of National Economy. *Sustainability*. 14(5): 278-291.
22. Porter, M., Stern, S. (2003). *Ranking National Innovative Capacity*. Retrieved December 23, 2013, from The Global Competitiveness Report: www.kellogg.northwestern.edu
23. Porter, M., (1985). *Competitive Advantage – Creating and Sustaining Superior Performance*, The Free Press, A Division of A1acmillan, Inc. New York, p. 11-26.
24. Radenković-Jocić, D., Mladenović, I. (2012). Protection of Intellectual Property Rights in the contex of Serbian economic development, *Economic Themes*, pp. 337-350.
25. Rahnasto, I. (2003). *Intellectual Property Rights, External Effects, and Anti-trust Law*. Oxford University: New York.
26. Službeni glasnik RS. (2021). *Zakon o patentima*, Službeni glasnik RS, Beograd, Republika Srbija.
27. Smith, G., Parr, R. (2004). *Intellectual Property: Licensing, Joint Venture-Profit Strategies*, New Jersey: John Wiley & Sons.
28. Trott, P. (2002). *Inovation Management and New Product Development*. Boston: University of Portsmouth Business School.
29. WIPO. (2003). *The Importance of Intellectual Property for the Competitiveness of SMEs*, WIPO, Switzerland.

30. WIPO. (2008a). *Making intellectual property work for business*, WIPO, Switzerland.
31. WIPO. (2008b). *WIPO Intellectual Property Handbook*, WIPO, Switzerland.
32. WIPO. (2008c). *A Brochure on Intellectual Property Rights*, WIPO, Switzerland.
33. WIPO. (2011). *World Intellectual Property Report - The Changing Face of Innovation*, WIPO, Switzerland.
34. WIPO. (2020). *Methodology for the Development of National Intellectual Property Strategies, Second edition*, WIPO, Switzerland.
35. WIPO. (2020). *Guide to the International Patent Classification*, WIPO, Switzerland.
36. WIPO. (2021). *WIPO and the Sustainable Development Goals - Innovation driving human progress*, WIPO, Switzerland.
37. WIPO. (2022). *World Intellectual Property Report - The Direction of Innovation*, WIPO, Switzerland.
38. WIPO. (2022). *World Intellectual Property Indicators 2022*, WIPO, Switzerland.
39. Krstić, B. (2009). *Intelektualni kapital i konkurentnost preduzeća*. Niš: Ekonomski fakultet.

INTELLECTUAL PROPERTY PORTFOLIO AIMED AT IMPROVING COMPETITIVENESS IN THE KNOWLEDGE ECONOMY

Maja Nikolić

Abstract: *In the modern business environment tangible assets and traditional sources of competitive advantage tend to lose its strategic importance. The market value of most companies in most developed countries is based on intangible assets such as intellectual property, knowledge, innovation, etc. Financial analysts and investors increasingly recognize intellectual property as a key determinant of enterprise value and indicators of innovation - technical competence in the new era of economy*

based on knowledge. Intellectual property rights provide companies with the opportunity to differentiate their products through exclusivity, positioning in the existing markets or creating new ones, preventing competition from prevailing in a particular market and the reduction of risks and uncertainties relating to the introduction of new or improvement of existing products on the market. Intellectual property is a core of competitive advantage and business performance of the company. This understanding of intellectual property requires the efficient creation portfolio of intellectual property and the profitable use of one or more primary forms of intellectual property. By analyzing the data on the number of applications for the recognition of industrial property rights, we tried to make an assessment of the situation in the Republic of Serbia and determine the prevalence of certain forms of industrial property that have been registered in the last five years. The conclusion highlights recommendations for economic policies that promote the development and exploitation of intellectual property, contributing to the improvement of the competitiveness of companies and the entire economy.

Key words: *intangibile resources / intellectual property / portfolio of intellectual property / competitiveness / knowledge economy.*