

PРАВНА ЗАŠTITA BRENDA

LEGAL PROTECTION OF THE BRAND

Nebojša Gijić ¹, Zoran Jerotijević ², Aleksandar Matić ³

Rezime

Aktivan odnos prema robnoj marki i kreiranje njenog identiteta na stranom tržištu predstavlja dobar način da kompanija zauzme svoje mesto među jakom konkurencijom. Uz relativno mali trošak, autorsko pravo ili pravo industrijske svojine treba zaštititi. U suprotnom, postoji mogućnost da konkurencija nastupi sa istim proizvodom ili nazivom, i ubere plodove mukotrpnog rada i ulaganja. Zaštitu treba potražiti u državnom Zavodu za zaštitu intelektualne svojine. Svaka zemlja danas ima zavod za registraciju u smislu pravne zaštite maraka. Danas, kad prevladavaju globalizacijski procesi, marke se najčešće štite istovremeno u više zemalja. Potrebno je ukazati na značaj samog razvoja ali i angažovanja i stvaranja kako nekih novih trgovačkih marki / robnog žiga tako i očuvanja već postojećih, koji u današnjem vremenu, u vremenu povećanje konkurencije predstavljaju jedan od osnovnih uslova za ostvarivanje konkurentne prednosti, sama konkurentna prednost nam ujedno i predstavlja jednu od dominantnih pretpostavki uspešnog poslovanja, uveliko nam u ovome pomaže mnogobrojna legislativa.

U aktuelnoj ekonomiji znanja, domaći subjekti će se sve više suočavati sa trgovačkim žigom i kao ekonomskim i pravnim institutom. Ova činjenica obavezuje nas, na ovladavanje znanjima i informacijama koje se bave pravnim i ekonomskim aspektima trgovačkih žigova. Za žig kažemo da je robna marka – simbol ili ime pod kojim se proizvodi ili usluge javljaju identifikuju i razlikuju od sličnih proizvoda i usluga na tržištu. Trgovački žig postaje brend, onda kada se dobro pozicionira u svesti potrošača i kada obezbeđuje visoku lojalnost potrošača.

Ključne reči: marka, žig, pravo, zaštita, vlasništvo, registracija

Summary

Active attitude towards the brand and create its identity on the international market is a good way that the company takes its place among strong competition. With a relatively small cost, copyright or industrial property rights must be protected. Otherwise, there is a possibility that competition

¹ Fakultet za obrazovanje rukovodećih kadrova u privredi, Novi Sad

² Fakultet za poslovno industrijski menadžment, Univerzitet Union, Beograd

³ Fakultet za poslovno industrijski menadžment, Univerzitet Union, Beograd

occurs with the same product or title, and collect the fruits of hard work and investment. Protection should be sought in the State Department for protection intellectual property. Each country now has the Office for registration in terms of legal protection for marks. Today, when the prevailing globalization processes, the brand is usually protected simultaneously in several countries. It is necessary to point out the importance of the development as well as engagement and to create some new commercial brand / trademark and preservation of existing, which in this day and age, the time increasing competition represent one of the basic conditions for the realization of competitive advantages, itself a competitive advantage to us at the same time and represents one of the dominant assumptions of successful business, this greatly helps us in numerous legislation .

In the current knowledge economy, domestic entities will increasingly face the trademarked as economic and legal concept. This fact obliges us to master the knowledge and information dealing with the legal and economic aspects trade marks. To mark to say that the brand - a symbol or name under which the products or services occur and identify different from similar products and services on the market. Commercial seal becomes a brand, then when is well positioned in the minds of consumers when ensures high consumer loyalty .

Keywords: brand, mark, right, protection, ownership, registration
