

ULOGA I VAŽNOST INTELKTUALNOG VLASNIŠTVA U PODUZETNIŠTVU

mr. sc. Tanja Milović, mr. sc. Zrinka Mustapić, dr. sc. Davorka Moslavac-Forjan

Državni zavod za intelektualno vlasništvo

Ulica grada Vukovara 78, Zagreb, Hrvatska

Telefon: +385 1 61 06 359

e-mail: tanja.milovic@dziv.hr

zrinka.mustapic@dziv.hr, davorka.moslavac-forjan@dziv.hr

SAŽETAK

Poduzetnička aktivnost pokretač je ekonomskog rasta nacionalne ekonomije. Ona je u velikoj mjeri vezana uz razvoj inovativnih proizvoda i usluga, čiji je ključni aspekt zaštita intelektualnog vlasništva. U suvremenom poduzetničkom okruženju zaštita i primjena zaštite intelektualnog vlasništva ima značajnu ulogu u uspješnom razvoju inovacija i razvoju poslovanja općenito te time predstavlja poticaj poduzetničkoj aktivnosti. Najrazvijenije ekonomije imaju i najveći stupanj zaštite intelektualnog vlasništva, dok korištenje prava intelektualnog vlasništva treba poticati i osnaživati u ekonomijama u razvoju pa tako i u Hrvatskoj. Sustav zaštite intelektualnog vlasništva pod određenim uvjetima omogućava dijeljenje tehnoloških znanja i informacija te osigurava poduzetnicima kvalitetnije tržišne odnose. Za poduzetnike, bez obzira na sektor iz kojeg dolaze, zaštita prava intelektualnog vlasništva omogućuje razvoj i zaštitu novih tehnoloških rješenja, prepoznatljivost na tržištu, rast vrijednosti nematerijalne imovine njihove tvrtke te daje mogućnost širenja tvrtke na tržištu licenciranjem i franšizama. Intelektualno vlasništvo ima sve veću važnost u određivanju konkurentskih prednosti poduzetnika. U ovom radu bit će prikazana važnost i značaj sustava zaštite intelektualnog vlasništva u poduzetništvu te veza između poduzetničke aktivnosti po sektorima i stupnja zaštite prava intelektualnog vlasništva.

Ključne riječi: poduzetništvo; intelektualno vlasništvo; znanje; inovacije

1. UVOD

1.1. Uloga poduzetništva u ekonomiji

Prilagodljivost i sposobnost brzog reagiranja na promjenjive gospodarske prilike čini poduzetništvo dragocjenim dijelom nacionalnog gospodarstva, koje u najvećoj mjeri može generirati budući ekonomski rast. Kroz inovaciju poslovnih aktivnosti i sadržaja poduzetnici popunjavaju tržišne niše, povećavaju pritisak na konkurenciju, što u konačnici rezultira većom tržišnom efikasnošću.

Poduzetništvo je važna gospodarska aktivnost još od starog vijeka, iako ga ekonomska doktrina prepoznaje i opisuje relativno kasno. Riječ poduzetništvo (*entrepreneurship*) potječe od franc. *entreprendre*, a u ekonomsku teoriju pojam poduzetnika (*entrepreneur*) u svojoj *Općoj raspravi o prirodi trgovine* uvodi francuski ekonomist R. Cantillon (1755.), opisujući ga kao osobu koja snosi rizik poslovnog poduhvata i preuzima neizvjesnost u pogledu budućih ishoda.

U djelu *Istraživanje prirode i uzroka bogatstva naroda* britanski filozof i ekonomist, utemeljitelj klasične škole političke ekonomije Adam Smith (1776.), govori o poduzetničkoj aktivnosti koja se ostvaruje poduzetničkim karakteristikama kao što su: marljivost, štedljivost, inovativnost i špekulativnost. Smith u poduzetniku vidi najboljeg pokretača ekonomskog razvoja prema principu „nevidljive ruke“.

Još jedno tumačenje pojma poduzetnik dao je francuski ekonomist Jean-Baptiste Say (1803.) u djelu *Traité d'Économie politique*. Po J. B. Sayu, poduzetnik je osoba koja kombinira faktore proizvodnje (zemlju, rad i kapital) u proizvodni proces i povezuje ga s tržištem proizvodnih faktora. Poduzetnika Say vidi kao upravitelja proizvodnog procesa, koji proizvodne faktore nabavlja po poznatim cijenama, a gotove proizvode (rezultat proizvodnog procesa) prodaje po nepoznatim cijenama (koje će tek biti formirane) i na taj način stvara profit. Sayova definicija poduzetnika, za razliku od Cantillona, ne govori o poduzetničkom riziku upravljanja neizvjesnim ekonomskim procesom – cilj je kreirati profit kombinirajući faktore proizvodnje.

Začetnikom koncepta modernog poduzetništva među ekonomistima smatra se Joseph Schumpeter. U svom kapitalnom djelu *Teorija ekonomskog razvitka* Schumpeter (1951.), stvara tezu da je poduzetništvo usko vezano uz dinamiku, promjene i inovaciju iz čega se dalje razvija ideja o važnosti poduzetnika u objašnjavanju ekonomskog razvitka.

Suvremena teorija poduzetništva počiva na djelu *Innovation and Entrepreneurship* Petera Druckera (1986.) po kojem je bit poduzetništva sadržana u stvaranju nove organizacije koja je sposobna za samostalno i profitabilno poslovanje na tržištu. Poduzetništvo, po Druckeru, podrazumijeva „činiti nešto na drukčiji način“, što u biti znači tragati za inovacijama, novim prilikama i promjenama. U širem kontekstu, poduzetnička aktivnost podrazumijeva stvaranje, inovativnost, dinamičnost, prilagodljivost, zapošljavanje, preuzimanje poslovnog rizika (Kružić 2008).

U okruženju globalne, digitalne ekonomije upravo navedene karakteristike promoviraju poduzetnike u ključne stvaratelje ne samo osobnog poslovnog uspjeha, već i uspjeha cijelih gospodarskih sektora (npr. ICT industrije), ali i nacionalnih ekonomija (Irska, Kina, Indija). U uvjetima u kojima pod utjecajem rastuće globalizacije gospodarstvo u sve većoj mjeri gubi svoje lokalne, regionalne i nacionalne osobitosti, upravo se poduzetnici, zahvaljujući

svojim vitalnim karakteristikama, kroz implementaciju novih tehnologija i novim inovativnim procesima, najbrže prilagođavaju nastalim promjenama prepoznajući poslovne prilike koje rezultiraju novim proizvodima i uslugama. U novonastalim gospodarskim okolnostima postindustrijskog društva, u kojima su suvremeni izazovi na strani ponude iznimno veliki, ulogu generatora rasta ekonomije mogu ponijeti jedino istinski poduzetnici. Izazovi za sve proizvođače, neovisno o veličini njihova poduzeća ili djelatnosti kojom se bave, su: sve kraći životni ciklus proizvoda, rastuća i intenzivnija upotreba tehnologije, neprekidna neizvjesnost na tržištima, sve jača globalna konkurencija, rastuća potreba za specijalistički educiranom radnom snagom i sve sofisticiraniji zahtjevi potrošača. Istovremeno, potreba za efikasnošću, inovativnošću i predviđanjem promjena kako bi opstali na tržištu u uvjetima sve otvorenije i globaliziranije ekonomije za poduzetnike nikada nije bila veća.

1.2. Uloga intelektualnog vlasništva u poduzetništvu

Kako bi što bolje odgovorili na suvremene izazove poslovnog okruženja i povećali konkurentnost na tržištu, za poduzetnike je zaštita nematerijalne imovine kroz sustav zaštite intelektualnog vlasništva jedna od mogućnosti za bolju komercijalizaciju i postizanje veće dodane vrijednosti njihovih proizvoda i usluga. Uvođenjem zaštite intelektualnog vlasništva poduzetnici kvalitetnije rješavaju problem asimetričnih informacija na tržištu i diferenciraju svoj proizvod u odnosu na konkurenciju, što im omogućuje veću tržišnu moć i bolje pozicioniranje na tržištu. Tržišta na kojima je prisutnija zaštita intelektualnih prava vlasništva u većoj mjeri će biti i privlačnija za direktne strane investicije (Javorick 2004).

Korijeni sustavne zaštite intelektualnog vlasništva datiraju u 15. stoljeće i Venecijanski zakon iz 1474. kojim se prvi put sustavno štite izumi patentima te se izumiteljima dodjeljuje isključivo pravo komercijalnog iskorištavanja izuma (Molà 2000). Iako su se tijekom vremena razvijala različita pravna načela koja su uređivala intelektualno vlasništvo, tek se u 19. stoljeću počelo s uporabom termina intelektualno vlasništvo (Zorina Khan 2006). S kraja 19. stoljeća, razdoblja intenzivne industrijalizacije i porasta međunarodne trgovine, datiraju i korijeni međunarodnog sustava intelektualnog vlasništva. Iz ovog razdoblja datiraju dva međunarodna propisa koja čine osnovu svjetskog sustava intelektualnog vlasništva: *Pariška konvencija* o zaštiti industrijskog vlasništva iz 1883. i *Bernska konvencija* o zaštiti književnih i umjetničkih djela iz 1886.

Uređenje sustava intelektualnog vlasništva na području Hrvatske datira također u 19. stoljeće, a obuhvaća usvajanje Zakona o autorskom pravu, koji je Hrvatsko-ugarski parlament usvojio 1884., te Zakona o patentima iz 1895. Od svojih početaka do danas zaštita intelektualnog vlasništva na tlu Hrvatske imala je kontinuitet, a neposredno po stjecanju državne neovisnosti utemeljeno je vlastito nadležno tijelo (Državni zavod za intelektualno vlasništvo Republike Hrvatske – DZIV) te su usvojeni propisi nužni za stjecanje novih prava i osiguranje kontinuiteta zaštite ranije stečenih prava. Sustav zaštite prava intelektualnog vlasništva u Republici Hrvatskoj razvija se sukladno trendovima razvoja ovog sustava te je u potpunosti usklađen i kontinuirano se nastavlja usklađivati s novim trendovima sustava zaštite intelektualnog vlasništva na području Europske unije.

Znanje i informacije kao proizvodi ljudskog intelekta predstavljaju nematerijalna dobra, čija je vrijednost u umnožavanju, upotrebi i prikazivanju drugim ljudima. Kako bi se zaštitila ova vrsta dobara razvijen je odgovarajući sustav pravne zaštite intelektualnog vlasništva.

tva. Suvremeni sustav zaštite intelektualnog vlasništva obuhvaća autorsko i srodna prava te prava industrijskog vlasništva.

Industrijsko vlasništvo obuhvaća prava kojima proizvođači štite od konkurenata svoje poslovne interese, položaj na tržištu i sredstva uložena u istraživanje, razvoj i promociju.

Ovisno o području djelatnosti i predmetu zaštite, rezultate intelektualnog stvaralaštva moguće je zaštititi odgovarajućim oblicima industrijskog vlasništva. Tako poznajemo slijedeće oblike zaštite: patent, žig („registered trade mark“), zaštićeni industrijski dizajn, oznake zemljopisnog podrijetla i oznake izvornosti, zaštićenu topografiju poluvodičkih proizvoda te zaštićene biljne sorte.

Pojedine aspekte ili svojstva nekog proizvoda moguće je zaštititi kroz jedan ili više raznih oblika intelektualnog vlasništva, koji se međusobno nadopunjuju. Temeljem utjecaja koji imaju na poslovanje tvrtke poduzetništvo u cjelini te odabrana privredna područja, u ovom radu osobito su izdvojeni oblici industrijskog vlasništva: patenti, žigovi i industrijski dizajn.

Patent je pravo priznato za izum koji nudi novo rješenje nekog tehničkog problema. Izum je temelj razvoja tehnološke inovacije, a u kontekstu patentne zaštite izum se može odnositi na novi i inventivni proizvod ili proizvodni postupak te na novu i inventivnu primjenu postojećih proizvoda ili postupaka.

Patent se stječe priznanjem prava od strane tijela ovlaštenog za dodjelu tog prava na temelju prethodno provedenog postupka ispitivanja prijave patenta koja opisuje izum. Zaštita patenta ostvaruje se prema teritorijalnom načelu, tj. vrijedi samo na teritoriju za koji je to pravo priznato. Svrha patentne zaštite je stjecanje praktičnog, vremenski ograničenog monopola na tržištu i zaštita od imitiranja od strane konkurenata u trajanju, u pravilu, do 20 godina, što je procijenjeno dovoljnim vremenom da bi se povratila sredstva uložena u razvoj izuma. Ne manje bitna svrha patentnog sustava je da nova znanja na kojima se temelje izumi budu, danas putem elektroničkih baza patentnih podataka, dostupna javnosti kao osnova za razvoj budućih inovacija te poticaj budućeg ekonomskog razvoja.

Dobrobiti od patenata ovise o njihovoj učinkovitoj upotrebi, koja može uključivati licenciranje, sklapanje unakrsnih licenčnih ugovora te privlačenje vanjskih ulagača.

S obzirom na uvriježeno povezivanje termina inovacija s tehnološkim inovacijama, patenti se često dovode u vezu s pokazateljima inovativnosti i ekonomskim pokazateljima tržišne uspješnosti proizvoda. Broj patenata koje poduzeće posjeduje često se koristi kao jedan od glavnih indikatora za ustanovljavanje njezine inovativnosti. Također, investitori procjenjuju isplativost investiranja u pojedinu tzv. start-up tvrtku procjenjujući njezin patentni portfelj.

Važnost zaštite patentom za inovativna poduzeća ovisi i o području djelatnosti. Potreba za patentnom zaštitom osobito je izražena u pojedinim sektorima čiji je razvoj temeljen na novim znanjima, npr. farmaceutici, proizvodnji medicinskih uređaja, razvoju hardvera i proizvodnji automobilskih dijelova.

Prvenstvena svrha zaštite žigom, za razliku od patenta i drugih oblika intelektualnog vlasništva kojima je svrha zaštita rezultata inovativne djelatnosti, je zaštita i očuvanje ugleda proizvoda ili usluga, odnosno samog proizvođača ili pružatelja usluge, na tržištu. Temeljna funkcija žiga je razlikovanje proizvoda i usluga poduzetnika na tržištu.

Žigom se štiti razlikovni (distinktivni) znak kojim se označava određeni proizvod ili usluga – ime, logotip, amblem, etiketa ili neki drugi znak koji je razlikovan u odnosu na proizvode

i usluge koje se tim znakom obilježava. Na taj način osigurava se međusobno razlikovanje proizvoda i usluga poduzetnika na tržištu, odnosno omogućuje se potrošaču da identificira proizvod ili uslugu koji odgovaraju njegovim potrebama ili očekivanjima, odnosno izvor takvog proizvoda ili usluge.

Zaštitom i primjerenim korištenjem žig doprinosi konkurentnosti poduzeća, odnosno povećanju njegove dobiti i udjela na tržištu te služi kao simbol prepoznatljivosti i reputacije poduzeća, odnosno njegovih proizvoda i usluga.

Dodatne moguće funkcije žiga su privlačenje potrošača, određeno jamstvo kvalitete, čime se osigurava lojalnost potrošača, a žig može služiti i kao sredstvo tržišnog natjecanja između poduzetnika. Žig na taj način postaje sredstvo poslovne strategije tvrtke kojim se vrijednosti ostalih prava intelektualnog vlasništva ograničenog trajanja, kao što su patent ili zaštićeni industrijski dizajn, sadržanih u određenom proizvodu ili usluzi mogu prenijeti u razlikovnu oznaku proizvoda ili usluge, čime se osigurava kontinuitet i održivost poduzeća na tržištu.

Registracija određene razlikovne oznake proizvoda ili usluge kao žiga predstavlja dokaz isključivog prava njezina korištenja i učinkovito sredstvo zaštite od povreda prava. Registracija, odnosno zaštita žiga ostvaruje se prema teritorijalnom načelu, tj. ista vrijedi samo na teritoriju za koji je to pravo priznato. Osobito je značajno istaknuti da se zaštita žiga može produžavati vremenski neograničeno, uz uvjet ispravnog korištenja i održavanja zaštite.

Zaštita industrijskim dizajnom u kontekstu zaštite intelektualnog vlasništva podrazumijeva isključivo zaštitu vanjskog izgleda proizvoda. U današnjim tržišnim odnosima nije dovoljno samo proizvesti proizvod dobre kvalitete ili funkcionalnosti. Da bi se postigao komercijalni uspjeh proizvod također mora imati privlačan izgled koji će ga učiniti prepoznatljivim za kupce te konkurentnijim među sličnim proizvodima na tržištu, a tu dizajn ima važnu ulogu. Štiteći dizajn proizvoda registracijom industrijskog dizajna kao prava intelektualnog vlasništva vlasnik (dizajner, odnosno proizvođač) dobiva isključivo pravo korištenja (izrada, ponude, stavljanja u promet, uvoza, izvoza) takvog dizajna. Vlasnik može dozvoliti korištenje svoga zaštićenog dizajna drugim osobama na određeno vrijeme davanjem licencije ili ga u potpunosti prenijeti na drugu osobu.

Da bi industrijski dizajn mogao biti zaštićen kao pravo intelektualnog vlasništva mora biti nov i imati individualan karakter u odnosu na postojeće dizajne. Registrirani industrijski dizajn ima ograničeno trajanje zaštite. U Republici Hrvatskoj zaštita registracije industrijskog dizajna traje 5 godina te ju je moguće produživati do ukupnog trajanja od 25 godina.

2. PRIMJENA INDUSTRIJSKOG VLASNIŠTVA U GOSPODARSTVU

2.1. Poslovno okruženje za poduzetnike u RH

Kako bi poduzetničke aktivnosti i naponi mogli ostvariti svoj puni potencijal, iznimno je bitno makroekonomsko okruženje u kojem poduzetnici djeluju. Zato smo za potrebe ovog rada izvršili analizu kretanja hrvatskog gospodarstva prema dodanoj vrijednosti bruto domaćem proizvodu (BDP) po sektorima u skladu sa NKD (NACE) klasifikacijom za raz-

doblje nakon početka krize, tj. period 2009. – 2013. godine. Prema osnovnim makroekonomskim pokazateljima za Republiku Hrvatsku za razdoblje 2009. – 2013., za koje su bili dostupni svi potrebni statistički pokazatelji, uočljivo je da je to vrijeme kontinuiranog pada gospodarskih aktivnosti koje je započelo još 2008. godine i nastavljeno je u cjelokupnom praćenom razdoblju.

U razdoblju od 2009. – 2013. godine Hrvatska bilježi kumulativni pad realnog BDP-a od 12,3 %, pri čemu je u 2013. godini, u odnosu na prethodnu, najveće realno međugodišnje smanjenje ostvareno u međunarodnoj razmjeni, dok je državna potrošnja u usporedbi s 2012. godinom bila realno veća za 0,5 %. Prema podacima Hrvatske narodne banke (*Bilten HNB 2014*), uvjeti na tržištu rada nastavili su se pogoršavati i u 2013. godini pod utjecajem negativnih kretanja gospodarskih aktivnosti, a prosječan broj zaposlenih na godišnjoj razini smanjio se za 1,5 %. Ukupnom padu broja zaposlenih u 2013. pridonijela su negativna kretanja broja zaposlenih u gotovo svim djelatnostima i javnom sektoru, dok se istodobno broj nezaposlenih nastavio povećavati, te je prosječna stopa nezaposlenosti u 2013. godini iznosila 17,2 %, odnosno 1,3 postotna boda više u odnosu na 2012. godinu kada je iznosila 15,9 % (tablica 1).

Tablica 1. Republika Hrvatska – Osnovni makroekonomski pokazatelji u razdoblju od 2009. – 2013. godine

Pokazatelji/godina:	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.
realna stopa rasta BDP-a	-6,9	-2,3	-0,2	-1,9	-1
stopa nezaposlenosti:	9,1	11,8	13,5	15,9	17,2
državni dug % BDP:	35,1	41,3	45,7	53,6	67,1

Izvori: EUROSTAT, *Bilten 2014*, Hrvatska narodna banka, 2014.

Slabi rezultati hrvatskog gospodarstva u razdoblju od 2009. do 2013. godine (pad BDP-a, povećanje stope nezaposlenosti te porast državnog duga u navedenom razdoblju) dijelom su posljedica nagomilavanja strukturne neravnoteže tijekom godina ekonomske krize, sve većeg državnog deficita, visoke razine deficita tekućeg računa bilance plaćanja na početku krize te sve većeg duga državnog i privatnog sektora.

U takvim uvjetima kretanje BDP-a kontinuirano opada ili stagnira u gotovo svim segmentima u promatranom razdoblju. Tri najznačajnija gospodarska sektora hrvatskog gospodarstva prema doprinosu dodane vrijednosti u bruto domaćem proizvodu su, tradicionalno, prerađivačka djelatnost, trgovina, turizam i ugostiteljstvo. Unutar navedenih sektora mala i srednja poduzeća nositelji su gospodarske aktivnosti prema prometu, broju zaposlenih i broju tvrtki koje su aktivne na tržištu. Upravo zbog toga poduzetništvo možemo imenovati novim generatorom ekonomske i tehnološke transformacije, a poduzetnike nositeljima promjena ne samo u ekonomiji, već općenito u društvu.

Mala i srednja poduzeća imaju ključnu ulogu u osiguravanju konkurentnosti u procesima oporavka gospodarstva kroz povećanje produktivnosti te različitim politikama usmjerenim na ovaj sektor, što kreira za njih povoljnije poslovno okruženje. Hrvatska također svoj fokus treba usmjeriti na mala i srednja poduzeća koja, u povoljnijem poslovnom okruženju, mogu značajno pridonijeti rastu gospodarstva, investicija i kreirati novu zaposlenost.

Tablica 2. Struktura BDP-a RH prema metodi bruto dodane vrijednosti za razdoblje 2009. – 2013.

	UDJELI	2006G	2007G	2008G	2009G	2010G	2011G	2012G	2013G
NKD	BDV	100	100	100	100	100	100	100	100
A	Poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo	5,1	4,8	5,0	5,0	4,9	4,7	4,5	4,4
B, C, D, E	Prerađivačka industrija, rudarstvo i vađenje te ostale industrije	20,7	20,0	19,4	19,7	20,3	20,9	21,5	21,2
C	Prerađivačka industrija	15,2	15,2	15,1	14,4	14,2	14,4	14,5	14,1
F	Građevinarstvo	8,0	8,1	8,5	8,0	6,8	6,2	5,5	5,4
G,H,I	Trgovina na veliko i na malo, prijevoz i skladištenje, smještaj, priprema i usluživanje hrane	22,6	22,0	21,8	20,2	20,2	20,2	20,3	21,0
J	Informacije i komunikacije	4,8	4,6	4,9	4,9	4,9	4,6	4,6	4,5
K	Financijske djelatnosti i djelatnosti osiguranja	5,8	6,1	6,3	6,6	6,8	7,2	6,8	6,6
L	Poslovanje nekretninama	8,8	9,5	9,0	9,4	9,7	10,0	10,2	10,4
M, N	Stručne, znanstvene, tehničke, administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti	7,4	8,2	8,4	8,2	8,1	7,9	8,1	8,1
O, P, Q	Javna uprava i obrana, obrazovanje, djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi	13,9	13,9	13,9	15,1	15,5	15,5	15,4	15,3
R, S, T, U	Ostale uslužne djelatnosti	2,9	2,8	2,8	2,9	2,9	2,9	3,0	3,1
TLSOP	TLSOP (struktura u BDP-u)	15,0	15,1	14,8	13,8	14,5	14,3	15,2	15,2
	BDV (struktura u BDP-u)	85,0	84,9	85,2	86,2	85,5	85,7	84,8	84,8
	Provjera	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Izvor: Eurostat, obrada autora

S obzirom na važnost navedenih djelatnosti za nacionalnu ekonomiju, moguće je izdvojiti najvažnije potkategorije unutar tih sektora kako bismo dobili detaljniju sliku o poduzetničkoj aktivnosti. Praćenjem pokazatelja o broju poslovnih subjekata, broju zaposlenih, stopi investiranja i prometu možemo vidjeti poduzetničku aktivnost u najznačajnijim gospodarskim djelatnostima u hrvatskom gospodarstvu (tablica 2).

Prerađivačka industrija, unutar nacionalnog gospodarstva, kao pojedinačna djelatnost stvara najveću dodanu vrijednost u ekonomiji u cijelom promatranom razdoblju. Za potrebe ovog rada, unutar sektora prerađivačke industrije izdvojene su one djelatnosti koje u promatranom razdoblju ostvaruju najveći doprinos BDP-u prema dodanoj vrijednosti: proizvodnja hrane, pića, duhanskih proizvoda, papira i papirne konfekcije, proizvodnja

Tablica 3. Pokazatelji za malo i srednje poduzetništvo u prerađivačkoj industriji

	2009.			2010.			2011.			2012.			2013.						
	broj subjekata	promet	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)	broj subjekata	promet	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)	broj subjekata	promet	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)	broj subjekata	promet	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)	broj subjekata	promet	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)				
C-Prerađivačka industrija u RH	11.359	9.470	130.379	239	10.474	9.462	124.603	198	10.141	127.904	170	9.520	10.169	125.007	203	9.163	9.954	125.111	208
C10 - Proizvodnja hrane	3.087	4.320,2	55.444	18,1	2.851	4.355,2	55.441	18,4	2.783	4.518,3	54.684	18,7	2.767	4.557,0	54.774	2.761	4.429,2	54.093	16,5
C11 - Proizvodnja pića	478	853,6	8.216	22,4	506	832,2	8.411	18,4	485	843,9	7.932	14,9	491	826,0	7.575	479	781,7	6.930	13,7
C12 - Proizvodnja duhanskih proizvoda	7	:	:	:	8	:	:	:	7	:	:	:	6	214,4	858	6	:	:	:
C17 - Proizvodnja papira i papirne konfekcije	434	349,3	5.651	23,7	390	363,7	4.381	22,1	347	383,0	4.815	25,6	327	371,3	4.602	314	361,9	4.263	20,2
C20 - Proizvodnja kemikalija i kemijskih proizvoda	371	842,8	7.988	38,1	333	970,4	7.463	37,4	327	983,4	7.486	15,0	325	860,0	7.143	334	787,3	6.862	24,5
C21 - Proizvodnja farmaceutskih proizvoda i pripravaka	36	562,5	4.575	8,4	37	550,6	4.195	11,6	37	548,3	4.229	18,8	39	629,2	4.296	47	631,7	4.617	34,2
C22 - Proizvodnja proizvoda od gume i plastike	1.512	697,4	10.370	19,8	1.381	702,0	10.078	14,8	1.270	744,7	9.800	14,9	1.232	693,3	9.342	1.188	698,2	9.394	28,2
C24 - Proizvodnja metala	201	333,6	6.148	96,1	192	349,0	5.486	60,7	185	411,2	5.166	41,5	164	356,8	4.312	160	354,4	4.239	47,9
C25 - Proizvodnja gotovih metalnih proizvoda, osim strojeva i opreme	4.383	1.510,9	31.987	12,2	4.018	1.338,5	29.148	14,6	3.649	1.363,6	28.823	13,0	3.495	1.387,7	28.581	3.348	1.459,1	29.507	15,0
C26 - Proizvodnja računala, elektronskih i optičkih proizvoda	850				758				711	344,8	4.969	7,3	674	273,1	3.524	526	450,6	5.206	7,8

Izvor: Eurostat, obrada autora

farmaceutskih pripravaka i proizvoda, proizvodnja proizvoda od gume i plastike, proizvodnja metala, metalnih proizvoda i proizvodnja računala, elektronskih i optičkih proizvoda (tablica 3).

Uz tradicionalno snažnu prehrambenu industriju koja unutar prerađivačke industrije broji najviše zaposlenih i relativno visok promet, potrebno je istaknuti visoku razinu poduzetničke aktivnosti u djelatnosti proizvodnje proizvoda od gume i plastike u kojoj je, unatoč padu broja poslovnih subjekata u promatranom razdoblju, promet gotovo konstantan unatoč ekonomskoj krizi. Broj zaposlenih u toj grani je zabilježio blagi pad, no iznimno optimistično djeluje rast stope investiranja od gotovo 10 % u proteklom kriznom razdoblju.

Proizvodnja metalnih proizvoda, (osim strojeva i opreme) snažna je prerađivačka industrija u Hrvatskoj koja, iako je broj poslovnih subjekata zbog krize smanjen, i dalje bilježi relativno stabilan broj zaposlenih unutar djelatnosti, ali, također, i rastuću stopu investicija. Upravo ove dvije djelatnosti (proizvodnja proizvoda od gume i plastike te prerađivačka metalna industrija) u kojima djeluje puno malih i srednjih poduzeća, uspijevaju opstati i nastaviti još bolje poslovati unatoč krizi (rast investicija, rast izvoza, kontinuirane vrijednosti prometa) te daju nadu da će iskustvo poduzetnika stečeno u ovom teškom gospodarskom razdoblju omogućiti trajniji oporavak prerađivačke industrije.

Trgovina je tradicionalno snažan sektor hrvatskog gospodarstva, iako je broj poslovnih subjekata i broj zaposlenih u veleprodaji i maloprodaji tijekom krize smanjen, a stopa investiranja gotovo prepolovljena u odnosu na razdoblje prije početka krize (tablica 4).

Turizam i ugostiteljstvo održavaju relativno stabilne pokazatelje poduzetničke aktivnosti tijekom cijelog promatranog razdoblja (tablica 5). Pokazatelji poduzetničke aktivnosti unutar gospodarske grane koji se odnose na smještaj pokazuju kontinuiran rast broja poslovnih subjekata, iako broj zaposlenih u istom razdoblju pada. Ugostiteljstvo na samom početku razdoblja 2009. godine bilježi investicijski boom¹, rast broja zaposlenih te veći promet.

Iako nije među najsnažnijima prema svom doprinosu dodane vrijednosti ukupnom nacionalnom gospodarstvu poput prethodno analiziranih djelatnosti, u ovaj rad uključen je i informacijsko-komunikacijski sektor (ICT), koji se pokazao kao propulzivna, dinamična djelatnost koja kontinuirano raste i sve više doprinosi nacionalnom gospodarstvu, a ujedno je sve prisutnija u korištenju zaštite prava intelektualnog vlasništva (tablica 6). Na razini cjelokupne djelatnosti, to je jedna od rijetkih gospodarskih grana koja je razdoblje krize prošla gotovo neokrnuta – pokazatelji cjelokupnog ICT sektora za broj poslovnih subjekata, promet te broj zaposlenih ostali su konstantni u cijelom promatranom razdoblju, dok pad bilježi jedino stopa investicija. Po obujmu prometa i broju zaposlenih unutar ICT sektora najjača grana su telekomunikacije, no sve značajnije je računalno programiranje i savjetovanje, gdje svi poduzetnički pokazatelji pokazuju kontinuirani rast.

¹ Kao rezultat zakonske odredbe o zabrani pušenja u ugostiteljskim objektima, što je vlasnike potaklo na investiranje u prilagodbu prostora sukladno novim zakonskim odredbama (op. a.)

Tablica 4. Pokazatelji poduzetničkih indikatora u trgovini (veleprodaja i maloprodaja)

	2009.				2010.				2011.				2012.				2013.			
	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)	broj zaposlenih	promet	broj subjekata	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)	broj zaposlenih	promet	broj subjekata	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)	broj zaposlenih	promet	broj subjekata	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)	broj zaposlenih	promet	broj subjekata	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)	broj zaposlenih	promet	broj subjekata
G-Veleprodaja i maloprodaja, popravak motora i motocikala u RH																				
HR - Croatia																				
G-Veleprodaja i maloprodaja, popravak motora i motocikala	49.330	237.660	30.710	45.624	41.834	29.714	29.393	45.624	41.834	29.714	29.393	41.834	218.132	218.132	218.132	52	39.908	28.838	38.092	44
G45-Veleprodaja i maloprodaja, popravak motora i motocikala	6.100	21.181	3.039,7	5.736	5.333	2.685,4	2.664,7	5.736	5.333	2.685,4	2.664,7	5.333	18.091	18.091	18.091	17,7	5.139	2.346,6	5.059	21,6
G46-Veleprodaja, osim motora i motocikala	19.731	86.113	15.226,1	19.017	17.897	15.136,4	14.883,4	19.017	17.897	15.136,4	14.883,4	17.897	76.695	76.695	76.695	11,5	17.305	14.717,4	16.404	7,1
G47 - Maloprodaja osim motora i motocikala	23.499	130.366	12.443,8	20.871	18.604	11.892,4	11.844,9	20.871	18.604	11.892,4	11.844,9	18.604	123.346	123.346	123.346	23,2	17.464	11.774,4	16.629	15,6

Izvor: Eurostat, obrada autora

Tablica 5. Pokazatelji za malo i srednje poduzetništvo u turizmu i ugostiteljstvu

	2009.				2010.				2011.				2012.				2013.							
	broj subjekata	promet	broj zaposlenih	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)	broj subjekata	promet	broj zaposlenih	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)	broj subjekata	promet	broj zaposlenih	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)	broj subjekata	promet	broj zaposlenih	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)	broj subjekata	promet	broj zaposlenih	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)				
I - Smještaj i ugostiteljstvo u RH																								
I - Smještaj i ugostiteljstvo	20.388	2.311	78.370	166	19.469	2.317	77.662	36	18.324	2.386	76.837	40	17.545	2.388	75.883	40	17.862	3.020	79.185	31	17.862	3.020	79.185	31
I55 - Smještaj	2.718	1.196,9	30.568	65,5	2.631	1.267,8	30.391	28,1	2.533	1.353,4	30.829	29,6	2.504	1.416,4	28.663	33,2	2.574	1.526,2	29.594	28,8	2.574	1.526,2	29.594	28,8
I56 - Posluživanje hrane i pića	17.670	1.114,0	47.802	100,7	16.838	1.049,6	47.271	7,8	15.791	1.032,1	46.008	10,7	15.041	971,4	47.220	7,1	15.288	1.494,1	49.591	2,3	15.288	1.494,1	49.591	2,3

Izvor: Eurostat, obrada autora

Tablica 6. Pokazatelji za malo i srednje poduzetništvo u informacijsko-komunikacijskom sektoru

	2009.				2010.				2011.				2012.				2013.			
	broj subjekata	promet	broj zaposlenih	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)	broj subjekata	promet	broj zaposlenih	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)	broj subjekata	promet	broj zaposlenih	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)	broj subjekata	promet	broj zaposlenih	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)	broj subjekata	promet	broj zaposlenih	stopa investiranja (prema dodanoj vrijednosti)
J- Informacije i komunikacije u RH																				
NACE_R2/TIME																				
J - Information and communication	6.034	3.748	32.965	53	5.849	4.129	34.139	38	5.835	3.621	35.586	86	5.848	3.442	34.847	52	6.025	3.396	35.410	41
J58 - Izdavačka djelatnost	1.270	589,3	8.296	11,4	1.224	456,6	7.179	1,8	1.167	416,7	6.379	3,2	1.116	357,3	5.456	2,7	1.053	331,0	5.162	3,1
J59 - Filmska, video i TV produkcija, snimanje zvuka i glazbeno izdavaštvo	707	:	:	:	615	:	:	:	593	114,5	1.298	41,8	562	118,2	1.248	10,3	558	122,3	1.178	3,6
J60 - Programiranje i emitiranje	252	321,8	5.843	8,7	251	318,4	5.763	7,8	249	320,7	5.688	5,1	242	307,7	5.647	3,3	225	306,8	5.424	4,9
J61 - Telekomunikacije	264	2.194,3	10.130	26,3	287	2.666,2	11.291	23,4	287	1.911,2	9.697	17,7	292	1.820,0	9.431	19,7	295	1.720,2	9.273	21,9
J62 - Računalno programiranje, savjetovanje i ostale aktivnosti	2.790	642,9	8.696	6,9	3.020	687,9	9.906	5,0	3.054	765,4	10.746	5,5	3.110	765,6	11.334	4,4	3.320	825,2	12.388	4,2
J63 - Djelatnost informacijskih usluga	751	:	:	:	452	:	:	:	485	92,9	1.778	12,3	526	73,4	1.731	11,8	574	90,8	1.985	3,2

Izvor: Eurostat, obrada autora

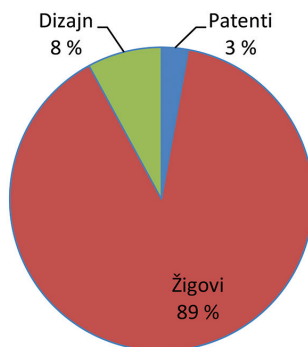
2.2. Pregled korištenja sustava zaštite industrijskog vlasništva u odabranim gospodarskim sektorima

Zajednička karakteristika patenata, industrijskog dizajna i žigova je da se ostvaruju putem postupka registracije ili priznanja prava sukladno propisima utvrđenom postupku zaštite te se propisani skup podataka o predmetu zaštite pohranjuje u bazama podataka nacionalnih i regionalnih ureda ili međunarodnih organizacija za intelektualno vlasništvo u kojima je postupak zaštite pokrenut. Baze podataka industrijskog vlasništva visoko su organizirane te, osim sadržaja o predmetu zaštite, sadrže i bibliografske podatke o osobama u postupku po navedenim prijavama/pravima industrijskog vlasništva. Dio podataka dostupan je i javnosti putem nacionalne te dostupnih elektroničkih komercijalnih i nekomercijalnih međunarodnih baza podataka industrijskog vlasništva.

Visokoj organiziranosti informacija u bazama podataka industrijskog vlasništva u velikoj mjeri doprinosi i propisana obveza klasificiranja sadržaja prijave u skladu s međunarodnim sustavima klasifikacije. Za potrebe pretraživanja, patentne prijave i patenti klasificiraju se prema tehničkom sadržaju izuma u odgovarajuće razrede ili podrazrede Međunarodne klasifikacije patenata (MKP). Prilikom podnošenja prijave za registraciju žiga opseg zaštite žigom mora biti jasno određen njegovim svrstavanjem u razrede popisa proizvoda i usluga prema Međunarodnoj klasifikaciji proizvoda i usluga za registraciju žigova, poznatijom pod nazivom Nicanska klasifikacija. Prijava industrijskoga dizajna mora sadržavati naznaku proizvoda u kojem bi dizajn trebao biti sadržan ili na koji bi dizajn trebao biti primijenjen svrstavanjem u razrede Međunarodne klasifikacije za industrijski dizajn, poznate i kao Lokarska klasifikacija.

Za potrebe ovog istraživanja podaci o prijavama industrijskog vlasništva prikupljeni su iz registara patenata, žiga i industrijskog dizajna DZIV-a prema odgovarajućim klasama navedenih međunarodnih klasifikacija i grupirani sukladno nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti (NKD).

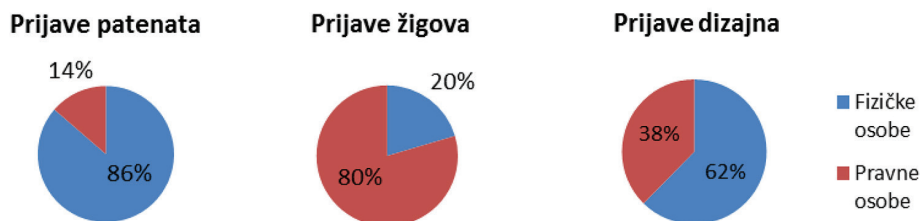
Grafikon 1. Prijave domaćih poslovnih subjekata za zaštitu industrijskog vlasništva u RH, 2009. – 2013.



Izvor: Registri patenata, žigova i industrijskog dizajna Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo, obrada autora

Iz prikupljenog skupa podataka prijava za priznanje prava patenta, žiga i industrijskog dizajna koje su prijavitelji (pravne osobe) iz Hrvatske podnijeli Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo (grafikon 1), možemo uočiti da su najzastupljenije prijave za registraciju žiga (89 %) te je njihov postotni udio u ukupnom broju prijava za registraciju svih prava industrijskog vlasništva više od osam puta veći od zajedničkog udjela prijava za priznanje industrijskog dizajna (8 %) i prijava za priznanje patenta (3 %).

Grafikon 2. Prijave za priznanje prava patenata, žigova i industrijskog dizajna u nacionalnom postupku podnositelja iz RH, 2009. – 2013.



Izvor: Registri patenata, žigova i industrijskog dizajna Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo, obrada autora

Promatramo li udio prijava domaćih poslovnih subjekata u ukupnom broju prijava domaćih podnositelja prema pravima u razdoblju 2009. – 2013. (grafikon 2), vidljivo je da su poslovni subjekti u ovom razdoblju podnijeli samo 14 % prijava za priznanje patenta od ukupnog broja prijava hrvatskih podnositelja.

Omjer zastupljenosti prijava žiga poslovnih subjekata iz Hrvatske u odnosu na ukupni broj prijava ukazuje na premoć poslovnih subjekata nad ostalim prijaviteljima. Poslovni subjekti su prijavili 80 % prijava u odnosu na ukupan broj prijava u navedenom razdoblju.

Kod prijava industrijskog dizajna također je vidljiva manja zastupljenost prijava poslovnih subjekata: oni su prijavili 38 % od ukupnog broja prijava za registraciju industrijskog dizajna. Vidljivo je da hrvatski poslovni subjekti najviše koriste žig kao oblik zaštite industrijskog vlasništva, dok je korištenje oblika industrijskog vlasništva (patenta i dizajna), koji upućuju na izraženiju inovativnu aktivnost, kod poslovnih subjekata iz Hrvatske slabije izraženo.

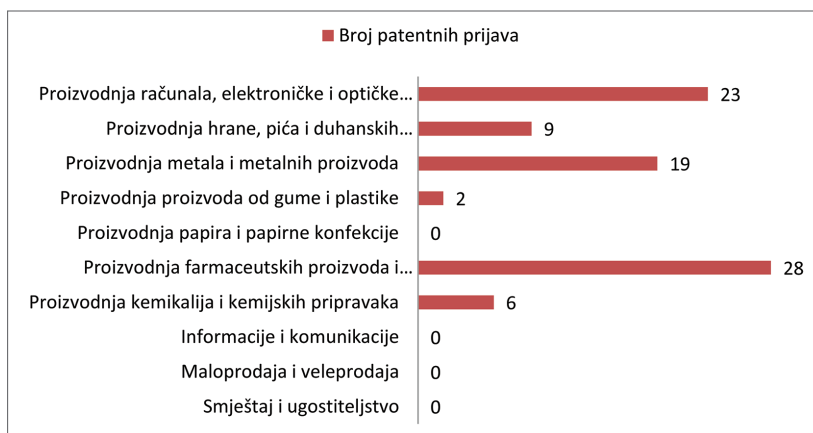
Razdioba broja prijava za ostvarenje prava industrijskog vlasništva hrvatskih poslovnih subjekata ukazuje na različitu zastupljenost prijava iz pojedinog područja industrijskog vlasništva ovisno o promatranom djelatnosti po NKD-u (tablica 7). U svim odabranim djelatnostima po NKD-u vidljiva je veća zastupljenost prijava za zaštitu žiga, dok su prijave za priznanje patenta i registraciju industrijskog dizajna domaćih podnositelja u nacionalnom postupku daleko manje zastupljene, što prati i zastupljenost navedenih prijava u ukupnom broju prijava u navedenom razdoblju (grafikon 1).

Tablica 7. Prijave domaćih poslovnih subjekata za zaštitu patenta, žiga i industrijskog dizajna prema djelatnostima po NKD-u, 2009. – 2013.

	Djelatnost po NKD-u	Patenti	Žigovi	Industrijski dizajn
C	Proizvodnja računala, elektroničke i optičke opreme	23	874	10
	Proizvodnja hrane, pića i duhanskih proizvoda	9	1727	3
	Proizvodnja metala i metalnih proizvoda	19	568	10
	Proizvodnja proizvoda od gume i plastike	2	355	104
	Proizvodnja papira i papirne konfekcije	0	1066	21
	Proizvodnja farmaceutskih proizvoda i pripravaka	28	708	1
	Proizvodnja kemikalija i kemijskih pripravaka	6	684	1
J	Informacije i komunikacije	0	2088	0
G	Maloprodaja i veleprodaja	0	2331	0
I	Smještaj i ugostiteljstvo	0	488	0
	UKUPNO	87	10889	150

Izvor: Registri patenata, žigova i industrijskog dizajna Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo, obrada autora

Grafikon 3. Patentne prijave domaćih poslovnih subjekata prema djelatnostima po NKD-u, 2009. – 2013.

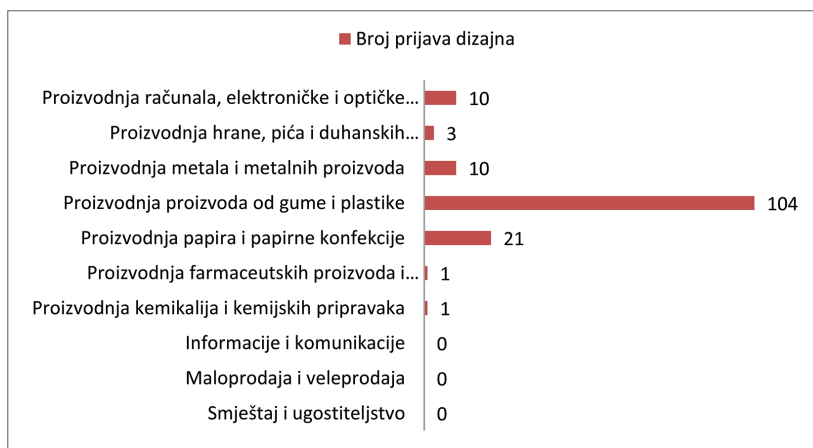


Izvor: Registar patenata Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo, obrada autora

Najviše patenata hrvatski poslovni subjekti prijavljivali su u okviru proizvodnih djelatnosti, osobito u proizvodnji farmaceutskih proizvoda, proizvodnji računala i elektroničke i optičke opreme te proizvodnji metala i metalnih proizvoda (grafikon 3). To su djelatnosti s visokim tehnološkim udjelom te visokim stupnjem tehnoloških inovacija, dok u uslužnim djelatnostima u kojima je po prirodi djelatnosti potencijal tehnoloških inovacija nizak

(smještaj i ugostiteljstvo, prodaja) nije bilo prijava patenta. Ipak su u visokotehnološkoj djelatnosti informacije i komunikacije također izostale prijave patenta, što se može objasniti prirodom zaštite softvera u Hrvatskoj i Europskoj uniji, gdje se on u okviru sadašnjeg legislativnog okvira ne može zaštititi patentom nego se štiti autorskim pravom.

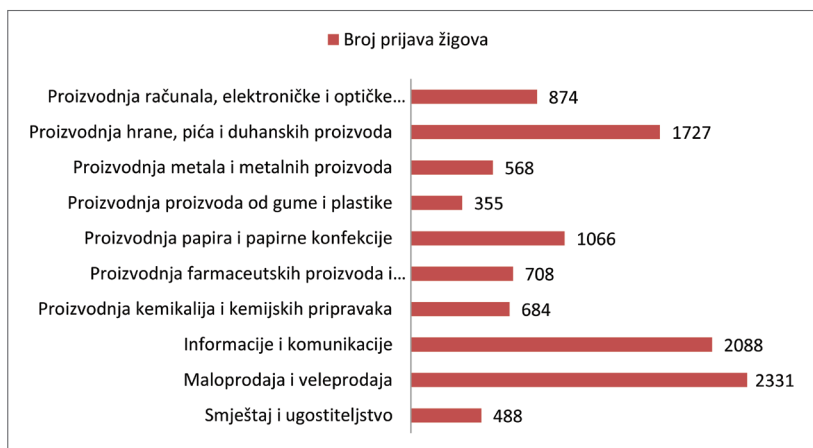
Grafikon 4. Prijave industrijskog dizajna domaćih poslovnih subjekata prema djelatnostima po NKD-u, 2009. – 2013.



Izvor: Registar ind. dizajna Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo, obrada autora

Iz grafikona 4 vidljiva je nešto veća zastupljenost prijava industrijskog dizajna u proizvodnim djelatnostima, što upućuje na važnost industrijskog dizajna u tržišnom razvoju tehnoloških proizvoda. U uslužnim djelatnostima prijave industrijskog dizajna su izostale.

Grafikon 5. Prijave žiga domaćih poslovnih subjekata prema djelatnostima po NKD-u, 2009. – 2013.



Izvor: Registar žigova Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo, obrada autora

Iako su prijave žiga u velikoj mjeri zastupljene i u proizvodnim djelatnostima, najizraženiji je njihov broj u uslužnim djelatnostima (grafikon 6). Najveći broj prijava žiga prisutan je u trgovini, zatim slijede sektor informacija i komunikacija te proizvodnja hrane, pića i duhanskih proizvoda. Uzevši u obzir važnost zaštite žigom pri plasiranju, konkurentnosti i opstojnosti proizvoda i usluga na tržištu, ovi podaci upućuju na izraženu tržišnu aktivnost u prodajnoj djelatnosti te informacijskim i telekomunikacijskim proizvodima i uslugama.

3. ZAKLJUČAK

Iako su ekonomska kriza i nepovoljno poduzetničko okruženje u velikoj mjeri usporili rast hrvatskog gospodarstva u promatranom razdoblju, neke prerađivačke industrije, kao i uslužne djelatnosti, uspjele su održati stabilnost mjereno prema poduzetničkim indikatorima (broj poslovnih subjekata, promet, broj zaposlenih, stopa investiranja). Jedan od alata za poduzetnike u cilju boljeg i uspješnijeg poslovanja na tržištu je i mogućnost korištenja zaštite prava intelektualnog vlasništva. Prema prikazanim podacima vidimo da je žig najčešće korišten oblik zaštite industrijskog vlasništva u ukupnom broju prijava zaštite industrijskog vlasništva od strane poslovnih subjekata, što prati visoku proporciju korištenja ovog oblika zaštite vidljivu i u podacima o prijavama žiga prema gospodarskim sektorima.

Ustanovljeni mali broj prijava patenta poslovnih subjekata, izražen čak i u proizvodnim sektorima, gdje je, s obzirom na sadržaj i mogući doprinos, u smislu razvoja tehnoloških inovacija zaštita patentom logičan oblik zaštite intelektualnog vlasništva, upućuje na nizak inovativni doprinos navedenih sektora. U ovom kontekstu važno je napomenuti i da dostupni podaci na globalnom nivou ukazuju da mala i srednja poduzeća radije kao oblik zaštite svojih inovacija koriste poslovnu tajnu nego patent, jednim dijelom i zbog relativno visokih troškova zaštite patentom te kompleksnosti patentnog sustava.

Najveći broj prijava žigova u prerađivačkoj industriji bilježi kategorija proizvodnja hrane, pića i duhana, koja pojedinačno unutar prerađivačke industrije daje ujedno i najveći doprinos BDP-u. Iako su proizvodnja metala te proizvodnja proizvoda od gume i plastike važne prerađivačke grane mjereno pokazateljima poduzetničke aktivnosti, njihova aktivnost u korištenju zaštite prava intelektualnog vlasništva nije tako izražena: od promatranih prerađivačkih industrija upravo te industrije bilježe najmanji broj prijavljenih žigova i gotovo zanemariv broj patentnih prijava. Povećani interes za korištenjem zaštite prava intelektualnog vlasništva u industriji gume i plastike vidljiv je u području zaštite industrijskog dizajna, gdje je broj prijava ovog prava najveći u odnosu na sve promatrane sektore.

Sektor informacija i komunikacija bilježi relativno visok broj prijava žiga (u apsolutnim brojkama više i od snažne prehrambene industrije), iako je njegov doprinos BDP-u više-struko manji u usporedbi s prehrambenom industrijom. No, taj je sektor prema kretanju poduzetničkih pokazatelja o broju poslovnih subjekata, broju zaposlenih i prometu pokazao vrlo snažnu otpornost u razdoblju ekonomske krize, zadržao ekonomsku aktivnost i istovremeno kontinuitet u primjeni zaštite intelektualnog vlasništva.

Sektor trgovine, koji je jedan od najvažnijih gospodarskih sektora mjereno prema udjelu u BDP-u, bilježi i apsolutno najveći broj prijava žiga od svih promatranih kategorija u ovom

razdoblju prema podacima iz registra žigova Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo. Takav podatak je očekivan, budući da je upravo žig sredstvo diferencijacije i pozicioniranja poduzetnika na tržištu. Relativno velik broj prijava žigova u odnosu na druge oblike zaštite intelektualnog vlasništva ukazuje na strukturu gospodarskih aktivnosti (visok udio u BDP-u su uslužne djelatnosti poput trgovine i turizma) i na stupanj razvijenosti gospodarstva (ekonomija u razvoju). Prema studiji Svjetske Banke (*IP and Development 2005*) uobičajeno je da se u zemljama u razvoju gospodarska kompetitivnost u većoj mjeri razvija kroz diferencijaciju proizvoda, nego kroz inovacije.

Rasprostranjenost korištenja zaštite intelektualnog vlasništva u određenim gospodarskim granama ukazuje na nizak inovativni potencijal hrvatskog gospodarstva (mali broj patentata hrvatskih prijavitelja), ali relativno visoku učestalost korištenja žiga osobito izraženu u uslužnim djelatnostima. Time se i na podacima za Hrvatsku može potvrditi teza da ekonomije u razvoju, pogotovo male zemlje u kojima dominira uslužni sektor, mogu koristiti učestalost korištenja žiga kao indikator ekonomske aktivnosti (Centi i Rubio 2005).

THE ROLE AND IMPORTANCE OF INTELLECTUAL PROPERTY IN ENTREPRENEURSHIP

mr. sc. Tanja Milović, mr. sc. Zrinka Mustapić, dr. sc. Davorka Moslavac-Forjan

State Intellectual Property Office

Ulica grada Vukovara 78, Zagreb, Croatia

Telephone: +381 61 06 359,

E-mail: tanja.milovic@dziv.hr, zrinka.mustapic@dziv.hr,

davorka.moslavac-forjan@dziv.hr

ABSTRACT

Entrepreneurial activity is recognised as the engine of growth for national economy. Entrepreneurial activity is based on the development of innovative products and services to which intellectual property protection is a key determinant. Protection of intellectual property rights plays an important role in contemporary entrepreneurship for successful development of innovations and successful business in general. The most developed economies are at the same time those with the highest rate of penetration of intellectual property rights, while in developing economies more encouragement is required in the usage of IP. In certain conditions IP regime enables sharing of technological knowledge and information which improves the market conditions. The usage of Intellectual property rights enables development and protection of new technological solutions for entrepreneurs, distinction of their output on the market, increase of value for non material assets and expansion through licencing and franchising. Intellectual property rights are becoming increasingly important in determining competitive edge for entrepreneurs. In this article the importance of intellectual property rights in entrepreneurial environment as well as the relationship among entrepreneurial activities by sectors and the level of penetration of intellectual property rights will be analysed.

Key words: entrepreneurship; intellectual property; knowledge; innovation

LITERATURA

1. Alpeza, M. i suradnici. 2015. *Izješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj*. CEPOR - Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva. Zagreb.
2. *Annual Report on European SMEs, SMEs Start Hiring Again*. 2015. European Commission. Bruxelles.
3. Centi, J. P. i Rubio, N. 2005. Intellectual Property Rights and Entrepreneurship: on the Precedence of Trademarks, Working Papers Series. Preuzeto s: http://servizi.sme.unito.it/icer_repec/RePEc/icer/wp2005/ICERwp29-05.pdf (25. kolovoza 2016.).
4. Državni zavod za intelektualno vlasništvo. 2015. *Intelektualnim vlasništvom do uspješnog poslovanja*. Ministarstvo gospodarstva. Zagreb. Preuzeto s: https://www.dziv.hr/files/File/publikacije/Minivodic_IV_uspjesno_poslovanje.pdf (20. srpnja 2016.).
5. Drucker, P. F. 1986. *Innovation and Entrepreneurship*. Harper Business. New York.
6. European Union. 2016. Eurostat: National Accounts aggregates by industry [data set]. Preuzeto s: http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_10_a64&lang=en (16. srpnja 2016.).
7. European Union. 2016. Eurostat: National Accounts aggregates by industry [data set]. Preuzeto s: <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do> (16. srpnja 2016.).
8. Hrvatska narodna banka. 2014. *Bilten HNB br. 206*. Hrvatska narodna banka. Zagreb.
9. Javorick, B. S. 2004. Does Foreign Direct Investment Increase the Productivity of Domestic Firms? In Search of Spillovers Through Backward Linkages. *American Economic Review*, 94(3), 605-627.
10. Kružić, D. 2008. Poduzetništvo i ekonomski rast - reaktualiziranje uloge poduzetništva u globalnoj ekonomiji. *Ekonomska misao i praksa*, 16(2), 167-191.
11. Molà, L. 2000. *The Silk Industry of Renaissance Venice*. JHU Press. Baltimore.
12. The International Bank for Reconstruction and Development. 2005. Intellectual Property and Development : Lessons from Recent Economic Research. Preuzeto s: <http://siteresources.worldbank.org/INTRANETTRADE/Resources/Pubs/IPRs-book.pdf> (20. srpnja 2106.).
13. Wennekers, A. R. M. i Thurik A. R. 1999. Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, 13(1), 38-44.
14. Zorina Khan, B. 2006. *An Economic History of Patent Institutions*. Preuzeto s: <https://eh.net/encyclopedia/an-economic-history-of-patent-institutions/27.7>. 2106.