

---

## Intelektualno vlasništvo u konceptu intelektualnog kapitala

---

DARKO LACKOVIĆ\*

### *Sažetak*

Nakana je u ovom članku pojmovno objasniti značenja intelektualnog vlasništva i intelektualnog kapitala, njihov sadržaj, te njihov međusobni odnos i međusobno strukturiranje. Oni postaju neizostavni čimbenici suvremenog poslovanja i gospodarske globalizacije, te jedna od glavnih konkurentskih prednosti, kako na razini mikroekonomije, tako i na razini makroekonomija. Osobito je važno njihovo međusobno prožimanje, kako bi se naznačilo neophodnost njihovoga uvažavanja.

*Ključne riječi:* intelektualno vlasništvo, intelektualni kapital

### *Uvod*

Intelektualno vlasništvo kao posljedica ljudskoga stvaralaštva, predstavlja danas jedini dopušteni monopol u svijetu, koji je kao takav moguće obvezatno štiti. Razina zaštite u suvremenom i globalnom gospodarstvu postaje sve viša, što ne znači da više nema mogućnosti zlouporabe, tj. krađe ili kopiranja.

Razvijene zemlje su intelektualno vlasništvo odavno prepoznale kao jedan od najvažnijih faktora konkurentске prednosti, što znači da svoj razvitak duguju upravo mogućnostima koje pruža stabilan sustav u kojemu je intelektualno vlasništvo našlo svoje mjesto, tj. postalo uvažavajuće u svim gospodarskim aktivnostima u kojima je to bilo potrebno. Ono omogućava vrlo učinkovite načine vlastitoga ostvarenja na nacionalnoj i međunarodnoj razini, te na

\*

Darko Lacković magistrirao je na PDS-u "Međunarodni odnosi" i bavi se razvojem ljudskog resursa.

taj način postaje globalni čimbenik suvremenog gospodarskog i društvenog razvitka.

Intelektualni kapital je već duže vrijeme poznat kao vrlo važan faktor poslovanja. Međutim, koncept njegovog praćenja je relativna novost. On postaje temeljni čimbenik uspješnog poslovanja. Današnja ekonomija znanja izmijenila je odnose tradicionalne ekonomije, jer se dobit ostvaruje uz neprekidno usavršavanje proizvoda i usluga, tj. nastoji se dati što više vrijednosti uz istu ili manju cijenu. Klasična ekonomija bila je utemeljena na dominantnoj ekonomskoj kategoriji koja je potencirala važnost količinskih sastavnica. Rast je bio moguć uz velika ulaganja u fizičku imovinu (zemljište, zgrade, itd.). Stoga spomenuta ekonomija znanja aktualizira novu vrstu vrijednosti koju znanstvenici nazivaju "goodwillom", znanjem, imidžom, i sl. Ta vrijednost je bila prepoznata tek nakon što je kompanija prodana skuplje od knjigovodstvene vrijednosti.

Suvremene ekonomske teorije nasuprot tradicionalnih (koje izvore rasta vide u međunarodnoj razmjeni i tehnološkom napretku), gospodarski rast prepoznaju u rezultatu akumuliranja znanja (ljudskoga kapitala). Paul Romer, utemeljitelj teorije endogenoga rasta i istraživanja koncepcije intelektualnog kapitala, smatra da je ljudski kapital pojavni oblik kao i fizički kapital. Ulaganje u znanje ima za posljedicu opadajuće prinose na kapital u trenutku uvođenja, jer se ne može odrediti koliko će i kako brzo otkrića biti realizirana. Rezultati takvih ulaganja pojavljuju se s određenom vremenskom distancom.

Ovaj članak će sadržavati prvenstveno pojmovna određenja intelektualnog vlasništva i intelektualnog kapitala.

### *Intelektualno vlasništvo*

Intelektualno vlasništvo (engl. Intellectual property, franc. propriété intellectuelle, njem. Geistiges Eigentum) podrazumijeva rezultate ljudskoga duha, intelekta i materijalna dobra. Ono obuhvaća:

- industrijsko vlasništvo u što spadaju patenti, žigovi, industrijska oblička ili dizajn, oznake zemljopisnog podrijetla i oznake izvornosti, te topologija poluvodičkih proizvoda;
- autorska prava koja obuhvaćaju zaštitu autorskih djela, tj. svih duhovnih ostvarenja iz područja znanosti, umjetnosti, književnosti i druga stvaralaštva, bez obzira na vrstu i oblik izražavanja;
- srodna prava koja obuhvaćaju zaštitu prava umjetnika izvođača, prava proizvođača fonograma i prava organizacija za radiodifuziju.

Dakle, intelektualno vlasništvo se koristi kao zajednički naziv za sva prava koja su u vezi s intelektualnim stvaralaštvom. Vrlo često se to pravo naziva i pravom nematerijalnih dobara. Sam naziv potječe još iz 19. stoljeća kao zajednički naziv za dvije grane prava koje su *nazvane industrijsko vlasništvo* i

*književno i umjetničko vlasništvo* (današnje autorsko pravo). Budući da se radi o imovinskom pravu, s njim se može raditi sve kao i s drugom imovinom. Ono se može prodavati i kupovati, razmjenjivati i poklanjati, te dopuštati korištenje drugima. Ono pruža stanoviti stupanj sigurnosti tvorcu nove intelektualne kreacije i pruža mu mogućnosti korištenja instrumentarija kako sprečavati druge u korištenju njegove intelektualne kreacije. Intelektualno vlasništvo mora biti "dovoljno razlučivo" u kom slučaju mu se priznaje zaštita. Nositelj prava intelektualnog vlasništva ima pravo spriječiti svakoga tko neovlašteno koristi ili prodaje zaštićeno intelektualno vlasništvo. Prava intelektualnog vlasništva jamstvo su i pravna sigurnost za kapital angažiran u brojnim gospodarskim granama. Zahvaljujući ovlastima koja nositeljima ovih prava osiguravaju isključivost u proizvodnji i gospodarskom iskorištavanju, ona predstavljaju značajno sredstvo gospodarske politike. Bez njih bi u tržišnom gospodarstvu bila nezamisliva ulaganja u istraživanja, razvoj novih tehnologija i angažiranje kapitala u sve novije i brojnije proizvodne procese. Sve vrste intelektualnog vlasništva štite se na nacionalnoj osnovi. Opseg zaštite i uvjeti za njeno priznanje različiti su u različitim pravnim sustavima, iako s vremenom postaju sve sličniji pa se na svjetskoj razini ide u smjeru harmonizacije nacionalnih zakona koji uređuju to područje<sup>1</sup>.

### *Industrijsko vlasništvo*

*Industrijsko vlasništvo* (engl. industrial property, franc. propriete industrielle, njem. Industrieigentum), pojam je koji se javlja u francuskom patentnom zakonu 1791. godine, a obuhvaća nematerijalne i intelektualne tvorevine inventivnoga ljudskog rada a koji su obuhvaćeni pravnim, tehnološko-tehničkim i poslovno-tržišnim (marketinškim) aspektima<sup>2</sup>. Odnosi se na izume, tehnička unapređenja, robne i uslužne žigove, industrijska oblička ili dizajn (modele i uzorke), oznake zemljopisnog podrijetla i oznake izvornosti, topografiju poluvodičkih proizvoda.<sup>3</sup>

*Patent* (lat. patens – otvoren, od litterae patentis – otvoreno pismo, zaštitno pismo, isprava). Vrlo je teško u pravnom pojmovlju pronaći točnu definiciju patenta. Međutim, pravni akti utvrđuju implicitne iskaze što patent jest, a što nije. Izbjegavanjem definicije patenta otklanjaju se ograničenja koju bi te

<sup>1</sup> Čizmić, Jozo, "Intelektualno vlasništvo", Zagreb, *Slobodno poduzetništvo*, br. 6, 2001., str. 74.

<sup>2</sup> Topić, Željko, "Industrijsko vlasništvo – gospodarstveno-razvojni aspekti", u *Informator*, br. 4346-4347, Zagreb, 1. i 4.11.1995., str. 1.

<sup>3</sup> U svakom slučaju ono se treba odnositi i na *know-how*, a u nekim državama posebno navodi kako zaštita obuhvaća i licenciranje i *franchising*. Naime, poznato je da postoji prijepor u pravnoj teoriji i zakonodavstvu o tomu što sve spada u industrijsko vlasništvo. U nekim državama nisu prihvaćena oznake podrijetla proizvoda i imena podrijetla proizvoda, kao ni korisni modeli i tehnička unapređenja, a izumiteljski certifikati prihvaćeni su samo u nekim zemljama.

definicije podrazumijevale. Patentna isprava je javnopravni akt koje izdaje nadležno tijelo, a služi kao potvrda određenoj osobi da upravo njoj pripada pravo na određeni izum. Venecija je prva izdala takvu ispravu još u 15. stoljeću. Dakle, patent je monopolističko pravo koje vlasniku omogućuje, a drugima zabranjuje izradu, korištenje i prodaju izuma, te raspolaganje patentom, što podrazumijeva u prvom redu pravo prijenosa patenta na drugu osobu i davanje licence drugoj osobi na određenom teritoriju i kroz određeno vrijeme, a najčešće 20 godina. Država ugovorom jamči nositelju patenta monopol na ta prava u zamjenu za otkrivanje biti izuma.<sup>4</sup>

*Korisni model* (engl. utility model, franc. model d' utilite, njem. Gebrauchsmuster) je vrsta industrijskoga vlasništva kojim se štiti izum novoga oblikovanja industrijskoga predmeta a zbog njegove bolje ili svrsishodnije uporabe.<sup>5</sup> Iako se zaštita korisnim modelom na različite načine provodi u drugim zemljama, gdje kao i kod nas izaziva mnoge dvojbe i različite stavove, u Hrvatskoj ona ne postoji. Uvedena je doduše u prvom *Zakonu o patentima* nova kategorija konsenzualnoga patenta za zaštitu izuma. Uvjeti zaštite koji se odnose na priznanje prava bez potpunog ispitivanja, brzina i cijena realizacije prava te dužina trajanja do 10 godina, slični su zaštiti korisnim modelom. Osnovna razlika je u tomu što je takav način zaštite izuma pokriven patentnim pravom, kao jači i pravno sigurniji način zaštite. Za očekivati je da će to biti bitan poticaj razvitku u okviru prilagođavanja novim tržišnim uvjetima i približavanja vodećim sustavima zaštite industrijskoga vlasništva u svijetu.<sup>6</sup> Uspoređujući ga s patentom (koji predstavlja pravo koje proizlazi iz zaštite izuma, tj. novoga tehničkog rješenja, rezultat je stvaralačkoga rada, tehnički je izvediv i primjenjiv), korisni model predstavlja način zaštite novog tehničkoga rješenja oblikovanja industrijskoga proizvoda. Slično kao i kod patenta, korisnim modelom ne smatraju se otkrića, znanstvene tehnologije, matematičke formule, računalni programi i ostala pravila, planovi, metode i upute za intelektualnu djelatnost. Također, ne bi se mogli štititi izumi koji su protivni zakonu i ćudoređu, izumi kirurških ili dijagnostičkih postupaka ili postupaka liječenja koji se primjenjuju neposredno na živom ljudskom ili životinjskom tijelu, osim izuma postupka primjene tvari u svrhe dijagnostike ili liječenja, izum nove biljne ili životinjske vrste.<sup>7</sup>

Nadalje, kao i kod patenta moraju biti zadovoljeni određeni uvjeti, poput: uvjeta novosti, što znači da korisni model ne smije biti obuhvaćen stanjem tehnike ili biti sadržan u poznatom stanju tehnike, korišten i prodavan; mora sadržavati uvjet korisnosti, tj. mora biti primjenjiv u gospodarstvu u naj-

4 Poslovni rječnik u redakciji Marijan Hanžeković et al. 2. izdanje, Zagreb, Masmedia, 1992, str. 402-403.

5 Verona, Albert, *Pravo industrijskog vlasništva*, Zagreb, 1978, str. 73.

6 Mršić, Željko, "Zaštita izuma korisnim modelom – prijedlog Europske unije", u *Pravo i porezi*, br. 11, Zagreb, 2000, str. 61.

7 Zlatović, Dragan, "Zaštita korisnih modela", u *Pravo i porezi*, br. 3, Zagreb, ožujak 1999, str. 43.

širem smislu riječi; imati uvjet neočitosti, što znači da u vrijeme podnošenja ne smije biti očit prosječnom stručnjaku te na kraju moraju biti plaćene sve pristojbe kako bi registracija bila moguća.

Postupak stjecanja patenta ima nekoliko nepraktičnih ograničenja. Postupak je prilično dug i skup za podnositelje, što tada utječe i na mogućnosti zaštite potencijalnoga prava. Izumitelji su prisiljeni koristiti dugotrajnu i neekonomičnu patentnu zaštitu čak i za sredstva široke potrošnje koja su u svakodnevnoj uporabi. Takvi predmeti imaju manju izumiteljsku vrijednost i privremenu gospodarsku važnost. Stoga se takav oblik zaštite u nekim zemljama i naziva *mali patent* (petty patent) ili *kratkotrajni patent* (short-term patent). Takvih zahtjeva prema određenim analizama najviše ima u strojnoj i električnoj industriji, industriji preciznih instrumenata i motora, dok su za nju posebno zainteresirani i proizvođači igračaka, satova i optičkih pomagala te industrija mikrotehnologije i mikromehanike.<sup>8</sup>

### *Tehnološki i izražajni oblici inventivne i inovacijske djelatnosti*

Vezano uz već spomenutu novost izuma kod patenata i korisnih modela, važno je razjasniti određene pojmove koji su bitni radi boljeg razumijevanja problematike. Tim više što se radi o pojmovima koji su još uvijek neusuglašeni i nestandardizirani u pravnom poretku. To se u prvom redu odnosi na tehnička unapređenja, racionalizacije, korisni prijedlog, otkrića, licencije, know-how, i sl.

*Tehničko unapređenje* predstavlja dio puta u razvoju tehnologije u odnosu na postojeću tehnologiju. Ono djeluje na obujam proizvodnje, cijenu proizvodnje, uspješnost korištenja proizvoda, čime se postiže povećanje dohotka ili proizvodnosti rada, poboljšanje kakvoće, ušteda materijala ili energije, bolje iskorištavanje strojeva ili instalacija, poboljšanje tehničke kontrole proizvoda, zaštite na radu i okoliša.<sup>9</sup> Ono je kao i izum posljedica stvaralačkoga rada, koje ne može biti štice patentom jer nastaje uporabom poznatih sredstava i postupaka ali ne i rutinskom primjenom istih. Za razliku od izuma koji se štiti patentom i mora biti apsolutno novo tehničko rješenje, ovdje se traži samo relativna novost ograničenoga tipa. Zbog toga se približava pojmu *know-how*, kao primijenjeno tehničko znanje i iskustvo. Tehničko unapređenje ne postoji ukoliko je već poznato isto ili slično u dotičnom ili nekom drugom trgovačkom društvu, istoj djelatnosti i stručnoj literaturi. Sam pojam je vrlo bitno razgraničiti od drugih pojmova, budući da se ne radi o sinonimima.

8

Isto, str. 62.

9

Čizmić, Jozo, "Neki aspekti inventivne djelatnosti u trgovačkim društvima", Zagreb, *Pravo u gospodarstvu*, br. 2, god. 37, 1998, str. 212.

*Racionalizacija* predstavlja racionalno iskorištavanje postojećeg tehničkog uređaja, materijala, radne snage ili organizacije.<sup>10</sup> Primjenom novih ili korištenjem na novi način poznatih sredstava, saznanja i postupaka u području organizacije rada i poslovanja, planiranja, administrativnih, komercijalnih, financijskih, kadrovskih i svih ostalih poslova u djelatnosti društva, dolazimo do organizacijskog unapređenja. Ono nije tehničkog ili tehnološkog karaktera ali ipak utječe na veću dobit.

*Korisni prijedlog* je svaki prijedlog koji donosi racionalno rješenje ili bolje izvođenje radnih zadataka. Nastaje kao plod razmišljanja autora, prenošenjem iskustva od drugih ili iz stručne literature.<sup>11</sup> Služi za rješenje određenog tehničkog, tehnološkog ili drugog problema koji nije izravno primjenjiv. Zato se može reći da se radi o rješenju do kojeg se došlo manjim stvaralačkim naporom nego što je to kod tehničkog unapređenja, odnosno da se radi o obliku niže intelektualne razine. Osim tehničkih rješenja, tiču se i područja administracije, nabave, prodaje, računovodstva, financija i također utječu na veću dobit.<sup>12</sup>

*Otkrića* predstavljaju utvrđivanje nepoznatih postojećih principa, zakona, svojstava i pojava materijalnog svijeta. Radi se zapravo o otkriću nečega što postoji u prirodi nezavisno od volje ljudi, ali što do pojave otkrića nije bilo poznato.<sup>13</sup> Otkriće koje samo po sebi ne može ovladati prirodom, uporabljeno za neki tehnički cilj ostaje izumom. Npr. sama činjenica da se magnetska igla okreće prema sjevernom polu, predstavlja otkriće. Primjena toga otkrića u proizvodnji kompasa predstavlja izum.<sup>14</sup>

*Licencija* je ugovor kojim se licencijskom partneru daje posebno pravo. Najčešće se daje za komercijalizaciju patenata, za uporabu imena proizvoda, za uporabu specifičnih tehnoloških procesa i za distribuciju nekih specifičnih proizvoda.<sup>15</sup> Ugovorom se određuje način, uvjeti korištenja toga prava iz područja industrijskoga vlasništva.

*Know-how* je pojam preuzet iz engleskoga jezika, koji se najčešće ne prevodi na druge jezike. Na engleskom znači *znati kako* i potječe iz američke poslovne komunikacije. Tumači se kao znanje kako nešto uraditi – *knowledge of to do something*. U hrvatskom jeziku prevodimo ga kao *znanje i iskustvo* ili *znanje i umijeće*. Prema *Rezoluciji o know-howu* Međunarodne organizacije

10

*Ekonomski leksikon*, LZ "Miroslav Krleža" i Masmedia, Zagreb, 1995.

11

*Ekonomski leksikon*, LZ "Miroslav Krleža" i Masmedia, Zagreb, 1995.

12

Čizmić, Jozo, "Zaštita tehničkih unapređenja nakon donošenja Zakona o patentima", Zagreb, *Informator* br. 4926, 23.05.2001, str. 12.

13

*Ekonomski leksikon*, LZ "Miroslav Krleža" i Masmedia, Zagreb, 1995.

14

Čizmić, Jozo, "Zaštita tehničkih unapređenja nakon donošenja Zakona o patentima", Zagreb, *Informator* br. 4926, 23.05.2001, str. 12.

15

*Ekonomski leksikon*, LZ "Miroslav Krleža" i Masmedia, Zagreb, 1995.



za zaštitu industrijskog vlasništva (AIPPI) na sjednici u Melbournu 1974. godine, tim pojmom se obuhvaćaju tehnička, komercijalna, administrativna i druga znanja i iskustva koja se mogu primijeniti u praksi vođenja poduzeća ili obavljanja profesionalne aktivnosti. Dakle, ne postoji ograničenje samo na znanstveni i tehnički aspekt. U širem smislu obuhvaćene su materijalne i nematerijalne vrijednosti, poput: formula, crteža, recepata, projekata, uzoraka, tehničkih podataka, specifikacija, lista materijala, priručnika proizvoda i procesa, pismenih uputa za vođenje postupaka i analitičkih sredstava za kontrolu proizvoda i postupaka, tehničkih odluka, razmjena mišljenja s drugim proizvođačima ili znanstvenim institucijama.<sup>16</sup>

U pravnoj teoriji, pojam *know-how* ostaje i dalje neodređen unatoč brojnim pokušajima da se to učini. Međutim, obuhvaćena su znanja koja nisu formalnopravno zaštićena propisima o industrijskom vlasništvu. *Know-how* nije predmet patentne zaštite ali predmet *know-how* može biti predmet zaštite patentom, pod uvjetom da je industrijsko-pravna zaštita ostvarena. Nemoгуće je odrediti prostorno protezanje stvarnog monopola nad *know-howom* granicama država, kao što je to moguće kod industrijskoga vlasništva. On je monopol korisnika u odnosu na sve one subjekte koji nemaju pristup određenom *know-howu*. Budući da se njegova prava ne stječu upravno-pravnim postupkom u patentnim uredima, izostaje načelo formalnosti. Prava vrijednost *know-how* je u tomu što osigurava korisniku uz patent i patentnu licencu, sve informacije, znanje i iskustva koja su već negdje stečena i osposobljavaju ga za početak proizvodnje. Naime u patentnom spisu nisu detaljno navedeni svi podaci, koji bi pružili proizvođaču mogućnost primjene ili proizvodnje.

*Know-how* se osim od izuma koji se može, a nije patentiran, može sastojati i od izuma koji se ne mogu patentirati, te od tehničkih unapređenja i proizvodnoga iskustva a koji se po stupnju kreativnost ne mogu izjednačiti s izumom. Ono se može onda sastojati i od: podataka o patentiranom izumu koji nisu uključeni u opis izuma; izuma pogodnih za patentiranje ali koji nisu (još) patentirani; izuma koji su u određenoj zemlji isključeni od patentiranja s obzirom na njihov predmet; izuma nepodobnih za patentiranje zbog njihove nedovoljne izvornosti; industrijskih dizajna s funkcionalnim značajkama; vještine, iskustva i znanja tehničara.<sup>17</sup> Kao i u slučaju tehničkog unapređenja, *know-how* također može zadovoljiti samo uvjet relativne novosti, odnosno ona je subjektivna, za razliku od patenta gdje je potrebna objektivna novost. Njegova vrijednost je da predstavlja novost u određenoj grani i na taj način sudjeluje u kompetitivnosti tvrtki na tržištu. Relativna novost je obuhvaćena i sastavnicom tajnosti. Tajna značajka *know-how* postoji sve dok nije objavljen u javnosti, ako tvrtka koja ga razvija poduzima sve aktivnosti kako bi spriječila neovlašteno objavljivanje. Tajnost se dakle, održava u odnosu na

16

Čizmić, Jozo, "Know-how", I. dio, Zagreb, *Informator* br. 4724, 16.06. 1999, str. 7.

17

Isto str. 8.

konkurenciju koja bi ga mogla primijeniti u svojoj djelatnosti. Pravnu zaštitu uživa samo tajni *know-how* i određuje se ugovorom.

*Žig* podrazumijeva zaštićeni znak jedne pravne ili fizičke osobe, kojoj pripada isključivo pravo da proizvode koji su označeni žigom stavlja u promet ili da se njime koristi pri obavljanju uslužne djelatnosti<sup>18</sup>. Može biti izražen verbalno, figurativno ili kombinacijom verbalnog i figurativnog izraza. Tako se žigom mogu štititi znakovi kao: riječi, slova, brojke, kratice, grafički prikazi, kombinacije boja i njihovih tonova, trodimenzijski oblici, oblici proizvoda ili njihova pakiranja, pod uvjetom da su razlikovni, kao i kombinacije svih navedenih znakova<sup>19</sup>. Može se odnositi na jedan ili više proizvoda koje vlasnik žiga stavlja u gospodarsko-pravni promet, bez obzira je li nositelj prava na žig u prethodnom vremenu obilježavao svoje proizvode prijavljenim znakom.

*Industrijski dizajn* predstavlja vanjski izgled, tj. pojavnost nekog proizvoda u cjelini ili samo u njegovom dijelu a koji proizlazi iz njegovih obilježja. U novom hrvatskom pravnom nazivlju koji potječe iz *Zakona o zaštiti industrijskoga oblička* iz 1999. godine, dizajn je nazvan obličjem, da bi se najnovijim zakonom uveo širom svijeta, a i kod nas, dovoljno poznat pojam dizajn. Doduše, do toga prvog Zakona koristila su se dva izraza za pojam zaštićenoga dizajna: model koji se odnosi na prostorni oblik i uzorak i koji se odnosi na plošni oblik. U nastavku teksta koristit će se i dalje oba naziva jer se kao takvi koriste u inozemnim zakonodavstvima.

*Industrijski model* (engl. model, franc. model industriel, njem. Gewerbliche modelle) je tijelo u prostoru (trodimenzijsko) koje predstavlja zanatski ili industrijski proizvod ili se na takav proizvod može prenijeti, tj. njime se štiti novi vanjski oblik određenoga zanatskoga ili industrijskoga proizvoda, tj. njegovoga dijela. Uspoređujući ga s korisnim modelom, industrijski model karakterizira estetski a ne tehnički aspekt oblikovanja. On je vrlo apstraktna intelektualna tvorevina estetskoga i ornamentalnoga značaja, koja se sastoji od rasporeda ploha, crta, šara i boja u sasvim proizvoljnim kombinacijama. Materijali i način obrade nisu uopće važni pri njegovoj izradi.

*Uzorci* (engl. designs, franc. dessins, njem. die Muster) predstavljaju ljudske intelektualne kreacije s kojima se daje novo estetsko obilježje a s ciljem proizvodnje zanatskoga ili industrijskoga proizvoda. Uzorak je dvodimenzij-ska apstraktna kreacija estetskoga i ornamentalnoga značaja, koja se može sastojati od šare, boje, slike i crteža sa svrhom prenošenja na određeni zanatski ili industrijski proizvod. Dvodimenzionalnost ne treba doslovno shvatiti, tj. u strogom geometrijskom značenju, jer i sliku i crtež je moguće reljefno izraziti. Šara na automobilskoj gumi je primjer koji toj tvrdnji ide u prilog. Takav proizvod je moguće zaštititi prema odgovarajućim propisima. Kao i u slučaju modela, materijal izrade i njegova obrada nemaju nikakav utjecaj pri

---

18

Verona Albert, *Pravo industrijskog vlasništva*, Zagreb, 1978, str. 170.

19

Bukljaš I., *Priredno pravo s osnovama prava*, Zagreb, 1978, str. 406.



realizaciji uzorka.<sup>20</sup> Moguće ga je štiti i kroz autorsko-pravnu zaštitu i ona je često pogodnija ukoliko ne postoji nakana proizvodnje i prodaje dotičnoga dizajniranog proizvoda.

*Oznake podrijetla* proizvoda i usluga obuhvaćaju svaki podatak na samom proizvodu ili na njegovoj vanjskoj opremi, koji ukazuje na uže ili šire određenje kraja iz kojega taj proizvod potječe.<sup>21</sup> Brza industrijalizacija i masovna proizvodnja koja je uzela maha početkom 20. stoljeća, bila je silna opasnost za uništenje i obezvređivanje tradicionalnih postupaka proizvodnje proizvoda izuzetne kvalitete u pretežno ekstenzivnim područjima. Stoga se zaštitom znakova razlikovanja nastojala očuvati posebna svojstva, prije svega vina i drugih jakih alkoholnih pića, a uz to i drugih prehrambenih proizvoda. Takvi proizvodi postizali su visok ugled i visoke cijene, a količine dostupne na tržištu su veoma ograničene. Zato većinu takvih proizvoda se smatra tipičnim primjerima tzv. Veblenovoga efekta<sup>22</sup>. Zbog očuvanja posebnih svojstava proizvoda, povećava se ugled i zarada svih sudionika od proizvodnje, preko prerade do prodaje. Jamstvo kvalitete leži upravo u percepciji kupaca koji ih prepoznaju kao takve, što inicira kontinuiranu potrebu kontrole kvalitete proizvoda.

U najnovijem hrvatskom zakonskom određenju transparentnije je određen ovaj vid zaštite industrijskog vlasništva. Stoga razlikujemo oznaku zemljopisnog podrijetla, koja se odnosi na naziv zemljopisnog područja ili neki drugi znak koji mora ukazivati da neki proizvod ili usluga potječe iz određenog zemljopisnog područja, te da posjeduje određenu kvalitetu i svojstva koja se pripisuju tom podrijetlu od oznake izvornosti, koja predstavlja specifičniji oblik zaštite i obavezno podrazumijeva bitni ili isključivi utjecaj posebnih prirodnih i ljudskih čimbenika određene zemljopisne sredine iz koje bi trebala proizaći osobita kvaliteta i svojstva proizvoda ili usluga.

*Topografija poluvodičkih proizvoda* predstavlja novu vrstu industrijskoga vlasništva, koja se prvi puta spominje u Semiconductor Chip Protection Actu, donesenom 1984. godine u Sjedinjenim Američkim Državama. Time je uvedena *sui generis* zaštita topografije (Mask-works law).

Topografija predstavlja trodimenzijski raspored slojeva vodljivog, izolacijskog i poluvodičkog materijala u poluvodičkim proizvodima, koji su namijenjeni izvođenju određene elektroničke funkcije. Elektronička industrija se pokazala najviše zainteresiranom za zaštitu planova rasporeda integriranih sklopova ili mikročipova zbog velikih šteta koje je pretrpjela kod neovlaštenoga kopiranja suvremenih rješenja. Razvoj, a pogotovo smanjenje tih proizvoda je izuzetno skupo, a krađa, tj. kopiranje se može obaviti fotografiranjem svakog

20

Verona Albert, *Pravo industrijskog vlasništva*, Zagreb, 1978, str. 144.

21

Isto, str. 192.

22

Veblenov efekt (prema Thorstein B. Veblenu) je pojam koji označava izuzetak od zakona tržišne potražnje. Za proizvode ili usluge tako nazvane, ne vrijedi pravilo po kojemu sniženje cijene uzrokuje porast potražnje, niti rast cijene uzrokuje pad potražnje.

plana integriranog sklopa i pripravljanje odljeva za njegovu produkciju na temelju dobivene fotografije. Da bi zaštita funkcionirala, mora postojati izvornost i neuobičajenost proizvoda i ne odnosi se na koji koncept, postupak, sustav, tehniku proizvodnje niti informaciju kao takvu, već samo na samu topografiju.

### *Autorsko pravo*

Autorsko pravo (engl. Copyright, njem. Urheberrecht, franc. droit d'auteur) predstavlja pravo tvorca intelektualne tvorevine, odnosno pravo s područja književnoga, znanstvenoga i umjetničkog stvaralaštva. Za autorsko pravo upotrebljava se i naziv književno i umjetničko vlasništvo i nastao je u 18. stoljeću. Pojam autorskoga prava koristi se, slično kao i pojam stvarnoga prava, za označavanje odnosnog prava u objektivnom i subjektivnom smislu. Autorsko pravo u objektivnom smislu, skup je pravnih normi koje uređuju autorsko-pravne odnose<sup>23</sup>. Temeljne odredbe o autorskom pravu sadržane su u ustavima, građanskim zakonicima, posebnim zakonima i podzakonskim aktima, a važan izvor zakonskoga prava su svakako i međunarodni ugovori (međunarodne konvencije, multilateralni i bilateralni međunarodni ugovori). Zakoni o autorskom pravu obično sadržavaju odredbe o autorskim djelima, nositeljima autorskoga prava, sadržaju i o ograničenjima autorskoga prava. Autorsko pravo u subjektivnom smislu je "...objektivnim pravom priznato pravo autora intelektualnih tvorevina s književnog, znanstvenog i umjetničkog područja u pogledu njegove tvorevine".<sup>24</sup> Ono obuhvaća:

a) autorska imovinska prava koja se odnose na isključiva prava korištenja autorskoga djela, prenosiva su među živima i u slučaju smrti, ali su po trajanju ograničena;

b) autorska moralna ili osobna prava kojima se štite osobni interesi autora, nisu prenosiva među živima, djelomično su prenosiva u slučaju smrti i po trajanju su najčešće neograničena.

Predmet zaštite autorskoga prava je autorsko djelo. Pojam *autorsko djelo* obuhvaća tvorevine s književnoga, znanstvenog i umjetničkog područja, pa stoga te tvorevine i nazivamo književna i umjetnička djela (engl. literary and artistic works, franc. oeuvres littéraires et artistiques, njem. Werke der Literatur und der Kunst, tal. opere letterarie e artistiche), te znanstvena djela (engl. scientific works, franc. oeuvres scientifiques, njem. Werke der Wissenschaft, tal. opere scientifiche). Sam pojam se koristi u pravnoj teoriji, zakonodavstvu i praksi, uz već standardne pojmove *zaštićena djela* ili *autorsko-pravna djela*.<sup>25</sup>

23

Vučić Petar, Autorsko pravo i autorsko pravni odnosi, u *Slobodno poduzetništvo*, br. 8, Zagreb, 2001.

24

Henneberg Ivan, *Autorsko pravo*, Informator, Zagreb, 1996, str. 3.

25

U britanskom zakonu iz 1988. godine javlja se pojam *copyright works*.

Teorijske, formalne definicije pojma autorskoga djela, teško da možemo naći u zakonskoj praksi. Uglavnom postoji opće određenje pojma da su to djela s književnog, znanstvenog i umjetničkoga područja, te se obično nabrajaju primjeri tih djela. O tomu govori Bernska konvencija i brojni nacionalni zakoni osim japanskog, koji pod njim smatra svaku tvorevinu u kojoj su misli i osjećaji izraženi na stvaralački način, te potječe s književnoga, znanstvenog, umjetničkog ili glazbenog područja.<sup>26</sup> Sam pojam djela, obuhvaća prije svega rezultate vrlo različite vrste rada, te se postavlja pravo pitanje, koja vrsta djela kao rečeni rezultat rada se ima smatrati autorskim djelom. Razlikovanje treba praviti samo na razini djela odnosno proizvoda, tj. samo se intelektualna tvorevina ima smatrati novinom, bilo u području izuma, znanstvenih otkrića ili na književnom, znanstvenom i umjetničkom području. Iz toga proizlazi da se samo djela u takvom užem smislu, mogu smatrati autorskim djelima.

Osnovna podjela autorskih djela razlikuje tri skupine, i to:

- autorska djela u izvornom obliku – koja se navode s obzirom na sredstva izražavanja (pisana i izgovorena riječ, tjelesni pokreti, zvukovi, likovna izražavanja te kombinacije različitih izražavanja), dijele se na: pisana djela; govorna djela; dramska i dramsko-glazbena djela; koreografska i pantominska djela; glazbena djela s riječima ili bez riječi; likovna djela; djela primijenjenih umjetnosti i industrijskog dizajna; fotografska djela i djela proizvedena postupkom sličnim fotografskom; kartografska djela; planovi, skice i plastična djela koja se odnose na znanstvena i umjetnička područja i računalni programi.
- izvedena autorska djela – prijevodi, prilagodbe i glazbeni aranžmani već postojećih djela;
- zbirke djela ili kolektivna djela.

### *Srodna prava*

Srodna prava predstavljaju, pored prava industrijskoga vlasništva i autorskoga prava, treću sastavnicu intelektualnoga vlasništva. Budući da se radi o subjektivnim pravima koja su vrlo bliska autorskom pravu, u francuskom i engleskom pravnom pojmovlju, nalazimo ih pod nazivom "*susjedna prava*" (engl. *neighbouring rights*, franc. *droits voisins*). Razlikuju se od autorskoga prava s obzirom na nositelje prava i rok trajanja. Normativno su najčešće sadržana u istom zakonu kao i autorsko pravo, što je u nekim nacionalnim zakonima, poput njemačkoga i talijanskoga a sada i našem, primjetljivo već u samom nazivu. Dakle, srodna prava obuhvaćaju: pravo umjetnika izvođača, pravo proizvođača fonograma i pravo organizacija za radiodifuziju. U posljednje vrijeme se uz navedena prava javlja određen broj i nekih drugih srodnih prava, poput: prava izvođača videograma, pravo proizvođača baza

podataka, nakladnika određenih izdanja i prava na prvom izdanju neobjavljenih slobodnih djela. Navedena prava su prema smjernicama Europske unije priznata u zemljama Unije i uređena u njihovim zakonima. Dodatni razlog većoj afirmaciji srodnih prava sličan je kao i kod prava industrijskoga vlasništva a odnosi se na zaštitu budućih investicija. Autorska djela tako bivaju objelodanjena javnosti, koja bi bez investicija ostala nepoznata. Stoga su srodna prava postala sve više predmet rasprava u međunarodnim kontaktima i predmet uređenja u međunarodnim ugovorima i Sporazumu o trgovačkim aspektima prava intelektualnoga vlasništva (TRIPS-a), kojim su propisana minimalna prava koja članice Svjetske trgovačke organizacije (WTO) moraju priznati izvođačima, proizvođačima fonograma i organizacijama za radiodifuziju.

### *Intelektualni kapital*

Intelektualni kapital je pojam koji se najčešće koristi kao sinonim za neopipljivu imovinu poduzeća, a koja itekako utječe na uspješnost poslovanja. Pridjev "intelektualni" govori o tomu da je za izvor toga kapitala bitan intelekt ili znanje, najčešće primijenjeno znanje, koje se pojavljuje u različitim oblicima:

- materijalnom obliku – u vidu patenata, licenci, baza podataka, priručnika, planova, nacрта, uputa, kompjutorskih programa i sl., a koje još zovemo eksplicitnim znanjem;
- nematerijalnom obliku – u vidu kompetencija, rukovodstva, korporacijske kulture, viziji itd., a koje se nalaze u glavama zaposlenika i stručnjaka. Tada se radi o implicitnom ili tacitnom (skrivenom) znanju<sup>27</sup>.

Treba postaviti jasnu razliku između znanja i intelektualnog kapitala. Iako i intelektualni kapital predstavlja znanje, ono postaje vrijedna imovina tek kada se znanje i inteligencija primijenjeni i pretvori u nešto vrijedno za tvrtku i njezine potrošače, tj. postaje intelektualni kapital. Ukoliko to znanje izostaje, radi se tek o neiskorištenom intelektualnom potencijal poduzeća. To nam govori da svako znanje ne predstavlja kapital. Struktura intelektualnoga kapitala ima nekoliko sastavnica. Prema brojnim teoretičarima, sastoji se od ljudskoga, strukturalnog i potrošačkog kapitala, svaki s još nekoliko podkategorija.

---

27

Jelčić Karmen: Intelektualni kapital – resurs 21. stoljeća, *Suvremeno poduzetništvo*, br. 10/2002, Zagreb, str. 101.

## *Ljudski kapital*

Ljudski kapital (engl. Human Capital) je unajmljeni kapital, tj. on nije u vlasništvu tvrtke i uglavnom predstavlja najveću vrijednost svake tvrtke, osobito u znanjem intenzivnim poduzećima. Obuhvaća stručna znanja i kompetencije zaposlenih. Zaposlenici su vlasnici ideja i inovacija, te stoga dolazi do miješanja rada i kapitala. Zato govorimo o inovacijskom kapitalu, podkategoriji ljudskoga kapitala. Inovacijski kapital (engl. Ideas Capital) podrazumijeva znanje i sposobnosti zaposlenika kao mogući izvor za inovacije<sup>28</sup>. Inovacije postaju dugotrajna vrijednost poduzeća. Zaposlenici i svi ostali suradnici predstavljaju taj kapital u fizičkom smislu. Pogrešno bi bilo shvatiti da svi zaposlenici tvrtke predstavljaju ljudski kapital, makar se bavili istraživačkim i inovativnim radom. Samo prikupljene ideje i nova rješenja i proizvodi predstavljaju ljudski kapital, koji je mjerljiv na način da se zbrajaju prikupljene ideje, primijenjene inovacije i nastali proizvodi i usluge. U to se ubrajaju samo oni koji pridonose organizaciji i izgrađuju strukturalni kapital, stvarajući dodanu vrijednost (value-added).<sup>29</sup>

Upravljački kapital (engl. Leadership Capital) je druga podkategorija ljudskog kapitala i odnosi se na sposobnost rukovodstva tvrtke za uspostavljanje kvalitetnih odnosa između svih sastavnica intelektualnoga kapitala, kao i za uspostavljanje organizacijskih vrijednosti kao dijela organizacijske kulture. Uz određivanje vrijednosti tvrtke, od bitne važnosti je definiranje vi-

28

Inovacijom se u užem smislu djeluje na tehnološke i organizacijske postupke u proizvodnim i poslovnim procesima, koje rezultira tehničkim unapređenjem, korisnim prijedlogom, know-howom, racionalizacijom. U širem smislu, inovacija se odnosi na stvaranje, prikazivanje i primjenu novih spoznaja, postupaka, proizvoda, organizacijskih modela i sl.

Postoje i drugačiji pristupi u pogledu inovacija, osobito u anglosaksonskoj praksi. Inovacijom se smatra samo proizvodnja novih stvari, dok se kreativnost i stvaralaštvo odnosi na osmišljavanje novih stvari. Takvim pristupom je odvojen stvaralački čin, kao što je izum, od njegove primjene. Sam izum predstavlja prvu fazu inovacije a druga faza odnosi se na implementaciju izuma. Iz toga proizlazi da je moguće postojanje izuma ali ne i inovacije.

Neki drugi pristupi u određivanju pojma inovacije, smatraju da se pod inovacijom, osim aplicirane ideje, podrazumijeva i zabilježena ideja. Stoga, ovdje ne vrijedi shvaćanje, da izum postaje inovacijom tek sa njegovom eksploatacijom.

U svakom slučaju, inovacijom smatramo čitav splet od pojave ideja pa do cijeloga procesa od istraživanja, tehnološkoga razvoja, proizvodnje i prodaje. Više o tomu u: Kosi B.: Uloga kadrovske funkcije u stvaranju uvjeta za kreativni rad, pronalazaštvo i inovacije, članak u Zborniku radova sa savjetovanja "Obrazovanje u funkciji inventivnog rada i tehnološkog razvoja", Zagreb, 1987, str. 62.

29

Prema nekim autorima, bolje je koristiti pojam novostvorene vrijednosti, kako se ne bi stvorila zbrka sa pojmom dodane vrijednosti, što bi bio izravan prijevod s engleskoga, kao osnovicom za obračun PDV-a. Novostvorena vrijednost u pojednostavljenom obliku odgovara zbroju bruto plaća i bruto dobiti. U hrvatskoj praksi, računa se kao zbroj dobiti prije oporezivanja, neto plaća, poreza i prireza na plaće svih doprinos iz i na plaće, autorskih honorara i ugovora o djelu sa svim porezima i doprinosima po osnovi takvih ugovora, studentskih honorara uključujući poreze i druga davanja po osnovi ugovora o radu studenata, te stipendija, od čega se oduzimaju sredstva primljena kao dotacije ili subvencije iz državnog proračuna ili proračuna lokalnih jedinica samouprave.

Više o tomu u: *Poslovni tjednik* – poseban prilog: 500 najboljih, 50 najvećih stvaratelja nove vrijednosti u Hrvatskoj, Zavod za poslovna istraživanja, Zagreb, 2003, str. 66.

zije, misije i poslovnih ciljeva u tvrtki, kao i specificiranje oblika ponašanja kojima se podržavaju i ne podržavaju organizacijske vrijednosti.

### *Strukturni kapital*

Strukturni kapital (engl. Structural Capital) odnosi se na onaj dio, koji za razliku od ljudskoga kapitala, ostaje u tvrtki i nakon što zaposlenici odu kući ili napuste trajno. On predstavlja podupiruću infrastrukturu ljudskog kapitala. U to spadaju "...recepti znanja kojima netko drugi može povećati vrijednost na dobrobit organizacije".<sup>30</sup> On obuhvaća organizacijski kapital i procesni kapital.

Organizacijski kapital (engl. Organisation Capital) nazivamo još unutar-njim strukturnim kapitalom. Obuhvaća sve što je povezano s unutarnjim postupcima i učinkovitošću (strategija, sustav, metodologija i operativni procesi). Tu spadaju sva zabilježena znanja koje imamo u poslovnoj organizaciji: patenti, know-how, baze podataka i tehnologije. Organizacijsku kulturu također možemo smjestiti pod ovaj kapital.<sup>31</sup> Stoga je moguć i zaključak da se radi o svojevrsnom inovacijskom kapitalu (engl. Innovation Capital), čiji je sadržaj za razliku od inovacijskoga kapitala kao dijela ljudskoga kapitala, usmjeren na već opredmećene rezultate ljudskoga stvaralaštva, često puta zaštićeno kroz pravo intelektualnoga vlasništva. Upravo se tu očituje ta glavna veza između intelektualnog vlasništva i intelektualnog kapitala. Intelektualno vlasništvo je samo mali ali vrlo važan dio intelektualnog, odnosno strukturnog ili organizacijskog kapitala identificiranog kao inovacijski kapital. Budući da se uglavnom odnosi na intelektualno vlasništvo, možemo reći da se radi o mogućnosti sistematizirane i kodificirane sposobnosti djelovanja poslovne organizacije. Takav inovacijski kapital predstavlja sposobnost tvrtke za zadržavanje rezultata rada ljudskoga kapitala.

Kvantitativne metode mjerenja učinkovitog upravljanja moguće su i kod intelektualnoga vlasništva, koje današnje računovodstvo prihvaća kao bilančnu stavku i one mogu obuhvatiti sljedeće:

- postotak patenata u upotrebi, koji obuhvaća broj patenata proizvedenih u tvrtki, a koji služe za daljnju prodaju ili za daljnje usavršavanje u omjeru s ukupnim brojem patenata;
- budući ekonomski doprinos intelektualnog vlasništva i
- broj linija ili korisnika u mrežnom sustavu tvrtke i dr.<sup>32</sup>

<sup>30</sup> Edvinson Leif, *Korporacijska longituda: Navigacija ekonomijom znanja*, Zagreb, Difer, 2003, str. 35.

<sup>31</sup> Mayo Andrew, *The Human Value of the Enterprise: valuing people as assets: monitoring, measuring, managing*, London, Nicholas Brealey Publishing, 2001, str. 31.

<sup>32</sup> Kolaković Marko, "Znanje i intelektualni kapital kao konkurentne prednosti", Zagreb, *Računovodstvo i financije*, br. 6/99, str. 91.



Iz navedenoga proizlazi da rukovodstvo tvrtke mora brinuti o učinkovitosti upravljanja inovacijskim strukturnim kapitalom, tj. intelektualnim vlasništvom. Ukoliko nema povrata na investicije uložene u patente i ostale vrste industrijskog i intelektualnog vlasništva, vrijednost je nedostatna a može biti i negativna jer ponekad su troškovi ulaganja veći od koristi.

Organizacijski kapital je u cijelosti u vlasništvu tvrtke, dok u bilancama prikazujemo samo jedan njegov dio, koji se odnosi na intelektualno vlasništvo.

Procesni kapital (engl. Process Capital) predstavlja moduse i aktivnosti po kojima ljudski kapital obavlja svoju funkciju. Tehnike, metode, poslovni procesi, standardi kvalitete (npr. ISO standardi), organizacija procesa i sl. imaju zadaću da povećaju učinkovitost tvrtke. Dakle, možemo ga odrediti kao strukturalnu sposobnost tvrtke za kreiranje vrijednosti uz pomoć ljudskog kapitala. Ukoliko bude zabilježen postaje kodificirani inovacijski kapital a kroz zaštitu od kopiranja i proglašavanjem tajnom, postaje vrlo važna kompetitivna prednost dotične tvrtke. U suprotnom može opstati kao znanje koje nije lako podijeliti i distribuirati među zaposlenicima.

### *Potrošački kapital*

Potrošački kapital ili kapital klijenata (engl. Customer Capital) predstavlja rezultat poslovanja tvrtke i njezinih klijenata na temelju međusobnog interesa. Odnosi se na kupovne ugovore, odnose, odanost, zadovoljstvo, tržišni udjel, imidž, reputaciju, brandove, distributivne mreže i kanale.<sup>33</sup> Dakle, radi se o vjerojatnosti i kvaliteti međusobne suradnje i poslovanja, što ne može biti izraženo u potpunosti u novčanoj vrijednosti. Upravljanje odnosima s klijentima (Client relationship management) je tehnika kojom se to može postići, s ciljem da se postigne ili poveća zadovoljstvo klijenata. Osim spomenutoga kapitala klijenata, potrošački kapital se sastoji još od kapitala dobavljača i kapitala dioničara.

Kapital dobavljača (engl. Supplier Capital) podrazumijeva za razliku od kapitala klijenata, poziciju u kojoj se dotična tvrtka javlja kao kupac od svojih dobavljača, te zajedničkim snagama pokušavaju unaprijediti poslovni odnos s ciljem smanjivanja troškova i povećanja dobiti. Primjer takve suradnje nalazimo u konceptu dostave robe na vrijeme (tzv. "Just in time koncept"), gdje se zbog pravodobne dostave troškovi skladištenja svode na minimum.

Kapital dioničara (engl. Shareholders Capital) odnosi se na vrlo dobre odnose tvrtke sa svojim dioničarima, tj. onima koji su u danom trenutku svojim novčanim investicijama dali povjerenje dotičnoj tvrtki.

33

Mayo Andrew, *The Human Value of the Enterprise: valuing people as assets: monitoring, measuring, managing*, London, Nicholas Brealey Publishing, 2001, str. 31.

Važno je napomenuti da sve navedene sastavnice intelektualnog kapitala moraju biti u međusobnoj interakciji, kako bi stvorile veću dodanu vrijednost, tj. povećale intelektualni kapital tvrtke. Ukoliko ljudski kapital nije u interakciji s organizacijskim kapitalom i kapitalom klijenata i obrnuto, poslovanje će biti negativno.

U međusobnoj konkurenciji samo inovativne tvrtke imaju mogućnosti steći tržišnu prednost u odnose na druge. Inovacija se ne crpi iz okruženja koje je na raspolaganju svima, već samo one koje nastaju unutar tvrtke stvaraju konkurentsku prednost. Prema Novoj teoriji rasta ili Endogenoj teoriji rasta Paula Romera,<sup>34</sup> rast pokreće samo konkurentnost između tvrtki, a ne administrativne mjere koje propisuje državna administracija.

Stoga države koje žele potaknuti gospodarski rast, vlade moraju poticati, umjesto ulaganja u fizički kapital, istraživanje i razvoj novih ideja te subvencionirati akumulaciju ukupnog ljudskog kapitala na svim razinama države.

Mjerljivost vrijednosti intelektualnog vlasništva i intelektualnog kapitala u sveukupnoj korporativnoj i društvenoj uspješnosti, novi je izazov za sve istraživače. Od dvadesetak poznatih tehnika mjerenja, samo su se neke pokazale praktičnim. Kako uključiti tehnološku učinkovitost i ulaganje u osobni razvoj stručnjaka, njihovo obrazovanje i povrat na uloženo, dodatni je zahtjev koji se predstavlja pred stručnjake koji se bave tom problematikom.

Izreka Roberta Kaplana "Ono što se ne može mjeriti, time ne možete ni upravljati", nikad nije bila aktualnija.

### *Zaključak*

Leif Edvinsson, prvi direktor intelektualnog kapitala u svijetu, nekoć zaposlen u švedskoj osiguravajućoj tvrtki Skandia, kaže da je intelektualno vlasništvo podkomponenta intelektualnog kapitala, odnosno to je pravno upakiran intelektualni kapital.

Dakle, intelektualno vlasništvo je samo mali dio intelektualnog kapitala, koji se odnosi na njegov pravni aspekt, tj. mogućnost zaštite onih sastavnica koje čine važne konkurentne prednosti a to je uglavnom rezultat inovacija i invencija zasnovanih na uporabi znanja. Stoga možemo reći da intelektualno vlasništvo predstavlja kodificirani intelektualni kapital.

Glavno ishodište intelektualnog vlasništva u konceptu intelektualnog kapitala nalazi se u inovacijskom kapitalu, kao dijelu organizacijskog, tj. strukturnog kapitala. Tu nalazimo glavnu poveznicu između jednog i drugog, te ono predstavlja sposobnost tvrtke za zadržavanje rezultata rada ljudskoga kapitala.

34

Paul Romer, osim što je tvorac teorije endogenog rasta, poznat je po zauzimanju za presudnu ulogu znanja i ideja u gospodarskom rastu. Mnogi ga smatraju utemeljiteljem istraživanja koncepcije intelektualnog kapitala.

*Literatura:*

- Bukljaš, I., *Priredno pravo s osnovama prava*, Zagreb, 1978.
- Čizmić, Jozo, "Neki aspekti inventivne djelatnosti u trgovačkim društvima", u: *Pravo u gospodarstvu*, br. 2, god. 37, Zagreb, 1998.
- Čizmić, Jozo, "Know-how", I. dio, Zagreb, *Informator*, br. 4724, 16.06.1999.
- Čizmić, Jozo, "Intelektualno vlasništvo", Zagreb, *Slobodno poduzetništvo*, br. 6, Zagreb, 2001.
- Čizmić, Jozo, "Zaštita tehničkih unapređenja nakon donošenja Zakona o patentima", *Informator br. 4926*, Zagreb, 23.05.2001.
- Edvinsson, Leif i Malone, Michael S., *Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value By Finding Its Hidden Brainpower*, Harper Business, 1997.
- Edvinsson, Leif, *Korporacijska longituda: Navigacija ekonomijom znanja*, Zagreb, Difero, 2003.
- Ekonomski leksikon*, LZ "Miroslav Krleža" i Masmedia, Zagreb, 1995.
- Henneberg, Ivan, *Autorsko pravo*, Informator, Zagreb, 1996.
- Jelčić, Karmen, "Intelektualni kapital – resurs 21. stoljeća", *Suvremeno poduzetništvo*, br. 10, Zagreb, 2002.
- Kolaković, Marko, "Znanje i intelektualni kapital kao konkurentne prednosti", *Računovodstvo i financije*, br. 6, Zagreb, 1999.
- Mayo, Andrew, *The Human Value of the Enterprise: valuing people as assets: monitoring, measuring, managing*, London, Nicholas Brealey Publishing, 2001.
- Mršić, Željko, "Zaštita izuma korisnim modelom – prijedlog Europske unije", *Pravo i porezi*, br. 11., Zagreb, 2000.
- Hanžeković, Marijan, et al., *Poslovni rječnik*, 2. izdanje, Zagreb, Masmedia, 1992.
- Poslovni tjednik* – poseban prilog: 50 najboljih, 50 najvećih stvarateljja nove vrijednosti u Hrvatskoj, Zavod za poslovna istraživanja, Zagreb, 2003.
- Romer, Paul, *Endogenous Technological Change*, *Journal of Political Economy* 98, October 1990, str. 71-102.
- Saint-Onge, H., *Tacit Knowledge: The Key to the Strategic Alignment of Intellectual Capital*, *Strategy and Leadership*, March/April, 1996.
- Stewart, Thomas, A., *The Wealth of Knowledge: Intellectual Capital and the Twenty-first Century Organization*, A Currency Book, New York, 2001.
- Sveiby, Karl-Erik: A Knowledge-based Theory of the Firm – To Guide Strategy Formulation, *Journal of Intellectual Capital*, Vol 2, 2001., Nr. 4.
- Topić, Željko, "Industrijsko vlasništvo – gospodarstveno-razvojni aspekti", *Informator*, br. 4346-4347, Zagreb, 1. i 4.11.1995.
- Verona, Albert, *Pravo industrijskog vlasništva*, Zagreb, 1978.
- Vučić, Petar, "Autorsko pravo i autorsko pravni odnosi", *Slobodno poduzetništvo*, br. 8, Zagreb, 2001.
- Zlatović, Dragan, "Zaštita korisnih modela", *Pravo i porezi*, br. 3, Zagreb, 1999.

---

*Summary*

---

The purpose of this article is to explain the meaning of the intellectual property and the intellectual capital, their content, and their mutual relation and structure. They are becoming the basic part of the contemporary business and economic globalization, as well as one of the main competitive advantages, at the microeconomic level as well as at macroeconomic. Their mutual penetration is of a huge importance in order to stress necessity to take them into consideration.