

Факултет Правни

УНИВЕРЗИТЕТ У БЕОГРАДУ

Веће научних области правно-економских
наука

(Број захтева)

(Назив већа научне области коме се захтев
упућује)

(Датум)

ЗАХТЕВ**за давање сагласности на предлог теме докторске дисертације за кандидата
на докторским студијама**

Молимо да, сходно члану 47. ст. 5. тач. 3. Статута Универзитета у Београду ("Гласник Универзитета", број 162/11-пречишћени текст, 167/12, 172/13 и 178/14), дате сагласност на предлог теме докторске дисертације:

**„Право жига – од заштите информационе функције робне ознаке до заштите робне
ознаке као вредности по себи“**

(пун назив предложене теме докторске дисертације)

НАУЧНА ОБЛАСТ пословноправна

ПОДАЦИ О КАНДИДАТУ:

1. Име, име једног од родитеља и презиме кандидата:
Владимир (Бранислав) Боровац

2. Претходно образовање (назив и седиште факултета, студијски програм):

Универзитет у Београду,
Правни факултет, мастер
академске студије

Универзитет у Новом
Саду, Правни факултет,
основне студије

3. Година дипломирања: Мастер студије: 2010.
Основне студије: 2008.

4. Година уписа на докторске студије: 2009.

5. Назив студијског програма
докторских студија: докторске академске студије права

ПОДАЦИ О МЕНТОРУ:

Име и презиме ментора: **др Душан Поповић**

Звање: ванредни професор

Списак радова који квалификују ментора за вођење докторске дисертације:

1. „Критички осврт на сродноправну заштиту издавача: заштита привредног или културног подухвата“; *Анали Правног факултета у Београду*; бр. 1/2015; стр. 116-132; UDK 347.77/.78:655.4; CERIF: S124.
2. „Телевизијски формати као (не)заштићена интелектуална добра“; *Анали Правног факултета у Београду*, бр. 1/2014, стр. 84-101, UDK 347.78:654.197, ISSN 0003-2565.
3. „Amendments to the Serbian Competition Act: a much-needed 'fine tuning'“; *European Competition Law Review*; бр. 3/2014; стр. 124-129; ISSN 0144-3054.
4. « Competition law enforcement in Serbia: Six years of staggering along»; коаутор М. Васиљевић; *European Business Organization Law Review*; vol. 13 бр. 1; стр. 141-158; ISSN 1566-7529. Doi: 10.1017/S1566752912000079.
5. « Merger remedies and regulatory measures in the EU electronic communications sector: a critical assessment »; *European Business Organization Law Review*; vol. 10 бр. 4; стр. 575-594.

У случају менторства дисертације на докторским студијама у групацији техничко-технолошких, природно-математичких и медицинских наука ментор треба да има најмање три рада са SCI, SSCI, AHCI или SCIE листе, као и Math-Net.Ru листе.

У случају менторства дисертације на докторским студијама у групацији друштвено-хуманистичких наука ментор треба да има најмање три рада са релевантне листе научних часописа (Релевантна листа научних часописа обухвата SCI, SSCI, AHCI и SCIE листе, као и ERIH листу, листу часописа које је Министарство за науку класификовало као M24 и додатну листу часописа коју ће, на предлог универзитета, донети Национални савет за високо образовање. Посебно се вреднују и монографије које Министарство науке класификује као M11, M12, M13, M14, M41 и M51.)

Обавештавамо вас да је Наставно-научно веће

(назив надлежног тела факултета)

на седници одржаној 26.10.2015. године размотрило предложену тему и закључило да је тема подобна за израду докторске дисертације јер садржи оригиналну идеју и да је од значаја за развој науке, примену њених резултата, односно развој научне мисли уопште.

ДЕКАН ФАКУЛТЕТА

- Прилог
1. Предлог теме докторске дисертације са образложењем.
 2. Акт надлежног тела факултета о подобности теме за израду докторске дисертације.
 3. Електронска верзија.

ПРАВНИ ФАКУЛТЕТ УНИВЕРЗИТЕТА У БЕОГРАДУ
НАСТАВНО-НАУЧНО ВЕЋЕ

Београд, 12. октобар 2015. године

Одлуком управника докторских академских студија, а на предлог Катедре за грађанско право, именована је Комисија у саставу: проф. др Весна Бесаровић, проф. др Слободан Марковић и проф. др Душан Поповић, за одбрану пројекта докторске дисертације и писање извештаја о подобности теме докторске дисертације под насловом: „**Право жига – од заштите информационе функције робне ознаке до заштите робне ознаке као вредности по себи**“, коју је пријавио студент докторских студија **Владимир Боровац**. Будући да је 29. јуна 2015. године кандидат успешно одбранио пројекат докторске дисертације, чланови Комисије су, као известиоци, прегледали његов предлог теме са образложењем и списком литературе, и у том својству подносе Наставно-научном већу Правног факултета следећи

ИЗВЕШТАЈ

**са подацима о кандидату и о подобности предложене теме
за докторску дисертацију**

I Основни подаци о кандидату и дисертацији

1. Подаци о кандидату

Владимир Боровац је рођен 29.10.1985. године у Новом Саду. Основну школу и специјални математички смер гимназије је завршио у Новом Саду са одличним успехом (просечна оцена 5). Добитник је Дипломе Вук Караџић за постигнуте изузетне резултате у учењу за оба периода школовања. Током основне школе је постигао изузетне успехе на такмичењима из математике, а током гимназије на такмичењима из физике. Због тога је добитник Дипломе за постигнуте изузетне резултате из математике током школовања у основној школи и Дипломе за постигнуте изузетне резултате из физике током школовања у гимназији. Због вишегодишњих успеха на такмичењима из математике додељена му је 2000. године Повеља Новосадски анђели коју додељује град Нови Сад.

Правни факултет Универзитета у Новом Саду је уписао 2004. године, а завршио у децембру 2008. године са просечном оценом 9,92. Добитник је награда за постигнут успех у школској 2004./2005., 2005./2006. и 2008./2009. години, које

додељује Универзитет у Новом Саду. Седми семестар основних студија (први семестар школске 2007./2008. године) је провео студирајући на Правном факултету Универзитета у Салцбургу (Аустрија) у оквиру програма размене студената. У току тог периода је успешно положио испите из три предмета. Настава и испити из свих предмета су се одвијали на енглеском језику. Због постигнутих изузетних резултата у студирању током основних студија 2008. године је добио награду и стипендију коју је „EFG Eurobank” сваке године додељивала за сто најбољих студената из свих области.

У јануару 2009. године је уписао дипломске академске студије – мастер (пословноправни модул) Правног факултета Универзитета у Београду. Мастер студије је завршио 23.03.2010. године са просечном оценом 9,75, одбраном мастер рада на тему “Правни режим затворених инвестиционих фондова”.

Школске 2009./2010. године је уписао докторске студије (пословноправна научна област) Правног факултета Универзитета у Београду. На првој години докторских студија је положио следеће испите:

1. Методологија научноистраживачког рада и вештине, пред комисијом у саставу проф. др Небојша Јовановић и проф. др Саша Бован (оцена 10)
2. Први усмени докторски испит пред комисијом у саставу проф. др Мирко Васиљевић, проф. др Небојша Јовановић и проф. др Слободан Марковић, а који се састојао од следећих предмета:
 - (1) Компанијско право (оцена 9);
 - (2) Трговинско право (оцена 8);
 - (3) Право интелектуалне својине (оцена 8).

На другој години докторских студија у септембру 2011. године је положио други усмени докторски испит пред комисијом у саставу проф. др Гаши Кнежевић, проф. др Весна Бесаровић и доц. др Душан Поповић, а који се састојао из следећих предмета:

- (1) Арбитражно право (оцена 9);
- (2) Право конкуренције (оцена 9).

Одбранио је и семинарски рад под насловом: „Вансудско решавање спорова поводом регистрације назива интернет домена у Републици Србији“, чиме је испунио све потребне услове за пријаву пројекта докторске дисертације. Дана 29. јуна 2015. године кандидат успешно одбранио пројекат докторске дисертације.

Од почетка октобра 2009. године до краја новембра 2012. године је био запослен као судијски приправник, прво у Окружном суду у Новом Саду, а затим у Вишем суду у Новом Саду. У јануару 2012. године је положио правосудни испит са општим успехом: положио са одликом. Говори енглески језик који је учио дужи низ година. Научна област од посебног интересовања му је Право интелектуалне својине (нарочито Право жига и Право заштите индустријског дизајна), а интересује га и Право хартија од вредности.

2. Подаци о написаним и објављеним радовима

Владимир Боровац је израдио и објавио следеће радове:

1. Правни режим затворених инвестиционих фондова”, мастер рад, необјављен, 2010. година.

У раду се, након увода, проучавају особине инвестиционих фондова и њихове врсте. Након тога је у раду извршена анализа правног режима затворених инвестиционих фондова, а нарочито начина на који је праву Републике Србије регулисано оснивање затворених фондова и њихов проспект, органи затворених фондова, капитал и акције затворених фондова, као и њихова имовина, трошкови и приноси, затим однос затворених фондова и друштава за управљање, те престанак постојања затворених фондова. Након тога се рад бави проучавањем одредби прописа Републике Србије којима се ограничавају улагања имовине затворених фондова и њиховим упоређивањем са одговарајућим одредбама прописа суседних земаља. У раду се изводи закључак да одредебе о ограничењу улагања затворених инвестиционих фондова у Републици Србији пружају улагачима исти или виши ниво сигурности него одговарајуће одредбе прописа суседних земаља, с тим да је због кратког времена постојања инвестиционих фондова у Републици Србији тешко проценити да ли је тај ниво сигурности довољан.

2. „Начини одређивања тарифе организације за колективно остваривање ауторског и сродних права”, *Право и привреда*, бр. 7-9/2012;

Нужност постојања организација за колективно остваривање ауторског и сродних права (у наставку: Организација) и начини њиховог функционисања су обрађени у првом делу чланка. Затим су размотрена три начина на која је могуће одредити тарифу Организације, а који су условљени доминантним положајем који Организација има на тржишту на коме обавља делатност. Закључује се да начини одређивања тарифе од стране Организације или неког спољњег субјекта нису задовољавајући, те да је најповољнија опција да се тарифа одреди кроз директне преговоре Организације и корисника. Указано је да и овај начин одређивања тарифе крије извесну опасност, а то је да Организација искористи своју знатну тржишну моћ и наметне корисницима превисоку тарифу. Због тога се у чланку предлаже модел удруженог наступа корисника у преговорима, који би повећао њихову тржишну моћ и на тај начин уравниотежио тржишну моћ Организације.

3. „Оправданост заштите индустријског дизајна резервних делова за аутомобиле и друге сложене производе”, *Право и привреда*, бр. 4-6/2013;

У раду се анализира оправданост заштите индустријског дизајна (у даљем тексту само: дизајн) резервних делова за сложене производе. Аутор, након уводних напомена, проучава развој регулативе Европске уније у области права заштите дизајна и закључује да је заштита дизајна резервних делова за сложене производе

један од ретких института у овој грани права који државе чланице Европске уније не регулишу на јединствен начин. У раду су разматрани аутомобили, као једна врста сложених производа, мада се изведени закључци односе на све сложене производе и њихове резервне делове. Аутор се залаже за став да приликом постављања граница простирања одређеног права, пре свега треба имати у виду циљеве због којих је то право уведено у правни систем. Применом наведеног приступа, изводи се закључак да дизајн производа који чини саставни део сложеног производа не треба да ужива заштиту ако је он у битној мери одређен дизајном сложеног производа као целине и ако се тај производ користи искључиво да би се поправио сложени производ и успоставио његов првобитни изглед. Заштита дизајна производа са наведеним карактеристикама нема оправдање, јер води стварању законског монопола на тржишту тих производа у корист титулара права, што није циљ права заштите дизајна.

4. „Захтев видљивости саставног дела сложеног производа као услов за заштиту његовог индустријског дизајна”, *конференција Правне и инфраструктурне основе за развој економије засноване на знању*, Правни факултет у Крагујевцу, 2013;

У раду се анализира захтев видљивости саставног дела сложеног производа као услов за заштиту његовог индустријског дизајна (у даљем тексту само: дизајн). Аутор, након уводних напомена и разматрања извора права који прописују захтев видљивости саставног дела, проучава поменути институт. Аутор анализира оправданост захтева видљивости саставног дела и закључује да је он оправдан пошто доприноси остварењу циља због којег је право заштите дизајна уведено у правни систем. Међутим, захтев видљивости саставног дела је формулисан на узак начин, остављајући изван опсега своје примене велики број ситуација на које би требало да се примени. Аутор критикује ову чињеницу и предлаже проширивање примене захтева видљивости саставног дела на све ситуације када један производ постаје недоступан погледу услед тога што бива уграђен у неку ширу целину, било да је то други производ, објекат који се не може сматрати производом или људско тело. Поред тога, аутор сматра да има аргумената који говоре у прилог проширивања делокруга захтева видљивости на начин да се он примени на све производе, а не само на производе који представљају саставни део сложеног производа.

5. „Критички осврт на тумачење функција жига у пракси Европског суда правде”, *Право и привреда*, бр. 7-9/2014.

У раду се анализира примена члана 5 став 1 Директиве о хармонизацији правних прописа о жигу (даље у тексту: Директива) у пракси Европског суда правде (даље у тексту: Суд), те начина на који је Суд кроз примену поменуте одредбе тумачио које функције регистроване ознаке су заштићене жигом. Став аутора је да обе тачке члана 5 став 1 Директиве штите функцију регистроване

ознаке да означава порекло робе, а да је једина разлика између њих у потреби (односно одсуству потреби) доказивања вероватноће наступања заблуде учесника у промету о пореклу робе. Супротно од наведеног, Суд је заузео став да је примена тачке б) ограничена на случајеве када је угрожена функција регистроване ознаке да укаже на порекло робе, док је заштита коју пружа тачка а) апсолутна на начин да она штити све функције регистроване ознаке. Аутор критикује наведено тумачење Суда и износи став да је оно логички неодрживо, да води редифинисању традиционалног схватања циља који се правом жига жели постићи и да крије опасност од значајног проширења заштите коју жиг пружа, што је у раду и илустровано кроз анализу две одлуке суда. На крају рада је указано да је у марту 2013. године представљен предлог нове Директиве о хармонизацији правних прописа о жигу чијим усвајањем би био оповргнут став Суда о томе које функције ознаке су предмет заштите путем жига, који је критикован у раду.

6. „Заштита у праву жига Европске уније ознака са репутацијом у случају коришћења исте или сличне ознаке за обележавање исте или сличне робе”, *Правни живот*, бр. 11/2014.

Члан 5 став 2 Директиве о хармонизацији правних прописа о жигу (даље у тексту: Директива) пружа могућност државама чланицама Европске уније да предвиде проширену заштиту за ознаке са репутацијом, која се у теорији назива заштита од разводњавања. Директива прописује да се заштита предвиђена чланом 5 став 2 односи на ситуације када се ознака иста или слична ознаци са репутацијом користи за робу која није слична роби за коју је ознака са репутацијом регистрована, што представља традиционално поље примене института заштите од разводњавања. Међутим, Европски суд правде (даље у тексту: Суд) је у пресудама које је донео у предметима *Davidoff II* и *Adidas-Salomon AG* нашао да се заштита коју пружа члан 5 став 2 Директиве односи и на ситуације употребе исте или сличне ознаке за исту или сличну робу. У раду је анализиран аргумент који је Суд навео у прилог свог става о проширењу поља примене члана 5 став 2 Директиве и закључено је аргумент није убедљив. У раду је даље указано да став Суда као последицу има право носиоца жига са репутацијом да се успротиви означавању исте или сличне робе ознакама које имају врло мало елемената сличних ознаци са репутацијом, што може представљати препреку за заштиту нових ознака у државама чланицама, а нарочито за заштиту ознака путем комунитарног жига. Имајући то у виду, аутор изражава скептичност по питању оправданости проширења поља примене члана 5 став 2 Директиве.

7. Контрола квалитета као услов за пуноважност уговора о лиценци жига”, *Право и привреда*, бр. 4-6/2015.

Рад се бави питањем да ли је оправдано условљавати пуноважност уговора о лиценци жига условом контроле квалитета робе која се обележава заштићеном ознаком, а коју је обавезан да врши давалац лиценце. Такав услов постоји у праву САД-а, док није прописан у праву Европске уније, као ни праву Републике Србије.

У циљу давања одговора, у раду се анализира начин на који жиг остварује своје функције на тржишту, као и економска утемељеност жига. Аутор закључује да контрола квалитета није потребна у праву жига као услов пуноважности уговора о лиценци жига, из истог разлога из ког није потребна ни у ситуацијама када носилац жига самостално искоришћава заштићену ознаку. Наиме, и без изричитог прописивања тог услова давалац лиценце (као и сваки носилац жига) има довољан мотив да обезбеди константан квалитет производа обележених његовом ознаком. Прописивање услова контроле квалитета не би било ни оправдано јер такав услов садржи бројне недостатке.

Сви објављени научни радови показују да је кандидат овладао научном методологијом и вештином саопштавања резултата научних истраживања, да истраживањима приступа савесно и темељно и да се од њега може очекивати да успешно савлада изазове које доноси рад на докторској дисертацији.

II Предмет и циљ дисертације

Дисертација се бави истраживањем правца у којем се право жига развијало у протеклим деценијама, као и критичком анализом тог процеса. У истраживању се полази од приступа да је приликом проучавања сваке гране права и правних института који јој припадају потребно дефинисати циљеве који се том граном желе постићи (односно њену друштвену функцију), те обликовати институте у складу са постављеним циљевима. Приликом анализе развоја права жига је уочљиво да се новије измене не могу објаснити остваривањем циљева који су се традиционално постављали пред ову грану права. Дисертација се бави анализом аргумената који се износе као оправдање промена права жига. Закључује се да се измене најбоље могу објаснити измењеним приступом по којем се робна ознака третира као својина титулара жига што подразумева право титулара да присвоји сву економску корист од заштићене ознаке. У дисертацији ће бити указано на опасности које овакав приступ носи са собом.

Сматрамо да предмет истраживања има велики значај, јер се дисертација бави кључним питањима савременог права жига, као једне од најзначајнијих грана права интелектуалне својине. Наиме, одређивање друштвене функције права жига условљава обликовање низа института ове гране права. Такође, дефинисање интереса који се штите правом жига одлучујуће утиче на решавање спорова који настају у овој области у ситуацијама када су супротстављени интереси различитих група којих се право жига тиче (носиоци жигова, њихови стварни или потенцијални конкуренти, потрошачи, друштво у целини). Имајући то виду, сматрамо да је критичка анализа начина на који се поима право жига од суштинске важности. Правилно одређивање друштвене функције права жига представља предуслов развоја те грана права на начин који би био у општем интересу.

Истраживање полази од општепознатих сазнања да робна ознака у промету врши функције разликовања робе, указивања на њено порекло, гаранције квалитета робе, као и рекламну функцију. Пред право жига се традиционално постављао

задатак да непосредно гарантује функцију ознаке да указује на порекло робе, а да посредством те функције обезбеди остваривање осталих функција ознаке.

У складу са постављеним задатком, услови које је право жига традиционално прописивало за регистрацију жига су били уподобљени циљу да регистрована ознака успешно остварује функцију указивања на порекло робе. Такође, основно овлашћење које је носилац жига традиционално имао је било овлашћење да забрани трећим лицима да у промету користе ознаку чија употреба може да доведе потрошаче у заблуду у погледу порекла робе. Заблуда о пореклу робе настаје услед истоветности или сличности млађе ознаке са ознаком која је заштићена жигом, као и истоветности или сличности робе за чије обележавање се користи млађа ознака, са робом за коју је ознака регистрована.

Овако обликовано право жига се задовољавало постизањем циља да се у привредном промету нађу само истините информације о извору из којег роба потиче. Једино у том случају потрошачи могу да претпоставе да сви производи обележени одређеном ознаком поседују стандардан квалитет, односно шире речено, да се на њих односе све оне информације које потрошачи везују за ту ознаку. На овај начин је право жига стварало неопходне предуслове за одвијање привредног промета, што је за крајњи циљ имало промоцију здраве конкуренције на тржишту.

Постојање права жига обликованог на изложени начин се у теорији и пракси, за разлику од патентног и ауторског права, не доводи у питање јер је широко препозната неопходност подршке коју право жига на изложени начин пружа економски ефикасном одвијању промета.

Ипак, то не значи да право жига нема негативних утицаја на одвијање конкуренцију на тржишту. Наиме, робна ознака на модерном тржишту превазилази функцију гаранције порекла робе. Произвођачи настоје да убеди потрошаче да њихови производи нису замењиви са конкурентским производима, неретко путем наглашавања непостојећих разлика између производа и изградње репутације ознаке са којом се потрошачи поистовећују. Они на описани начин покушавају да сниже конкурентски притисак, остваре доминацију на тржишту и уживају предности које таква тржишна позиција доноси. У остварењу свог циља произвођачи користе разне маркетиншке стратегије у чијем центру се налази робна ознака, која постаје симбол поруке коју произвођачи упућују потрошачима.

Последично, робна ознака која је стекла репутацију и која је препозната од стране широког круга потрошача може имати за носиоца жига велику вредност. Као последица тога право жига се налази под притиском да заштити вредност које робне ознаке имају за носиоце жигова. Може се уочити процес трансформације права жига у којем доминира проширивање овлашћења носилаца жига, који се одиграва са не баш увек јасним и конзистентним оправдањима. Закључује се да је иза овог процеса могуће наслутити тежњу, некада очигледну, а некада донекле прикривену, да се робна ознака третира као својина свог титулара што подразумева право титулара да присвоји сву економску корист од заштићене ознаке.

У склопу проучавања промена права жига, дисертација ће анализирати промене низа института. Пре свега, биће анализиран процес либерализација режима преношења и лиценцирања жигова, са посебним нагласком на чињеницу да те промене представљају доказ да робна ознака (која је стекла репутацију и која је

препозната од стране широког круга потрошача) има вредност по себи, дакле не само у вези са робом коју обележава. Даље, дисертација ће проучавати промене у поступку регистрације жига које пре свега подразумевају мању улогу органа управе, а већу носиоца жига и биће указано да те промене илуструју чињеницу да се жиг све више доживљава као право које је од интереса искључиво за његовог носиоца, а све мање као инструмент подршке ефикасном одвијању промета што је питање од општег интереса.

Поред тога, истраживање ће се бавити трендом проширења овлашћења која жиг даје свом титулару, који се одвија у више праваца. Пре свега, чувене ознаке (по новијем стандарду у праву Европске уније „ознаке са репутацијом“) уживају додатну заштиту на коју носилац жига има право без обзира да ли потрошачи могу бити доведени у заблуду употребом млађе ознаке. Даље, у праву САД-а и праву Европске уније се развило тумачење према којем носилац жига може да спречи употребу ознаке која потрошаче може да доведе у заблуду о било каквој врсти повезаности између лица које користе две ознаке, без обзира да ли је та повезаност релевантна за одлуку потрошача о куповини производа. На истој линији је и тумачење Европског суда правде према којем носилац жига има право да се успротиви употреби ознаке идентичне регистрованој ознаци за обележавање исте врсте робе (случајеви двоструког идентитета) чак и када таква употреба не угрожава функцију ознаке да указује на порекло робе (дакле чак и ако потрошачи нису у заблуди у погледу порекла робе), уколико је угрожена нека од осталих функција ознаке. Поред тога, биће проучавана тенденција санкционисања употребе ознаке од стране трећих лица које уопште немају за циљ обележавање робе тог лица. Ова појава није била актуелна када је право жига имало за циљ спречавање довођења потрошача у заблуду у погледу порекла робе. Више је теорија којима се покушава оправдати сваки од горе наведених видова проширења заштите, али се свима могу упутити озбиљне критике. То упућује на закључак да је основни мотив за увођење нових овлашћења жеља да се спречи да трећа лица уживају било какву (макар и посредну) економску корист од чувене ознаке, те да се омогући носиоцу жига да убере целокупну економску корист од ознаке коју је заштитио. Другим речима, према новом обрасцу жиг постаје вид својине на робној ознаци. Такође, предмет истраживања ће бити институт употребе ознаке у функцији ознаке (*trademark use*) којим се домаћај права жига жели вратити у домен ситуација у којима треће лице употребљава ознаку за обележавање своје робе. Покушаће се дати одговор на питање да ли је овај институт адекватно оруђе за елиминисање негативних последица проучаваног процеса проширења овлашћења носиоца жига.

У склопу анализе промена права жига ће бити проучавани међународни уговори који регулишу ову област (Париска конвенција, TRIPS), прописи који су у области права жига донети на нивоу Европске Уније, као и начин на који је Европски суд правде тумачио те прописе. С обзиром на то да је право жига Републике Србије усклађено са правом жига Европске уније, сматрамо да се анализа права Европске уније односи и на право жига Републике Србије. Такође, на одговарајућим местима ће бити анализирано и право жига САД-а.

III Опис садржаја (структуре по поглављима) дисертације

У својој пријави, кандидат Владимир Боровац је навео да ће докторска дисертација имати следећу структуру:

УВОД

У уводу ће бити обрађен предмет докторског рада, тако што ће најпре бити одређен његов домен, у смислу граница простирања истраживања. Затим ће бити образложен значај проучавања друштвене функције права жига, како за обликовање појединих института те гране права, као и за решавање конкретних спорова који настају у пракси. Такође, биће изнета очекивања у погледу резултатат истраживања.

Такође, биће изнети методи који ће бити коришћени приликом истраживања (историјско-правни, упоредноправни, догматски, нормативни, мултидисциплинарни, аксиолошки), а који ће имати за циљ потпуно и темељно проучавање пре свега робне ознаке и улоге коју она има за одвијање промета, а затим начина на који право жига треба да пружи подршку позитивним, а умањи негативне утицаје које робна ознака има на одвијање промета.

1. Предмет рада, циљ истраживања и очекивани резултати

1.1. Значај анализирања друштвене функције права жига

1.2. Очекивани резултати истраживања

2. Методи истраживања

2.1. Историјско-правни метод

2.2. Упоредноправни метод

2.3. Догматски метод

2.4. Нормативни метод

2.5. Мултидисциплинарни метод

2.6. Аксиолошки метод

ДЕО 1. – ТРАДИЦИОНАЛНО ПРАВО ЖИГА - ЗАШТИТА ИНФОРМАЦИОНЕ ФУНКЦИЈЕ РОБНЕ ОЗНАКЕ

У првом делу рада ће бити изложен традиционалан поглед на улогу права жига у регулисању коришћења робних ознака. Овај део рада се састоји од четири главе. У првој глави ће бити објашњен појам робне ознаке и традиционално поимање функција које она врши у промету. У другој глави ће бити анализирано право жига као вид интервенције права у област коришћења робних ознака, поготово оних правила која су у функцији остваривања традиционалног схватања друштвене функције права жига. У трећој глави ће бити анализиран однос жига, са

једне стране, и патента и ауторског права, са друге стране, нарочито са аспекта разлике у економском оправдању ових субјективних права интелектуалне својине. У четвртој глави ће бити извршена подробнија анализа утицаја које робне ознаке имају на конкуренцију на тржишту, као и значаја који робне ознаке имају за носиоце жигова.

ГЛАВА 1. - РОБНА ОЗНАКА И ТРАДИЦИОНАЛАН ПОГЛЕД НА НАЧИН ЊЕНОГ ФУНКЦИОНИСАЊА У ПРОМЕТУ

У првој глави ће бити објашњен појам робне ознаке као и функције које робна ознака врши у промету, а које подразумевају разликовање робе, указивање на порекло робе, гарантовање квалитета робе, као и рекламну функцију. Поред тога, биће посвећена пажња осталим функцијама робне ознаке о којима се говори у теорији и пракси.

Такође, биће изложено широко прихваћено економско објашњење улоге коју робна ознака има на тржишту, а која се пре свега односи на снижавање трошкова које потрошачи имају приликом тражења робе.

Након тога ће бити извршен оглед чији циљ је да илуструје неопходност постојања робних ознака, а који ће се састојати из анализе начина на који би промет функционисао када роба не би била обележена робним ознакама.

На крају ће бити указано да ситуација у којој неко лице користи робну ознаку другог лица за обележавање своје робе на начин да потрошаче доводи у заблуду у погледу порекла робе води уништењу робне ознаке (јер та ознака више не може да врши своје функције у промету) и на тај начин се приближава ситуацији одвијања промета без робних ознака. Следи да је неопходно правно регулисање употребе робних ознака, које ће обезбедити одређену меру еклузивитета у њиховом коришћењу, неопходну да би се спречило уништење робних ознака до којег неминовно долази у ситуацији када је њихово коришћење потпуно слободно.

- 1.1. Робна ознака и анализа функција које она врши у промету**
 - 1.1.1. Робна ознака**
 - 1.1.2. Функција робне ознаке да разликује робу**
 - 1.1.3. Функција робне ознаке да указује на порекло робе**
 - 1.1.4. Функција робне ознаке да гарантује квалитет робе**
 - 1.1.5. Рекламна функција робне ознаке**
 - 1.1.6. Остале функције робне ознаке које се спомињу у теорији и пракси**

- 1.2. Економско објашњење начина функционисања робне ознаке у промету**
- 1.3. Илустрација неопходности постојања робних ознака – свет без робних ознака**
- 1.4. Једнакост ситуације слободног коришћења робних ознака и њиховог непостојања, као и последична неопходност успостављања ексклузивитета употребе робних ознака**

ГЛАВА 2. - ЖИГ - ПОДРШКА ТРАДИЦИОНАЛНОМ СХВАТАЊУ ФУНКЦИОНИСАЊА РОБНЕ ОЗНАКЕ У ПРОМЕТУ

У другој глави ће бити анализирано право жига као вид интервенције права у област коришћења робних ознака, чија неопходност је наговештена у претходној глави. На почетку ће бити објашњен појам жига као субјективног права којим се штити робна ознака. Након тога ће бити анализиран традиционални поглед на друштвену функцију права жига, који се своди на подршку објашњеном начину функционисања робне ознаке на тржишту, и обезбеђивање да се у промету нађу само истините информације у погледу порекла робе.

На крају овог дела рада ће бити анализирана правила која су у функцији остваривања традиционалног схватања друштвене функције права жига, нарочито: услови за регистрацију жига и овлашћења носиоца жига.

- 2.1. Жиг**
- 2.2. Традиционално сагледавање друштвене функције права жига**
- 2.3. Правила права жига која су у функцији остварења традиционалних циљева права жига**
 - 2.3.1. Анализа традиционалних услова за регистрацију жига кроз призму гаранције да ће робна ознака вршити своје функције у промету**
 - 2.3.2. Анализа традиционалних овлашћења носиоца жига кроз призму гаранције да ће робна ознака вршити своје функције у промету**

ГЛАВА 3. - ОДНОС ЖИГА И ДРУГИХ СУБЈЕКТИВНИХ ПРАВА ИНТЕЛЕКТУАЛНЕ СВОЈИНЕ СА АКЦЕНТОМ НА РАЗЛИКУ У ЕКОНОМСКОМ ОПРАВДАЊУ ОВИХ ПРАВА

Трећа глава ће се бавити анализом односа жига, са једне стране, и патента и ауторског права, са друге стране, а нарочито разлике у економском оправдању ових права и улога које ова права имају на тржишту. Биће објашњени појмови патента и ауторског права, након чега ће бити анализирано економско оправдање ових права, односно разлог њиховог настанка посматрано из економске перспективе.

Патент и ауторско право имају за циљ решавање проблема недовољне производње проналазака и ауторских дела као јавних добара. Наиме, слобода коришћења проналазака и ауторских дела од стране лица која нису учествовала у њиховом стварању би умањила могућност да њихови ствараоци поврате средства која су инвестирали у процес њиховог стварања. То би произвело снижавање обима инвестиција у производњу проналазака и ауторских дела, што би резултирало њиховом производњом на нивоима који су нижи од оптималних. Овај проблем се решава путем патента и ауторског права, који представљају временски ограничена, искључива права на економску експлоатацију проналазака и ауторских дела установљена у корист лица која су их створила.

За разлику од патента и ауторског права, жиг има за циљ да снизи трошкове тражења робе које имају потрошачи, односно да ублажи асиметрију информисаности која постоји у промету и која отежава одвијање промета.

3.1. Патент и ауторско право

3.2. Економско оправдање патента и ауторско права - решавања проблема недовољне производње проналазака и ауторских дела као јавних добара

3.3. Разлике између економског оправдања жига, са једне стране, и патента и ауторског права, са друге стране

ГЛАВА 4. –УТИЦАЈ РОБНЕ ОЗНАКЕ НА КОНКУРЕНЦИЈУ НА ТРЖИШТУ

У четвртој глави ће бити извршена дубља анализа утицаја које робне ознаке имају на одвијање промета и конкуренцију на тржишту, као и значаја које робне ознаке имају за носиоце жигова. Потпуније расветљавање улоге коју робна ознака има на тржишту је од важности за разумевање притиска под којим се налази модерно право жига да пружи заштиту целокупној економској користи коју носилац жига има од ознаке, као и разумевања утицаја на одвијање промета које може имати пружања такве заштите, а о чему ће бити речу другом делу рада.

На почетку ће бити указано да робне ознаке, иако неопходне за функционисање промета, имају мане као носиоци информација на тржишту. Такође, биће анализирани начини на који произвођачи експлоатишу ове мане и користе робне ознаке као средство за обезбеђивање верности потрошача. Технике

произвођача могу бити толико делотворне да у њиховим рукама робна ознака постаје средство за постизање тржишне доминације, чиме успевају да структуру тржишта значајно удаље од ситуације савршене конкуренције.

Након што је осветљен како позитиван, тако и негативан утицај робне ознаке на конкуренцију на тржишту, биће указано на дилеме са којима се суочава право жига у жељи да на што бољи начин уреди режим коришћења робних ознака.

4.1. Неопходност постојања робних ознака

4.2. Мањкавост робне ознаке као носиоца информације на тржишту

4.3. Начини коришћења робне ознаке који имају за циљ остваривање доминације на тржишту

4.4. Обликовање права жига у присуству позитивног и негативног утицаја робне ознаке на конкуренцију на тржишту

ДЕО 2. - МОДЕРНО ПРАВО ЖИГА – ЗАШТИТА РОБНЕ ОЗНАКЕ КАО ВРЕДНОСТИ ПО СЕБИ

У другом делу рада ће бити проучаван низ савремених института права жига, са посебним нагласком на анализу циља који се њима жели постићи. Истраживање ће се посебно бавити питањем у каквом односу стоје циљеви анализираних савремених института са традиционалном друштвеном функцијом права жига.

Овај део рада се састоји из две главе. У првој глави ће бити речи о модерним променама права жига које не подразумевају проширење заштите коју жиг пружа, док ће у другој глави бити анализиран низ института који предствљају проширење овлашћења носиоца жига.

ГЛАВА 1. – МОДЕРНА ПРАВИЛА КОЈА НЕ ПОДРАЗУМЕВАЈУ ПРОШИРЕЊЕ ЗАШТИТЕ КОЈУ ЖИГ ПРУЖА

У првој глави ће бити анализиране модерне промене права жига којима се не проширује заштита коју жиг пружа.

На почетку бити проучаване измене у поступку регистрације жигова које подразумевају повећану улогу носилаца жигова, а смањену улогу органа управе (нпр. у модерним системима права жига одлука о одбијању регистрације ознаке услед сличности са раније регистрованом ознаком која може потрошаче довести у заблуду је пре свега на носиоцу старијег жига, без чије опозиције ће жиг бити

регистрован). Указује се да су ове измене доказ да се жиг све више доживљава као право које је од интереса искључиво за његовог титулара, а све мање као инструмент подршке ефикасном одвијању промета што је питање од општег интереса. Посебно ће бити обрађено питање да ли се измене у поступку регистрације уклапају у традиционално поимање жига или захтевају редефинисање његовог циља.

Затим ће бити проучавана тенденција либерализације система преношења и лиценцирања жигова. Биће указано да захтеви за либерализацијом представљају доказ да робна ознака има вредност по себи (дакле не само у вези са робом коју обележава) јер у супротном нико не би био заинтересован да постане титулар жига, а да истовремено не постане и власник привредног подухвата који ознака обележава. Овај део рада ће се бавити анализом питања да ли прихватање затева носилаца жигова и допуштање прометовања жига независно од преноса привредног подухвата који обележава ознака заштићена жигом може да се уклопи у традиционално поимање жига или подразумева редефинисање његове друштване функције.

- 1.1. Промене у поступку регистрације жигова**
 - 1.1.1. Тенденција смањења улоге органа управе и повећање улоге носилаца жигова у поступку регистрације жигова**
 - 1.1.2. Анализа могућих оправдања и критички осврт промене у поступку регистрације жигова**
- 1.2. Могућност преношења и лиценцирања жига**
 - 1.2.1. Традиционална скептичност према могућности преношења и лиценцирања жигова**
 - 1.2.2. Либерализација система преношења и лиценцирања жигова**
 - 1.2.3. Анализа могућих оправдања и критички осврт на процес либерализације система преношења и лиценцирања жигова**

ГЛАВА 2. – МОДЕРНИ ИНСТИТУТИ КОЈИМА СЕ ПРОШИРУЈУ ОВЛАШЋЕЊА НОСИОЦА ЖИГА

У другој глави ће бити изучаван низ новина који представљају проширење овлашћења носиоца жига, односно проширење заштите коју жиг пружа.

Прво ће бити проучавано тумачење заблуде потрошача, које се јавља у праву САД-а и праву Европске уније, према којем носилац жига може да спречи употребу ознаке која потрошаче може да доведе у заблуду о било каквој врсти повезаности између лица које користе две ознаке, без обзира да ли је та повезаност релевантна за одлуку потрошача о куповини производа.

Након тога ће бити анализиран институт заштите чувених робних ознака (по новијем стандарду у праву Европске уније „ознака са репутацијом“) по којем те ознаке уживају додатну заштиту на коју носилац жига има право без обзира да ли потрошачи могу бити доведени у заблуду употребом млађе ознаке. Ова заштита се у теорији назива заштита од разводњавања.

Затим ће бити проучавано тумачење Европског суда правде према којем носилац жига има право да се успротиви употреби ознаке идентичне регистрованој ознаци за обележавање исте врсте робе (случајеви двоструког идентитета) чак и када таква употреба не угрожава функцију ознаке да указује на порекло робе (дакле чак и ако потрошачи нису у заблуди у погледу порекла робе), уколико је угрожена нека од осталих функција ознаке.

Биће анализирана појава санкционисања употребе ознаке од стране трећих лица које уопште немају за циљ обележавање робе тог лица. Ова појава није била актуелна када је право жига имало за циљ спречавање довођења потрошача у заблуду у погледу порекла робе и она се развијала у склопу горе описаних праваца проширења заштите коју жиг пружа и представља њихов нераздвојан део, мада има и друге (самосталне) видове испољавања.

Анализа наведених института ће се нарочито бавити питањем да ли се проучаване новине уклапају у традиционално поимање жига или подразумевају преиспитивање и промену његове друштвене функције. Очекује се да ће се доћи до закључка да су неодржива оправдања анализираних проширења овлашћења носиоца жига која покушавају да уклопе нове институте у традиционални систем права жига, те да су анализиране новине конзистентне само са својинским поимањем жига, што подразумева право титулара жига да присвоји сву економску корист од заштићене ознаке. Као основни разлог за проширење овлашћења се намеће жеља да се спречи да трећа лица уживају било какву (макар и посредну) економску корист од „туђе“ робне ознаке, која ситуација се означава као вид „слободне вожње“ трећих лица на инвестицији носиоца жига у промоцију своје ознаке.

На крају ове главе ће бити анализиран институт *trademark use* којим се домаћај права жига жели вратити у домен ситуација у којима треће лице употребљава ознаку за обележавање своје робе. Посебно ће бити указано да је актуелизација овог института последица процеса проширења овлашћења носиоца жига, а покушаће се дати одговор на питање да ли је овај институт адекватно оруђе за елиминисање негативних последица проучаваног процеса.

2.1. Увод

2.2. Проширивање појма заблуде - санкционисање заблуде потрошача која није релевантна за њихову одлуку о куповини означеног производа

- 2.3. **Заштита чувене ознаке**
 - 2.3.1. **Увод**
 - 2.3.2. **Видови заштите чувене ознаке и њихово оправдање**
 - 2.3.2.1. **Нарушавање дистинктивности робне ознаке**
 - 2.3.2.2. **Нарушавање репутације робне ознаке**
 - 2.3.2.3. **Нефер искоришћавање туђе робне ознаке**
 - 2.3.2.4. **Закључак**
- 2.4. **Проширивање заштите коју жиг пружа у праву Европске уније у случају коришћења исте ознаке за обележавање исте робе (случајеви двоструког идентитета)**
- 2.5. **Санкционисање употреба ознаке које немају за циљ обележавање робе лица које користи ознаку**
 - 2.5.1. **Увод**
 - 2.5.2. **Коришћење ознаке као украса**
 - 2.5.3. **Коришћење ознаке као кључне речи инетренет претраживача**
 - 2.5.4. **Закључак**
- 2.6. **Актуелизација института *trademark use* као последица проширења заштите коју жиг пружа**
- 2.7. **Закључак**

ЗАКЉУЧАК

У делу посвећеном закључку се очекује да ће се извршити критика својинског погледа на жиг, који је у претходим деловима идентификован као основна аргументациона подлога процеса израдње модерног права жига. Посебно ће бити указано да се жиг у свом модерном виду по улози која му се намеће приближава патенту и ауторском праву. Међутим, биће упозорено на опасности прављена оваквих аналогича. Проналасци и ауторска дела, са једне стране, и робне ознаке, са друге стране, су потпуно различита интелектуална добра између којих се не може повући директна паралела, и која последично не заслужују исту врсту правне заштите.

Уместо својинског погледа на жиг, биће пружена подршка традиционално прихваћеном погледу на друштвену функцију права жига, али уз указивање на потребу уважавања специфичности модерног тржишта.

7.1. Кратак осврт на постигнуте резултате истраживања

7.2. Закључак у ужем смислу

IV Основне хипотезе од којих ће се полазити у истраживању

Кандидат Владимир Боровац је поставио следеће радне хипотезе, које би истраживање требало да потврди:

- 1. Примарна друштвена функција традиционалног права жига је да обезбеди да се промет одвија на основу истинитих информација у погледу порекла робе, чиме се штити ефикасност привређивања у условима конкуренције. Заштита интереса носилаца жигова или потрошача је изведена, тј. секундарна функција традиционалног права жига.**

Приликом покушаја да се проникне у друштвену функцију права жига (у смислу друштвеног циља који се поставља пред право жига као грану права интелектуалне својине) потребно је поћи од ширине овлашћења које жиг пружа свом титулару, односно обима заштите коју жиг гарантује робној ознаци.

Према традиционалном схватању жиг непосредно штити само функцију робне ознаке да указује на порекло робе. Дакле, функција жига је указивање на порекло робе. Путем ове функције жиг посредно штити и остале функције робне ознаке. Наиме, уколико носилац жига има право да једини означава робу заштићеном робном ознаком и да другим субјектима забрани да то чине, онда потрошачи могу да се поуздају у робну ознаку као средство разликовања робе. Такође, само у ситуацији када је једино носилац жига одговоран за пуштање у промет робе која је означена заштићеном ознаком потрошачи могу основано да претпоставе да сва роба има стандардан квалитет. Уколико се то њихово очекивање не испуни, они ће га казнити тако што ће престати да купују робу.

Једноставно речено, право жига традиционално обезбеђује да се потрошачи на тржишту могу поуздати да сва роба која носи заштићену ознаку потиче из истог извора и да другим субјектима није дозвољено да означавањем своје робе заштићеном ознаком створе код потрошача погрешно уверење да и њихова роба потиче из тог извора. Другим речима, право жига обезбеђује да се у привредном промету нађу само истините информације у погледу порекла робе. Гарантовање истинитости информација је основни предуслов за одвијање привредног промета и има за крајњи циљ промоцију здраве конкуренције на тржишту.

Од истинитости информација на тржишту користи имају како носиоци жигова, тако и потрошачи. Носиоци жигова, односно произвођачи, могу да очекују да ће квалитет њихове робе бити препознат од стране потрошача, те да ће их потрошачи наградити куповином робе уколико буду задовољни њеним карактеристикама. Очекивање да ће квалитет њихове робе бити препознат даје произвођачима мотив да инвестирају у квалитет робе и њену промоцију, па се каже да право жига подстиче инвестиције. Са друге стране, потрошачи имају корист од истинитих информација јер оне обезбеђује да они приликом куповине робе не буду доведени у заблуду у погледу њеног порекла, а последично и очекиваног квалитета.

Међутим, сматрамо да није исправно мишљење које се неретко јавља у литератури, да је циљ права жига заштита носилаца жигова или заштита

потрошача. Друштвена функција права жига је омогућавање промета заснованог на истинитим информацијама у погледу извора из којег роба потиче што води промоцији конкуренције на тржишту, а од чега користи имају како носиоци жигова (произвођачи), тако и потрошачи. Другим речима, заштита интереса носилаца жигова или потрошача је изведена, тј. секундарна функција традиционалног права жига.

Сматрамо да доказ да право жига није установљено искључиво и циљу заштите носилаца жигова представља чињеница да се заштита пружа тек у случају да су потрошачи доведени у заблуду у погледу порекла робе. Са друге стране, доказ да жиг није установљен искључиво у циљу заштите потрошача налазимо у чињеници да право жига не покреће свој механизам заштите уколико се у заблуди налази мали број потрошача. Наиме, када би друштвена сврха права жига била искључиво заштита потрошача, онда би била санкционисана било која употреба ознаке која макар и једног потрошача може довести у заблуду у погледу порекла робе. Међутим, то није случај. Право жига санкционише само ситуације када је у заблуду доведен толики број потрошача да то може пореметити одвијање промета. Право жига операционализује овај услов кроз стандард пажње просечног потрошача.

2. Утицај робне ознаке на конкуренцију на тржишту може бити амбивалентан и он умногоме зависи од начина на који носилац жига користи робну ознаку у промету.

Као што је објашњено, обележавање робе ознакама доприноси већој информисаности потрошача о производима на тржишту. Међутим, робна ознака, као носилац информације показује значајне мане, које се пре свега односе на једностраност информација које потрошачи прибављају путем ознаке. Наиме, за робну ознаку се везују информације које се односе само на производ који је њом обележен (које се односе на лична искуства потрошача са производом, искуства других потрошача, информације прикупљене путем рекламе итд.), али не и информације везане за супституте тог производа. Ова карактеристика робне ознаке омогућава да она постане инструмент за обезбеђивање верности потрошача.

Произвођачима у постизању тог циља иде на руку инертност коју потрошачи показују приликом одлучивања за прелазак на супститут производа који тренутно користе. Притом, сматрамо да инертност потрошача има своју рационалну и ирационалну компоненту. Рационална компонента се састоји у аверзији потрошача према незвесности коју са собом носи прелазак на супститут већ провереног производа са којим је потрошач задовољан. Ирационална компонента инерције потрошача се састоји у везивању потрошача за репутацију робне ознаке, које може да буде толико јако да осигурава верност производима које ознака обележава, чак и у случају доступности информација о јефтинијим супститутима истог квалитета.

Користећи разне маркетиншке стратегије произвођачи настоје да убеду потрошаче да њихови производи нису замењиви са конкурентским производима, и то постижу путем изградње репутације ознаке са којом се потрошачи поистовећују,

а неретко и путем наглашавања непостојећих разлика између производа. Произвођачи на описани начин покушавају да сниже конкурентски притисак, остваре доминацију на тржишту и уживају предности које таква тржишна позиција доноси. У центру рекламних стратегија се налази робна ознака, која постаје симбол поруке коју произвођачи упућују потрошачима.

Дакле, робна ознака може бити коришћена на начине који тржиште удаљава од ситуације савршене конкуренције и у том контексту се јавља негативан утицај робне ознаке на конкуренцију на тржишту.

3. Савремено право жига исказује тенденцију отклона од традиције и приближавања концепту жига као облика својине, што подразумева право носиоца жига да присвоји целокупну економску корист од заштићене ознаке.

Анализом процеса промене које трпи право жига, а нарочито тренда проширења овлашћења носиоца жига (додатна заштита чувених жигова, санкционисање заблуде потрошача која није релевантна за њихову одлуку о куповини производа, проширена заштита у случајевима двоструког идентитета, санкционисање употреба робне ознаке које немају за циљ обележавање робе лица које користи ознаку) долази се до закључка да већина оправдања којима се наведене промене покушавају објаснити нису одржива у смислу да не објашњавају на конзистентан начин нове институте. Ту се мисли на оправдања која покушавају да уклопе нове институте у традиционални систем права жига. Речено наводи на закључак да разлог увођења нових института лежи на другом месту.

Сматрамо да су промене права жига конзистентне само са својинским поимањем жига, што подразумева право титулара жига да присвоји сву економску корист од заштићене ознаке. Основни разлог за проширење овлашћења носиоца жига је жеља да се спречи да трећа лица уживају било какву (макар и посредну) економску корист од „туђе“ робне ознаке, која ситуација се означава као вид „слободне вожње“ трећих лица на инвестицији носиоца жига у промоцију робне ознаке. Дакле, савремено право жига своје оправдање налази у концепцији жига као облику својине на робној ознаци, чиме се жиг приближава својини на телесним стварима као праву које гарантује апсолутну власт над стварима.

4. Трансформација жига у право којим се штити робна ознака као предмет својине титулара жига представља суштинску промену у сагледавању друштвене функције права жига која удаљава право жига од традиционално прокламованог циља подстицања конкуренције.

Својинско поимање жига је суштински другачије од концепта по којем је жиг право чији је примарни циљ да обезбеди да се промет одвија на основу истинитих информација у погледу порекла робе. У центру пажње модерног права жига више није несметано одвијање промета и јачање конкуренције засноване на

истинитим информацијама, већ интереси носиоца жига и максимизација користи коју он има од робне ознаке.

Притом, водећи рачуна превасходно о интересима носиоца жига, модерно право жига неретко долази у сукоб са циљевима који су традиционално пред њега постављани. Модерно право жига је максимално сузило простор за употребу туђе заштићене робне ознаке чак и када таква употреба не доводи потрошаче у заблуду у погледу порекла робе, па чак и у ситуацијама када лице уопште не користи ознаку за обележавање своје робе. Конкурентима носилаца жигова је најчешће онемогућена свака трговачка комуникација која подразумева коришћење туђе заштићене ознаке, без обзира што би та комуникација допринела јачању конкуренције засноване на истинитим информацијама. Такође, носиоци жигова, користећи модерне институте права жига, покушавају да ставе под своју контролу целокупну јавну комуникацију која се тиче њихових ознака, што за последицу има смањену количину информација на тржишту. У таквој ситуацији је потрошачима отежано прикупљање информација о производима.

На описани начин право жига постаје инструмент за борбу против здраве конкуренције засноване на истинитим информацијама, дакле управо оног циља чијем остварењу је према традиционалном схватању требало да допринесе.

5. Својински поглед на жиг штити искључиво интересе носилаца жигова којима су заштићене робне ознаке које су стекле репутацију и извесни ниво познатости међу потрошачима, али то чини на штету конкурената (постојећих или потенцијалних), потрошача, као и друштва у целини.

Традиционално право жига је путем гарантовања истинитости информација обезбеђивало основни предуслов за одвијање привредног промета и имало за крајњи циљ промоцију здраве конкуренције на тржишту. Од истинитости информација на тржишту користи су имали како носиоци жигова, тако и потрошачи, па и друштво у целини. Другим речима, интереси различитих интересних група на које право жига има утицај су били избалансирани.

За разлику од наведеног, у центру својинског погледа на жиг су интереси носиоца жига. Притом, највише користи од модерног концепта жига имају носиоци жигова којима су заштићене ознаке које су достигле висок ниво репутације и познатости међу потрошачима, односно које су постале чувене. Ознаке стичу репутацијом и познатост кроз дуготрајно и успешно коришћење, као и кроз промоцију и рекламу у коју инвестира носилац жига. Та чињеница се наводи и као основно оправдање схватања да носиоцу жига треба да припадне целокупна економска корист од заштићене ознаке.

Поред тога што ово оправдање има значајне слабости, оно не узима у обзир интересе осталих група на које право жига има утицај. Већ је наведено да модерно право жига постаје инструмент за борбу против здраве конкуренције. Последиčno, трпе интереси свих који имају користи од несметаног одвијања промета и здраве конкуренције. Пре свега, трпе конкуренти носилаца чувених жигова (постојећи, као и потенцијални) јер им је сужен простор за трговачку комуникацију која подразумева било какво коришћење туђе заштићене ознаке. Последиčno, угрожени

су и интереси потрошача јер долази до смањења броја конкурентских производа на тржишту. Такође, објашњено је да је потрошачима отежано прикупљање инфомације о производима. Поред тога, у жељи да очувају репутацију робне ознаке коју су изградили, носиоци жигова претендују да контролишу сваки контекст употребе ознаке у јавности, излазећи притом из оквира трговине и трговачке комуникације, што води угрожавању слободе говора, као једне од основних вредности модерног друштва. Сматрамо да се отежано одвијање промета, отежана размена информација о производима, као и угрожавање слободе говора могу сагледати и као проблеми за чије разрешење је заинтересовано друштво у целини.

V Методи који ће се у истраживању применити

1. Историјско-правни метод

Коришћење историјско правног метода је неопходно пошто ће се истраживање бавити развојем права жига, од традиционалног до модерног. Ипак, важно је напоменути да историјско-правни метод неће бити коришћен као примаран, те да истраживање неће залазити у саме почетке употребе ознака за обележавање робе, јер сматрамо да то није битно за предмет истраживања.

2. Упоредноправни метод

Упоредноправни метод ће бити коришћен на одређеним местима током истраживања пре свега приликом упоређивања правила права жига у САД-у и Европској унији. Значај упоредноправног метода је умањен чињеницом да право жига (као уосталом и право интелектуалне својине у целости) представља релативно хармонизован систем на светском нивоу. Поред тога, истраживање се неће усредсредити на разлике између појединачних правних система, већ на процесе који су тим системима заједнички и за које је у истраживању препознато да се одвијају на глобалном нивоу.

3. Догматски метод

Догматски метод ће бити коришћен приликом изучавања формалних извора права жига, проучавања ширине овлашћења које жиг даје свом носиоцу, као и дефинисања границе између законски дозвољеног и забрањеног коришћења туђе робне ознаке.

4. Нормативни метод

С обзиром на то да се применом нормативног метода право посматра као целовит нормативни систем с одређеном друштвеном функцијом, овај метод ће бити коришћен као примарни метод истраживања. Истраживање ће настојати да открије друштвену функцију коју је извршавало традиционално право жига, са једне стране, као и друштвену функцију које се намеће модерном праву жига, са

друге стране. Крајњи циљ истраживања је да конципира норму за право жига *de lege ferenda*.

5. Мултидисциплинарни метод

Овај метод, који представља неправну методу истраживања, ће бити важан за истраживање и биће коришћен у циљу сагледавања утицаја права жига на различите интересне групе на које оно има утицај. Мултидисциплинарни метод ће бити коришћен у својој економској компоненти, односно у виду економске анализе права и то како за разумевање у теорији прихваћеног економског оправдања права жига, тако и за процену утицаја које модерно право жига има одвијање промета и слободну конкуренцију.

6. Аксиолошки метод

Вредносни став, односно оцењивање оправданости модерних института који ће бити предмет истраживања, као и правца у којем се право жига развија као целина и то пре свега са аспекта слободе конкуренције и одвијања промета на основу истинитих информација, биће дат сагласно правилима аксиолошког метода.

VI Очекивани резултати и научни допринос

Имајући у виду хипотезе и предложену структуру дисертације, уочљиво је да се истраживање бави критичким преиспитивањем правца у којем се развија право жига, односно преиспитивањем друштвене функције коју право жига треба да врши.

Наиме, с обзиром на то да се у прилог модерних института права жига нуде различита оправдања, истраживање ће се у склопу анализе тих института пре свега бавити анализом аргумената којима се они покушавају оправдати. Очекује се да ће закључак те анализе бити одбацивање већине оправдања као неконзистентних, у смислу да се њима не могу објаснити новине у праву жига. Ту се мисли на оправдања којима се нови институти покушавају уклопити у традиционално прихваћени циљ који се постављао пред право жига, а који се своди на обезбеђивање да се у промету нађу само истините информације у погледу порекла робе што води промоцији здраве конкуренције на тржишту.

Очекује се да ће се даљом анализом нових института права жига доћи до закључка да се њихово увођење може објаснити само измењеним поимањем жига и његове друштвене функције. Наиме, модерне тендеције измене права жига се уклапају у измењен концепт жига по којем се жиг посматра као вид својине на робној ознаци, који свом носиоцу омогућава да присвоји целокупну економску корист од заштићене ознаке.

Измењен концепт жига ће бити детаљно анализиран. Биће показано да би право жига устројено у складу са новим концептом могло постати средство за сузбијање слободне конкуренције, које би га довело у колизију са циљевима чијем испуњењу је традиционално стремило. Нови концепт права жига би нарушио баланс заштите интереса различитих група на које ова грана права има утицај,

односно били би фаворизовани интереси носилаца жигова којима су заштићене робне ознаке које су стекле репутацију и извесни ниво познатости међу потрошачима, али би то било учињено на штету конкурената (постојећих или потенцијалних), потрошача, као и друштва у целини. Са друге стране, анализа ће показати да не постоје снажни аргументи који иду у прилог новог концепта права жига, осим аргумената који се заснивају на интуитивном поимању правде.

Као последица замерки изнетих својинском погледа на жиг, биће пружена подршка традиционално прихваћеном концепту права жига чија друштвена функција се своди на обезбеђивање да се промет одвија на основу истинитих информација у погледу порекла робе, чиме се штити ефикасност привређивања у условима конкуренције. Наравно, биће указано на чињеницу да право жига свакако мора да уважи специфичности модерног тржишта.

Након одузимања убедљивости својинског концепта жига, неки од института анализираних у раду остају без прихватљивог оправдања. Њихова судбина (налажење новог оправдања или одбацивање) може бити предмет даљих истраживања у овој области.

VII Закључак

Предложена тема докторске тезе кандидата Владимира Боровца има очигледну научну оправданост, будући да у домаћој правној литератури нема исцрпних радова који се баве истраживањем правца у којем се право жига развијало у протеклим деценијама, као и критичком анализом тог процеса. Дисертација се бави анализом аргумената који се износе као оправдање измена прописа којима се уређује правна заштита робних ознака. Такве измене се најбоље могу објаснити нетрадиционалним приступом по којем се робна ознака третира као „својина“ титулара жига што подразумева право титулара да присвоји сву економску корист од заштићене ознаке. Сматрамо да предмет истраживања има велики значај, јер се дисертација бави кључним питањима савременог права жига, као једне од најзначајнијих грана права интелектуалне својине. Наиме, одређивање друштвене функције права жига условљава обликовање низа института ове гране права.

Кандидат је озбиљност у истраживању илустровао и консултованом литературом, као и исцрпно представљеним планом о садржају свог истраживања. Комисија наглашава и чињеницу да је кандидат овладао научно-истраживачким методима. Очекујемо да ваљани темељ који је видљив у овом пројекту, озбиљним радом кандидата исходује квалитетном докторском дисертацијом.

Чланови комисије сматрају да може да се *прихвати* предложени пројекат теме докторске дисертације кандидата Владимира Боровца, студента докторских студија, под називом „Право жига – од заштите информационе функције робне ознаке до заштите робне ознаке као вредности по себи“. Зато предлагемо Наставно-научном већу Правног факултета Универзитета у Београду, као и Већу

научних области правно-економских наука Универзитета у Београду, да одобри израду доктората на наведену тему под менторством проф. др Душана Поповића.

У Београду,
12. октобра 2015. године

КОМИСИЈА

проф. др Весна Бесаровић,
редовни професор Правног
факултета Универзитета у
Београду, у пензији

проф. др Слободан Марковић,
редовни професор Правног
факултета Универзитета у
Београду

проф. др Душан Поповић,
ванредни професор Правног
факултета Универзитета у
Београду

Прелиминарни списак литературе

Кандидат Владимир Боровац је у Пројекту докторске дисертације доставио следећи прелиминарни списак литературе:

Литература на српском језику:

1. Беговић Борис, Лабус Мирољуб, Јовановић Александра, *Економија за правнике*, Београд 2013.
2. Бесаровић Весна, *Интелектуална својина: индустријска својина и ауторско право*, Београд, 2005.
3. Бошковић Мирела, „Теорија разводњавања чувених жигова“, *Правни живот*, бр. 11, 2003, стр. 879-869.
4. Варга Сениша, *Право индустријске својине*, Нови сад 2007.
5. Варга Сениша, „Општа разматрања о праву интелектуалне својине“, *Правни живот*, бр. 13, 2008, стр. 25-35.
6. Варга Сениша, „Дистинктивност у праву жига Европске Уније“, *Правне и инфраструктурне основе за развој економије засноване на знању*, књига друга, Крагујевац, 2013, стр. 139-151.
7. Влашковић Божин Влашковић, „Појам географских навода и њихова регистрација као жигова“, *Правни живот*, бр. 11, 1996, стр. 779-789.
8. Влашковић Божин, „Дескриптивни знаци и истоврсни производи“, *Правни живот*, бр. 11, 1997, стр. 765-774.
9. Влашковић Божин, „Појам сличних производа у одлукама Европског суда правде и у пракси Немачких савезних судова“, *Правни живот*, бр. 11, 2012, стр. 719-731.
10. Влашковић Божин, „Нови приступ у одређивању опасности замене у ширем смислу“, *Право и привреда*, бр. 4-6, 2013, стр. 653-666.
11. Влашковић Ксенија, „Заштита познатих жигова по Директиви ЕЗ број 89/104/ЕЕЗ“, *Анали Правног факултета у Београду*, бр. 1/2013, стр. 266-280.
12. Дамјановић Катарина, Дајовић Горан, „Оправдање интелектуалне својине“, *Правни живот*, бр. 11, 2011, стр. 657-669.
13. Идрис Камил, *Интелектуална својина моћно средство економског раста*, Београд, 2003.
14. Јовановић Александра, *Теоријске основе економске анализе права*, Београд, 2008.
15. Марић Владимир, *Сличност жигова*, Београд, 2009.
16. Марковић Слободан М., „Начело специјалности жига и забрана разводњавања чувеног жига – правноекономско тумачење“, *Анали Правног факултета у Београду*, бр. 1/2011, стр. 35-54.

17. Марковић Слободан М., *Право интелектуалне својине и информационо друштво*, Београд, 2014.
18. Марковић Слободан М., *Право интелектуалне својине*, Сарајево, 2007.
19. Миладиновић Зоран, *Право интелектуалне својине*, Крагујевац, 2007.
20. Поповић Душан, *Имена инернет домена и право интелектуалне својине*, Београд, 2005.

Б.) Литература на енглеском језику:

1. Akerlof George, „Market for Lemmons – Quality Uncertainty and the Market Mechanism“, *Quarterly Journal Of Economics*, 84/2, 1970, стр. 588-500.
2. Austin Graeme W., „Tredemarks and Burdened Imagination“, *Brooklyn Law Review*, Vol. 92:3, 2004, стр. 827-922.
3. Barnes David W., „A New Economics of Trademarks“, *Northwestern Journal of Technlogy and Intellectual Property*, vol 5/1, 2006, стр. 22-67.
4. Beebe Barton, „The Semiotic Analysis of Trademark Law“, *UCLA Law Review*, vol 51, 2004, стр. 621-704.
5. Beebe Barton, „Search and Persuasion in Trademark Law“, *Michigan Law Review*, Vol. 103, Issue 8, 2005, стр. 2020-2072.
6. Beebe Barton, „A Defense of New Federal Trademark Antidilution Law“, *Fordham Intellectual Property, Media & Entertainment Law Journal*, Vol. 16, Issue 4, 2006, стр. 1143-1174.
7. Beebe Barton, „The Continuing Debacle of U.S. Antidilution Law: Evidence From the First Year of Trademark Dilution Revision Act Case Law“, *Santa Clara Computer & High Technology Law Journal*, Vol. 24, 2008, стр. 450-467.
8. Beebe Barton, „The Suppressed Misappropriation Origins of Trademark Antidilution Law: the Landgericht Elberfeld’s *Odol* Opinion and Frank Schechter’s *The Rational Basis of Trademark Protection*“, u *Intellectual Property at the Edge: The Contested Contours of IP*, urednika Rochelle Dreyfuss & Jane Ginsburg, 2013.
9. Bone Robert G, „Enforcement Costs and Trademark Puzzles“, *Virginia Law Review*, Vol. 90, 2004, стр. 2099-2185.
10. Bone Robert G., „Hunting Goodwill: A History of the Concept of Goodwill in Trademark Law“, *Boston University Law Review*, Vol. 86, Issue 3, 2006, стр. 547-622.
11. Bone Robert G, „A Skeptical View of the Trademark Dilution Revision Act“, *Intellectual Property Law Bulletin*, Vol. 11, Issue 2, 2007, стр. 187-198.
12. Bone Robert G., „Schecheters Ideas in Historical Context And Dilutions Rocky Road“, *Santa Clara Computer & High Technology Law Journal*, Vol. 24, Issue 3, 2007-2008, стр. 469-506.

13. Bone Robert G, „Taking the Confusion Out of „Likelihood of Confusion“: Toward a More Sensible Approach to Trademark Infringement“, *Northwestern University Law Review*, Vol. 106, No. 3, 2012, стр. 1307-1378.
14. Brown Jr Ralph S., „Advertising And The Public Interest: Legal Protection of Trade Symbols“, *The Yale Law Journal*, Vol. 57, Number 7, 1948, стр. 1165-1206.
15. Burrell Robert, Gangjee Dev, „Trade Marks and Freedom of Expression: A Call for Caution“, 2009 (доступно на: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1604886).
16. Calboli Irene, „The Sunset of “Quality Control” in Modern Trademark Licensing“, *American University Law Review*, Vol. 57, 2007, стр. 341-407.
17. Carter Stephen L., „The Trouble with Trademark“, *Yale Law Journal*, Vol. 99, 1990, стр. 759-800.
18. Carter Stephen L., „Does it Matter Whether Intellectual Property is Property?“, *Chicago-Kent Law Review*, Vol. 68, 1993, стр. 715-723.
19. Dilbary Shahar J., „Famos Trademarks and the Rational Basis for Protecting „Irrational beliefs““, *Geo. Mason Law Review*, Vol. 14:3, 2007, стр. 605-666.
20. Dinwoodie Graeme B., „Trademark Law and Social Norms“, 2006 (доступно на: <http://www.oiprc.ox.ac.uk/papers/EJWP0207.pdf>).
21. Dinwoodie Graeme B., Janis Mark D., „Dilution’s (Still) Uncertain Future“, *Michigan Law Review First Impressions*, Vol. 105, 2006, стр. 98-102.
22. Dinwoodie Graeme B., Janis Mark D., „Lessons from Tredemark Use Debate“, *Iowa Law Review*, Vol. 92, Issue 5, 2007, стр. 1703-1721.
23. Dinwoodie Graeme B., Janis Mark D., „Confusion Over Use: Contextualism in Trademark Law“, *The Trademark Reporter*, Vol. 98, Issue 5, 2008, стр. 1086-1159.
24. Dinwoodie Graeme B., „[Dilution as Unfair Competition: European Echoes](#)“ u Intellectual Property at the Edge: The Contested Contours of IP, urednika Rochelle Dreyfuss & Jane Ginsburg, 2013.
25. Dogan Stacey L., „An Exlusive Right to Evoke“, *Boston College Law Review*, Vol. 44, 2003, стр. 291-321.
26. Dogan Stacey L., Lamley Mark A., „Trademarks and Consumer Search Costs on the Internet“, *Houston Law Review*, Vol. 41/3, 2004-2005, стр. 778-838.
27. Dogan Stacey L., Lamley Mark A., „The Merchandising Right: Fragile Theory or Fait Accompli?“, *Emory Law Journal*, Vol. 54, 2005, стр. 461-506.
28. Dogan Stacey L., „What Is Dilution, Anyway?“, *Michigan Law Review First Impressions*, Vol. 105, 2006, стр. 103-107.
29. Dogan Stacey L., Lamley Mark A., „A Search-Costs theory of Limiting Doctrines in Trademark Law“, *The Trademark Reporter*, Vol. 97/6, 2007, стр. 1223-1251.

30. Dogan Stacey L., Lamley Mark A., „The Trademark Use Requirement in Dilution Cases“, *Santa Clara Computer & High Technology Law Journal*, Vol. 24, Issue 3, 2007-2008, стр. 541-558.
31. Dogan Stacey L., Lamley Mark A., „Grounding Trademark Law through Trademark Use“, *The Trademark Reporter*, Vol. 98, Issue 6, 2008, стр. 1345-1378.
32. Dreyfuss Rochelle Cooper, „Expressive Genericity: Trademark as Language in the Pepsi Generation“, *Notre Dame Law Review*, Vol. 65, 1990, стр. 397-424.
33. Economides Nicholas S., „The Economics of Trademarks“, *The Trademark Reporter*, Vol. 97/4, 1988, стр. 523-539.
34. Estelle Long Doris, „Rebooting Trademarks for the Twenty-First Century“, *University of Louisville Law Review*, Vol. 49, 2011, стр. 518-554.
35. Evans Gail, „Recent Developments in The Protection of Trademark and Trade Names in The European Union: From Conflict to Coexistence?“, *The Trademark Reporter*, Vol. 97, 2007, стр. 1008-1048.
36. Franklyn David J., „Debunking Dilution Doctrine: Toward a Coherent Theory of the Anti-Free-Rider Principle in American Trademark Law“, *Hastings Law Review*, Vol. 56, 2004, стр. 117-167.
37. Frischmann Brett M., Lamley Mark A., „Spillovers“, *Columbia Law Review*, Vol. 107, 2007, стр. 257-301.
38. Gangjee Dev, Burrell Robert, „A Brief Note on L'oreal and the Prohibition on Free Riding“, 2009 (доступно на: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1491402).
39. Gangjee Dev, „Property in Brands“, доступно на: ssrn.com., ovaj rad je opširnija verzija poglavlja „Property in Brands: The Commodification of Conversation“ u Howe Helen (уредник), *Property Concepts in Intellectual Property Law*, Cambridge, 2013.
40. Gerhardt Deborah R., „Consumer Investment in Trademarks“, *North Carolina Law Review*, Vol. 88, 2010, стр. 427-500.
41. Goldman Eric, „Brand Spillovers“, *Harvard Law Journal of Law & Technology*, Vol. 22, Number 2, 2009, стр. 381-419.
42. Griffiths Andrew, „Quality in European Trademark Law“, *Northwestern Journal of Tehnology an Intellectual Property*, Vol. 11, No. 7, 2013, стр. 621-641.
43. Haight Farley Christine, „Why We Are Confused about the Trademark Dilution Law“, *Fordham Intel.l Prop. Media & Ent. L. J.*, Vol. 16. 2006, стр. 1175-1187.
44. Heald Paul J., Brauneis Robert, „The Myth of Buick Aspirin: an Empirical Study of Trademark Dilution by Product and Trade Names“, *Cardozo Law Review*, Vol. 32, No. 4, 2011, UGA Legal Studies Research Paper No. 11-6.

45. Jacoby Jacob, „The Psychological Foundations of Trademark Law: Secondary Meaning, Genericism, Fame, Confusion and Dilution“, *The Trademark Reporter*, Vol. 91, 2001, ctp. 1013-1069.
46. Klerman Daniel, „Trademark Dilution, Search Costs, and Naked Licensing“, *Fordham Law Review*, Vol. 74, 2006, ctp. 1759-1773.
47. Kratzke William P., „Normative Economic Analysis of Trademark Law“, *Memphis State University Law Review*, Vol. 21, 1991, ctp. 199-290.
48. Kur Annette, Bently Lionel, Ohly Ansgar, „[Sweet Smells and a Sour Taste - The ECJ's L'Oréal decision](#)“, *Max Planck Institute for Intellectual Property, Competition & Tax Law Research Paper No. 09-12, University of Cambridge Faculty of Law Research Paper No. 10/01*, 2010.
49. Kur Annette, „Trademarks Function, Don't They? CJEU Jurisprudence and Unfair Competition Principles“, *Max Planck Institute for Innovation & Competition Research Paper No. 14-05*, 2014.
50. Lamley Mark A., „The Modern Lanham Act and the Death of Common Sense“, *The Yale Law Journal*, Vol. 108/7, 1999, ctp. 1686-1715.
51. Lamley Mark A., „Property, Intellectual Property, and Free Riding“, *Texas Law Review*, Vol. 83, 2005, ctp. 1031-1075.
52. Lamley Mark A., McKenna Mark, „Owning Mark(et)s“, *Michigan Law Review*, Vol. 109, 2010, ctp. 137-189.
53. Lamley Mark A., McKenna Mark, „The Irrelevant Confusion“, *Stanford Law Review*, Vol. 62/, 2010, ctp. 413-454.
54. Landes William M., Posner Richard A., „Trademark Law: An Economic Perspective“, *The Journal of Law and Economics*, Vol. 30, 1987, ctp. 265-310.
55. Landes William M., Posner Richard A., *The Economic Structure of Intellectual Property Law*, Cambridge, 2003.
56. Lee Thomas R., „Demystifying Dilution“, *Boston University Law Review*, Vol. 84, 2004, ctp. 859-944.
57. Litman Jessica, „Breakfast with Batman: The Public Interest in Advertising Age“, *Yale Law Journal*, Vol. 108, 1999, ctp. 1717-1735.
58. Lunney Glynn S., „Trademark Monopolies“, *Emory Law Journal*, Vol. 48, Number 2, 1999, ctp. 367-487.
59. Lunney Glynn S., „Trademarks and The Internet: The United States Experience“, *The Trademark Reporter*, Vol. 97, Issue 4, 2007, ctp. 931-973.
60. McCarty J. Thomas, „Dilution of a Trademark: European and United States Law Compared“, *The Trademark Reporter*, Vol. 94, 2004, ctp. 1163-1181.
61. McCarty J. Thomas, „Proving a Trademark Has Been Diluted: Theories or Facts?“, *Houston Law Review*, Vol. 41/3, 2004, ctp. 713-747.
62. McKenna Mark P., „Normative Foundations of Trademark Law“, *Notre Dame Law Review*, Vol. 82, 2007, ctp. 1839-1916

63. Morin Maureen, Jacoby Jacob, „Trademark Dilution: Empirical Measures for an Elusive Concept“, *Journal of Public Polic & Marketing*, Vol. 19, Issue 2, 2000, стр. 265-276.
64. Posner Richard, „Misappropriation: A Dirge“ *Houston Law Review*, Vol. 40, No. 3, 2003, стр. 621-641.
65. Ramello Giovanni B., „What’s in a Sign? Trademark Law and Economic Theory“, Working Paper n. 73, POLIS, 2006 (доступно на: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=894421).
66. Ramello Giovanni B., Silva Francesco, „Appropriating Signs and Meaning: The Elusive Economics of Trademark“, 2006, (доступно на: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=936653)
67. Rierson Sandra L., „The Myth and Reality of Dilution“, *Duke Law & Tehnology Review*, Vol. 11, No. 2, 2012, стр. 212-311.
68. Roncaglia Pier Luigi, Sironi Giulio Enrico, „Trademark Functions and Protected Interests in the Decisions of The European Court of Juctice“, *The Trademark Reporter*, Vol. 101, 2011, стр. 147-185.
69. Schechter Frank I., „The Rational Basis of Trademark Protection“, *Harvard Law Review*, Vol. 40/6, 1927, стр. 813-833.
70. Senftleben Martin, „The Trademark Tower of Babel – Dilution Concepts in International, US and EC Trademark Law“, *International Review of Intellectual Property and Competition Law*, Vol. 40, No. 1., 2009, стр. 45-77.
71. Senftleben Martin, „Trade Mark Protection - A Black Hole in the Intellectual Property Galaxy“, *International Review of Intellectual Property and Competition Law*, Vol. 42, 2014, стр. 383-387.
72. Senftleben Martin, „Bringing EU Trademark Protection Back Into Shape – Lessons to Learn From Keyword Advertising“ (доступно на: http://www.epip.eu/conferences/epip06/papers/Parallel%20Session%20Papers/SE_NFTLEBEN%20Martin.pdf).
73. Senftleben Martin, „Free Signs and Free Use – How to Offer Room for Freedom of Expression Within the Trademark System“ u Geiger C. (уредник), *Resarch Handbook on Human Rights and Intellectual Property*, 2013.
74. Senftleben Martin, „Function Theory and International Exhaustion – Why it is Wise to Confine the Double Identity Rule to Cases Affecting the Origin Function“, *European Intellectual Property Review*, Vol. 36, No. 8, 2014, стр. 518-524 (доступно на: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2356772).
75. Simon Fhima Ilanah, „The Functions of Trade Marks and their Role in Parallel Importation Cases - What Can the EU and Japan Learn from Each Other’s Experiences“, *IIP Bulletin*, 2007, стр. 1-10 (доступно на: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1156780).

76. Simon Fhima Ilanah, „Dilution by Blurring: A Conceptual Roadmap“, *Intellectual Property Quarterly*, Vol. 44, 2010, (доступно на: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1531581).
77. Simon Fhima Ilanah, „The Court of Justice’s protection of the advertising function of trade marks – an (almost) sceptical analysis“, *Journal of Intellectual Property Law and Practice*, Vol. 6, 2011 (доступно на: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2112000).
78. Strasser Mathias, „The Rational Basis of Trademark Protection Revisited: Putting the Dilution Doctrine into Context“, *Fordham Intellectual Property, Media & Entertainment Law Journal*, Vol. 10, 2000, стр. 375-432.
79. Tushnet Rebecca, „Gone in Sixty Milliseconds: Trademark Law and Cognitive Science“, *Texas Law Review*, Vol. 86, 2008, стр. 507-568.
80. Walters Radiance A., „[Partial Forfeiture: The Best Compromise in Trademark Licensing Protocol](#)“, *Journal of the Patent and Trademark Office Society*, Vol. 91, Issue 2, 2009, стр. 126-141.
81. Welkowitz David S., „Reexamining Trademark Dilution“, *Vanderbilt Law Review*, Vol. 44, 1991, стр. 531-588.
82. Wilcox Scott C., „The Dilution Solution: Populating the Trademark A-list“, *Michigan Law Review First Impressions*, Vol. 105, 2006, стр. 113-116.
83. Wilkof Neil, „[Trademark](#) Licensing: The Once and Future Narrative“, *Trademark Reporter*, Vol. 104, 2014, стр. 895-917.

На основу члана 24. став 10. Статута Правног факултета Универзитета у Београду, Наставно-научно веће Правног факултета, на I седници од 26. октобра 2015. године, донело је

О Д Л У К У

Члан 1.

Прихвата се извештај Комисије за оцену подобности теме докторске дисертације кандидата **Владимира Боровца** и одобрава израда докторске дисертације под насловом: **"Право жига - од заштите информационе функције робне ознаке до заштите робне ознаке као вредности по себи"**.

Члан 2.

О извршењу ове Одлуке стараће се Декан Правног факултета Универзитета у Београду.

04-број: _____

Београд

ПРЕДСЕДНИК НАСТАВНО-НАУЧНОГ ВЕЋА
Декан

Професор Сима Аврамовић