

Колективни и сертификатни трговски марки во Република Северна Македонија

д-р Емилија Ѓорѓиоска,

насловен доцент, Економски факултет-Прилеп, Универзитет „Св.Климент Охридски“ -
Битола emilija.mateska@uklo.edu.mk

д-р Александар Матески,

директор на општ и правен сектор, Прилеска Пиварница АД Прилеп,
mateski@pripiv.com.mk

Апстракт:

Не ретко за правото на трговска марка без оглед дали станува збор за индивидуални или колективни, односно сертификатни трговски марки како право од интелектуална сопственост и дистинктивен знак за означување на стоките и услугите се вели дека е најголемата деловна предност која ја имаат претпријатијата. Трговската марка е силен инструмент за остварување на економските цели на компаниите, а преку тоа и на националната економија. Користењето на колективните и сертификатните трговски марки е од голема важност за надминување на изолацијата, проблемите и предизвици со кои се соочуваат малите и средните претпријатија. Флексибилноста на малите компании, адаптивността без големи трошоци и за пократко време, овозможува врз основа на географски или индустриски заеднички предзнак, здружување и организиран настап преку заедничка трговска марка на пазарот. Во трудот ќе биде извршена анализа на потенцијалот и придобивките од користењето на колективните и сертификатните трговски марки, позитивни примери од нивна регистрација, како и статистичките податоци и трендови за нивното користење од основањето на Државниот завод за индустриска сопственост до денес.

Клучни зборови: колективни трговски марки, сертификатни трговски марки, географски назив, економски развој

Abstract:

Often the right to a trademark, no matter whether it is an individual or collective, i.e. certification trademarks, as an intellectual property right and a distinctive mark for marking the goods and services, is considered as the biggest business advantage of the enterprises. The trademark is a strong instrument for the realization of the economic goals of companies, and thus the national economy. Using collective and certification trademarks is very important for overcoming the isolation, issues, and challenges facing small and medium enterprises. The flexibility of small companies, the adaptability without large costs and for a shorter period, provides association and an organized approach by mutual trademark on the market based on the geographical or industrial mutual sign. The paper will analyze the potential and benefits of using collective and certification trademarks, positive examples of their registration, as well as statistical data and trends for using them since the establishment of the State Office of Industrial Property until today.

Key words: Collective trademarks, certification trademarks, geographical indications economic development

1. Вовед

Согласно Законот за индустриска сопственост, кој е основен извор на позитивно-правната заштита во Република Северна Македонија¹, права на индустриска сопственост се: патентот, трговската марка, индустрискиот дизајн и ознака на потеклото и географска ознака.² Согласно чл.2 ст. 4 од ЗИС со трговска марка се штити трговски знак.

Со трговската марка³ како знак за разликување се штити знак кој може графички да се прикаже и кој е подобен за разликување на стоките или услугите на еден учесник во прометот од стоките или услугите на друг учесник во прометот.⁴ Знаците кои се подобни за разликување се однесуваат на: зборови, букви, бројки, слики, цртежи, комбинации на бои, тродимензионални форми, вклучително и форми на стоките или нивните пакувања, како и комбинациите на сите наведени знаци. Во зависност од тоа дали трговската марка се однесува на стоки или пак на услуги, се разликуваат стокови или услужни трговски марки. Додека пак во зависност од подносителот на трговската марка се разликуваат: индивидуални, колективни и сертификатни трговски марки. За да ја исполнува својата функција-разликување на стоките или услугите, трговската марка потребно е да биде дистинктивна. Дистинктивноста може да се дефинира како нераздвоива способност на трговската марка да биде забележана од учесниците на пазарот во значење на разликување на стоките или услугите на едно претпријатие од стоките или услугите на друго претпријатие, припишуваќи им на стоките или услугите комерцијално потекло⁵. Утврдувањето на дистинктивноста на знаците претставува проблем при оценувањето дали знакот е подобен да служи за разликување на стоките или услугите во прометот,

¹ Закон за индустриска сопственост (Службен весник бр.21/2009, 24/2011, 12/2014, 41/2014, 152/2015, 53/2016 и 83/2018 и „Службен весник на Република Северна Македонија“ бр. 31/2020), понатаму ЗИС.

² Србија, Хрватска, Босна и Херцеговина исто како Република С.Македонија ги регулираат истите права на индустриска сопственост, но не во еден заеднички закон, туку во посебни закони за патент, трговска марка/жиг, индустриски дизајн и за географски називи. Во Словенија правата на индустриска сопственост: патент, трговска марка, индустриски дизајн и географска називи, се регулирани во еден закон, *Zakon o industrijski lastnini* (Uradni list RS 51/2006). Во Бугарија се признати следните права на индустриска сопственост: патент, индустриски дизајн, корисен модел, трговска марка и географски називи, кои се регулирани во повеќе закони (патент и корисен модел во Закон за патентите и регистрацијата на полезните модели; трговските марки и географските ознаки во Закон за марките и географските означенија, а индустрискиот дизајн во Закон за промишлениот дизајн).

³ Претходно законодавецот во Законот за индустриска сопственост од 1993 година го користеше терминот „жиг“. Овој термин беше наследен од претходните сојузни законски решенија. Србија сеуште го има задржано овој термин иако во теоријата постојат ставови дека овој термин не е погоден и пред се асоцира на отисок од печат, па е потребно негово заменување со терминот трговска марка. Д-р Сениша Варга, Појам и предмет жига с посебним освртом на законску терминологију, Гласник права, год.1, бр.1 (2010) стр.115.

⁴ Чл.175 од ЗИС и чл.15 од Договорот за трговските аспекти на правата на интелектуалната сопственост - ТРИПС.

⁵ Симчо Симјановски, Трговска марка, апсолутни и релативни причини за одбивање на пријавата на трговската марка, со случаи од практиката на Заводот, Државен завод за индустриска сопственост, Скопје, 2009, стр.11.

бидејќи не постојат егзактни мерила, па потребно е да се земат во предвид сите околности, времето и обемот на употреба на знакот итн.⁶

2. Колективни и сертификатни трговски марки

И покрај квалитетот на производите многу тешко е малите производители да добијат адекватен пристап до каналите за дистрибуција и маркетингот. Пристапот и запознавањето на потрошувачите со квалитетот на производот најчесто е условен од значителни трошоци кои не секогаш може да ги поднесат производителите. Оттука сосема оправдан е ставот дека еден од најголемите проблеми и предизвици на малите и средните претпријатија не е нивната големина, туку нивната изолираност. Опцијата која им стои на малите и средните претпријатија да ја надминат изолацијата во која се втурнати заради нивните многу ограничени маркетиншки настапи и комуникација со потрошувачите и неможноста да добијат индивидуална препознатливост, е во креирањето на колективни и сертификатни трговски марки.

Флексибилноста на малите компании, адаптивността без големи трошоци и за пократко време, овозможува врз основа на географски или индустриски заеднички предзнак, здружување и организиран настап преку заедничка трговска марка на пазарот. Трговска марка во која ќе вложат сите заедно и марка која ќе стане далеку полесно препознатлива и видлива за потрошувачот. Тоа подразбира и марка чие користење ќе биде детално дефинирано и ќе биде грижа на сите субјекти кои ја користат. Колективната грижа за почитувањето на правилата ја зголемува довербата од потрошувачите, нивната лојалност, а со тоа и продажбата и конкурентноста на субјектите кои се носители на правата од трговска марка. Во спротивно секое непочитување од само еден корисник може негативно да се одрази на сите останати субјекти.

Преку постоењето на колективна и сертификатна трговска марка се артикулираат интересите на повеќе лица учесници во прометот со нивни настап под заедничка трговска марка. Носител на **колективна трговска марка** може да биде здружение или друга асоцијација на правни и физички лица. Со општ акт или договор за колективната трговска марка се дефинираат изгледот на знакот и производите или услугите за кои се однесува, правото на употреба на колективната марка, одговорноста во случај на повреда и последиците од повредата на колективната трговска марка и слично. Од тие причини неопходно за регистрирањето на колективна трговска марка освен посебните услови кои треба да ги исполнува носителот на правото (здружение или асоцијација) е и приложување кон пријавата за колективна трговска марка и општ акт односно договор за користење на трговската марка.⁷

⁶ Република С. Македонија го напушти системот на потполно испитување на дистинктивноста на трговските марки прифатен со Законот за индустриска сопственост од 1993 година, бидејќи се покажа како спор и понекогаш субјективен. Со сегашното законско решение не се врши потполно испитување на пријавените трговски марки, туку единствено се испитуваат апсолутните пречки за регистрација. За релативните пречки за регистрирање на трговската марка, одлучува Државниот завод за индустриска сопственост само по поднесен приговор од овластено лице.

⁷ Член 221 Содржина на пријавата на колективна марка, Закон за индустриската сопственост.

Со оглед на тоа што правото на користење на колективната трговска марка се стекнува со самото членување во здружението или асоцијацијата, сосема логична е забраната за пренос на правата од колективна марка преку договор за лиценца.

Со **сертификатната (гарантна) трговска марка** се штити знак кој го користат повеќе лица под надзор на носителот на сертификатната марка. Сертификатната трговска марка има за цел заштита на квалитетот, потеклото, начинот на производство и други заеднички карактеристики на стоките и услугите на лицата кои ја користат трговската марка. Слично како и кај колективната трговска марка, кон пријавата е неопходно да се достават правилата за користење на сертификатната марка, каде детално треба да бидат наведени одредбите за квалитетот, својствата и другите карактеристики на стоките или услугите, мерките кои подносителот на пријавата на сертификатната марка ќе ги користи и санкциите кои ќе ги применува во случај на отстапување од правилата.

Правото на користење на сертификатната трговска марка не се стекнува со членството во асоцијација и слично, туку со стриктно почитување на поставени стандарди и континуиран надзор над работењето (Tooth-friendly action, Green dot, WOOLMARK). Специфично за сертификатната трговска марка е што носителот на правото на сертификатната марка не може да ја користи таа марка за означување на производите и услугите кои тој самиот ги произведува, туку има само контрола над користењето на трговската марка од останатите субјекти. Во одредени држави, како Австралија при поднесувањето на пријавата за регистрација на сертификатна трговска марка, носителот е должен во интерес на заштита на конкурентноста и јавниот интерес да биде тестиран од национално тело дека е компетентен да биде сертификатно тело, но и дека правилата не се нефер и нема дискриминаторско оневозможување на користење на сертификатната марка од други субјекти кои ги исполнуваат условите. Во македонското право такво барање не постои.

Оттука разликата и во функциите на колективната и сертификатната трговска марка. Првата има доминантно функција за идентификација, додека втората изразито гарантна функција, иако таа граница не е толку силна како што на прв поглед изгледа.

Комбинирањето на колективната или сертификатната трговска марка со индивидуалната трговска марка е препорачливо и дава најдобри резултати. Овозможува компаниите да се диференцираат една од друга и се обезбедува разликување на производите, но, од друга страна поставувањето на колективната или сертификатната трговска марка докажува дека компанијата производител исполнува специфични стандарди и заради тоа и е овозможено користење на сертификатната трговска марка, или пак е член на асоцијација, што може да биде индикатор за добар квалитет, стандарди во работење и почитување на правила.

3. Колективни и сертификатни трговски марки во Република Северна Македонија

Во периодот од 2009 година до 2016 година во Република Македонија се заштитени пет сертификатни марки и тоа едната со носител на право Underwriters Laboratories Inc. за класа 9, сертификатната марка на Општина Штип (*Штипска пастрмајлија*) за класи 30 – производи од брашно-пастрмајлии и класа 43 услуги за

подготвување храна – пастрмалии, трговска марка од Институт за стандардизација на Република Македонија за класа 35 и класа 42 (бизнис проценки, контролирање на квалитет, услуги за сертификација на системи за менаџмент со квалитетот со кои се потврдува согласност со специфицираните барање на системот за менаџмент со квалитет) и Mirna Rovinj d.o.o. Zagreb за две сертификатни трговски марки за класа 29, класа 31 и класа 40 (засолена риба; димена риба; намази од риба; бујон од риба; преработки од риба; сушена риба; конзерви, и сл). Од заштитетените пет сертификатни трговски марки дури три се од странски правни лица.

Во последните пет години присутен е тренд на зголемување на бројот на поднесени пријави за заштита на сертификатни трговски марки, така што бројот на сертификатни трговски марки за разлика од претходниот период е речиси дуплиран. Карактеристично е што дури 80% од нив се поднесени од страна на домашни правни лица или здруженија. Позитивен пример е сертификатната трговска марка *Беласица планински производ* сертификатна заштитена од страна на Општина Струмица за класи 29 конзервирано, смрзнато сушено и варено овошје и печурки, џемови, компоти класа 30 чаеви (цветови и лисја како замена за чај) класа 31 сурови и непреработени шумски производи, природни билки и цветови класа 32 пијалоци од овошје и овошни сокови⁸ Општина Струмица и Општина Штип се први општини во државата кои се носители на право на сертификатна трговска марка. Во Општина Струмица регистрирани се тројца носители на право на користење на трговската марка *Беласица планински производ*.⁹ Условите, начинот и постапката за стекнување на правото за користење на сертификатната трговска марка е утврдено со Правилникот за користење сертификатна трговска марка *Беласица планински производ* донесен од Советот на Општина Струмица на 11.04.2019 година. Исто така, Здружението на граѓани Јадрена група за одржливо производство на ориз - ОРИЗОВА БРАТИМКА, Чешиново, има заштитено сертификатна трговска марка за класа 30 ориз и класа 31 ориз необработен.¹⁰ Сертификатните трговски марки на Друштво за управување со пакување и отпад од пакување ПАКОМАК ДОО Скопје, Пакомак Еко ресторан (Pakomak Eco restaurant), Пакомак Еко зона (Pakomak Eco zone) и Пакомак Еко кафе (Pakomak Eco cafe) се докаж дека за сертификатните трговски марки може да има голем интерес од ХоРеКа синџирот во нашата држава така што во 2018 година корисници биле 167 ресторани, хотели и кафетерии, во 2019 година нивниот број се зголемил на 483 корисници додека пак заклучно со 30.11.2020 година нивниот број изнесува 504 корисници.

За периодот од 2009 година до 2016 година две колективни трговски марки се пријавени во Државниот завод за индустриска сопственост и тоа едната од Здружение на производители на пакувани води на Македонија ЗППВМ за класа 32 пиво, минерална вода и сода вода и други безалкохолни пијалоци, пијалоци од овошје и овошни сокови, сирупи и други препарати за производство на пијалоци и колективната марка на Здружение за одгледувачи на овци “Даши“ Дебар за класа 29 млечен производи – сирење.

⁸ Гласник/ Buletini, Државен завод за индустриска сопственост, Бр./Nr. 7/2020 - 31/07/2020.

⁹ Податоци заклучно со 08.02.2021 година, Одговор на Барање за пристап до информации од јавен карактер.

¹⁰ Гласник/ Buletini Државен завод за индустриска сопственост Бр./Nr. 5/2020 - 31/05/2020.

Во последниот петгодишен период евидентно е значително зголемување на бројот на пријавени и заштитени колективни трговски марки особено во 2019-та и 2020-та година и тоа во 90% од случаите од страна на домашни правни лица. Колективните трговски марки кои се заштитени се однесуваат на различни класи.¹¹

Податоците од периодот од основањето на Заводот па се до 2006 година, покажуваат дека пред Државниот завод за индустриска сопственост вкупно биле пријавени 16.432 индивидуални марки, а од нив биле регистрирани 11.407. Пријавени биле само 10 колективни марки, а од нив во важност биле само уште 3. Пријавени биле 5 сертификатни марки, со тоа што сеуште ниту една не била регистрирана (до 2006 година).

Анализата на бројот на колективни и сертификатни трговски марки покажува дека нивниот број е далеку поскуден во однос на индивидуалните трговски марки, така само во 2019 година пред Државниот завод за индустриска сопственост биле поднесени 1471 пријава за заштита на трговски марки, од нив биле признати 1096.¹² Учеството на заштитени колективни и сертификатни трговски марки во вкупниот број на заштитени трговски марки во РСМ е минорен. Но и покрај тоа, очигледна е нагорната линија на бројот на пријави за заштита на колективни и сертификатни трговски марки за национална и меѓународна заштита во последните години.¹³ Така, во Бразил во 2017 година биле поднесени 1.287 пријави за регистрација на колективни трговски марки, а во 2018 година 1.515 пријави. Во САД во 2017 година биле поднесени 379 пријави за заштита на сертификатна трговска марка, а во 2018 година 501 пријава. Во Кина во 2016 година биле поднесени 804 пријави за заштита на сертификатна трговска марка, а во 2017 година 1.281 пријава¹⁴

Статистичките податоци за бројот на пријавени и заштитени колективни и сертификатни трговски марки говори дека македонските компании многу малку ги користат бројните можности кои се нудат и кои произлегуваат од колективните и сертификатните трговски марки. Во таа насока предностите мора да бидат актуелизирани како од страна на државните органи така и од стопанските комори како здруженија преку кои се артикулираат заедничките интереси на стопанските субјекти. Неопходно е малите и средни компании кои може да имаат најголем бенефит да бидат охрабрани во насока на креирање на препознатливи македонски колективни и

¹¹ Од класа 9 апарати за гасење пожар, класа 35 водење на работење; управување со работи, класа 37 градежни конструкции, поправки, инсталациони услуги, класа 12 автобуси; автомобили; трајлери; електрични возила; комбиња (возила); коли; возила за движење по копно, воздух, вода или шини; приколки за кампување; каросерии за возила; шасии за возила, класа 31 пивски слад, класа 32 пиво, класа 41 образовни услуги; обука; забава; спортски и културни активности и класа 42 научни и технолошки услуги и истражување и планирање поврзано со нив; индустриски анализи и истражувачки услуги; изработка и развој на компјутерски хардвер и софтвер, класа 36, класа 38 итн.

¹² Извештај за работата на Државниот завод за индустриска сопственост за 2019 година, март 2020 година, страна 6 и 8.

¹³ Technical and procedural aspects relating to the registration of certification and collective marks, Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications, Page 14.

¹⁴ World Intellectual Property Indicators 2018 -TRADEMARKS, WIPO, st.117, World Intellectual Property Indicators 2019 -TRADEMARKS, WIPO, st.117 World Intellectual Property Indicators 2017 -TRADEMARKS, WIPO, st.130.

сертификатни трговски марки. Пример, колективна трговска марка на здружение на производители на мед од одреден регион, здружение на сточари, здружение на земјоделци за специфичен вид на производ, здружение на занаетчии, здружение на бурекции, здружение на производители на македонска традиционална храна и така натаму, може да креираат препознатливи колективни трговски марки под кои ќе ги продаваат своите производи.

4. Заштита на колективни и сертификатни трговски марки или заштита на географски назив

Колективната и сертификатната трговска марка за разлика од индивидуалната трговска марка, може да се искористи и за заобиколување на крутите правила кои се законски дефинирани од страна на законодавецот за користење на ознаката за потекло и географската ознака. Ознаката на потеклото е географскиот назив на земјата, регионот или местото со кој се означува производот кој потекнува од тоа подрачје и чиј квалитет и посебни својства исклучиво или претежно се условени од географската средина, вклучително и природните и човечките фактори и чие производство, преработка и подготовка во целина се одвиваат на одредено ограничено подрачје на потеклото.¹⁵ Географска ознака е географскиот назив на земјата, регионот или местото со кој се означува производот чиј квалитет, угледот или други карактеристики во суштина можат да се припишат на географското потекло. Географската ознака, за еден производ може да се штити под услов производството и/или постапката и/или подготовката на производот да се одвива во определено место на потеклото.¹⁶

Географските називи како колективна алатка која им стои на производителите за промоција на производи чиј квалитет, репутација или својства се во директна врска со специфичниот регион од каде доаѓаат, било тоа да е исклучиво или во суштина условено од географското опкружување вклучувајќи природни, но и човечки фактори, се заштитуваат во согласност со меѓународните договори и националните закони преку различен спектар на решенија. Вклучувајќи *sui generis* заштита на ознака на потекло или географска ознака, трговски марки во вид на колективни или сертификатни трговски марки, законски решенија против нелојална конкуренција, заштита на потрошувачи и слично. И очекуван е отпорот кој се јавува во врска со заштитата на географските називи наспроти трговските марки ако се има во предвид дека за заштитата е потребно изработка на елаборат од соодветна институција, но и контрола на квалитетот и посебните својства на производот кој се обележува со географскиот назив. Од друга страна во значително поедноставена постапка и колективните и сертификатните трговски марки може да одиграат многу слична улога. Пример што е присутен при заштита на неколку сертификатни трговски марки во Република Северна Македонија во последните години.

¹⁵ Чл.227, Закон за индустриската сопственост.

¹⁶ Чл.228 ст.1 и ст.2, Закон за индустриската сопственост.

И според истражувањето спроведено од ЕСТА (European Communities Trade Mark Association)¹⁷ од 27 држави во Европа, изричен потврден одговор за дозволеноста географските ознаки да се регистрираат како колективна трговска марка е добиен од 22 држави. При тоа треба да се има во предвид дека со регистрирањето на колективната марка не се овластуваат носителите на правата да забранат трети лица согласно начелото на совеснот и добрите практики да ги користат заштитените географски ознаки за означувањето на нивните производи. Така, доколку се работи за фигуративна колективна или сертификатна трговска марка, третото лице нема право го користи таквиот фигуративен знак, но, се разбира дека е овластен да го користи географскиот назив.

Достапноста на регистрацијата на трговските марки е директно условена и од трошоците потребни за комплетирање на процедуралниот дел. Државниот завод за индустриска сопственост има делегирана надлежност согласно член 24 став 2 од Законот за индустриска сопственост, за донесување на Тарифа за трошоците во постапката за стекнување на правата од индустриска сопственост и трошоците за давање на информативни услуги. Висината на трошоците за регистрацијата на трговските марки може да биде силен (де)мотиватор на субјектите на пазарот за регистрирање на трговските марки. Надолното корегирање на трошоците започна во 2007 година кога беше донесена Тарифа со која беше извршено намалување на трошоците во постапката за стекнување на правата од индустриска сопственост за околу 50%¹⁸. Ваквата одлука беше дел од “регулаторната гилотина“ со која покрај скратувањето на роковите, воведување на материјална одговорност на државните службеници за непостапување по предмети и слично, беа донесени и одлуки за намалување на надоместоците за користење на услугите на Катастарот, Централниот регистар, Царинската управа и на Државниот завод за индустриска сопственост. Со Законот за изменување и дополнување на Законот за административните такси бр. 6/2010 од 15.01.2010 година во значителна мера беа намалени и износите на таксите за пријава со кои се бара заштита на трговска марка (ако списокот на стоки и услуги опфаќа до три класи 600,00 денари, а за секоја натамошна по уште 100,00 денари), за пријава со која се бара заштита на колективна односно сертификатна трговска марка 2.000,00 денари, додека за пријава за меѓународно регистрирање на трговска марка (Мадридски договор и Мадридски протокол) 1.000,00 денари, и за пријава со која се бара признавање на право на користење на ознака на потеклото на производот и географската ознака 600,00 денари¹⁹. Апроксимативно, трошоците за национално регистрирање на колективна и сертификатна трговска марка во боја за три класи вклучувајќи ги тука административните такси и надоместоците

¹⁷ Survey on Trade Mark Issues related to Geographic Designations, A Survey conducted by the ECTA Harmonization Committee, October 2007, Brussels Belgium

¹⁸ Така на пример трошоците за објава на податоците од пријавата за трговска марка со едно барање до три класи од 1.500 денари според Тарифата (Службен весник на РМ бр. 74/2006 година) е намален на износ од 750 денари според Тарифата (Службен весник на РМ бр. 128/2009 година), трошоците за објавување на изгледот на трговската марка во боја од 2.400 денари на 1.200 денари, за извештај од пребарувањето во базите на податоци за слични знаци во изглед, со едно барање до три класи од 1.850 денари на 930 денари итн.

¹⁹ За илустрација таксите според Законот за административните такси 17/1993 од 26.03.1993 година беа еноормно високи и огромен товар за субјектите (пријава со која се бара заштита на стоков или услужен жиг до три класи 30.000 денари, за пријава со која се бара заштита на колективен жиг 100.000 денари, а за барање за меѓународно регистрирање на жиг (Мадридски аранжман) 40.000 денари).

согласно Тарифата на Државниот завод (за пријава со која се бара заштита на трговска марка, за одржување во важност на трговската марка за период до десет години, објавување на податоци од пријава за трговска марка, објавување на податоци за призната трговска марка, објавување на изгледот на трговска марка во боја, за издавање на исправа за призната трговска марка) изнесуваат околу 10.000 денари.

Трошоците за заштита на географски назив вклучувајќи ги тука административните такси и надоместоците согласно Тарифата на Државниот завод (за уредување на пријавата за признавање право на користење на заштитениот географски назив, објавување на податоците за овластен корисник, објавување на податоци за продолжено право на овластен корисник, извод од регистрите на Заводот, за извештај (информации) од пребарувањето во базите на податоци на Заводот за заштитени географски називи и овластени корисници: за определен географски назив, за податоци за овластени корисници на определен заштитен географски назив) изнесуваат околу 3.000,00 денари, без во тој износ да бидат вклучени трошоците за изработка на Елаборат за производот кој ќе се означува со географскиот назив од овластена институција, кои може да бидат значително повисоки.

Заклучок

Колективните и сертификатните трговски марки може да станат и моќна алатка за локален економски развој, ако се има предвид и фактот дека преку овој вид на трговски марки може да се заобиколат далеку построгите услови кои се законски пропишани за регистрација и на географски назив.

Бројот на поднесени пријави и регистрирани колективни и сертификатни трговски марки во Република Северна Македонија покажува слаб интерес за регистрација на овој вид на трговски марки. Потенцијалот кој го носат овој вид на трговски марки може во значителна мерка да биде од полза и за извозно ориентираните компании кои преку овој вид на трговски марки ќе ја зголемат видливоста и довербата кај потрошувачите, а со тоа и продажбата. Неопходни се засилени активности за промоција и презентација на потенцијалот кој го носат овие трговски марки. Покрај државата во таа промоција значителна одговорност носат и асоцијациите на производителите, а пред се стопанските комори.

Крајниот бенефит од колективните и сертификатните трговски марки за потрошувачите е што ќе знаат дека производите кои ги набавуваат поседуваат квалитет за кој гарантира здружението или субјектот кој го врши надзорот, што мотивира дополнителна грижа за поставувањето на високи стандарди на производите и услугите и немање на толерантност кон прекршување на правилата од ниту еден субјект кој ја користи трговската марка. Во иднина потребна ќе се наметне и обврската за јавна објава на општите правила за сертификатна и колективна трговска марка со цел запознавање на потрошувачите со информациите за условите кои неопходно треба да се исполнат за да се овозможи користење на трговската марка, а со тоа и непосредно да се препознаат квалитетите и својствата на секој производ на кој постои трговската марка.

Conclusion:

Collective and certification trademarks can also become a powerful tool for the local economic development, taking into consideration the fact that using this type of trademarks, the far stricter criteria which are stipulated for registration of geographical indications can be circumvented.

The number of submitted applications and registered collective and certification trademarks in the Republic of North Macedonia shows a dissatisfied interest in the registration of this type of trademark. The potential of this type of trademarks can significantly be favorable for export-oriented companies which by using this type of trademarks can increase the visibility and consumer trust and thus the sales. Intensified activities are necessary for the promotion and presentation of the potential of these trademarks. Besides the country, the association of producers and mostly the economic chambers also have a significant responsibility in such promotion.

The final benefit of the collective and certification trademarks for the consumers is that they will know that the products they purchase possess the quality guaranteed by the association or the supervising subject, which motivates additional care for setting high standards for products and services and not tolerating rules violation by any subject using a trademark. In the future, the obligation for a public announcement of the general rules for certification and collective trademark will be imposed to familiarize the consumers with the information for the terms which should be met to provide using the trademark and thus to directly recognize the qualities and characteristics of each product having a trademark.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Survey on Trade Mark Issues related to Geographic Designations, A Survey conducted by the ECTA Harmonization Committee, October 2007, Brussels Belgium
2. Technical and procedural aspects relating to the registration of certification and collective marks, Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications
3. Tehnical and procedural aspects relating to the registration of certification and collective marks, Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications, WIPO august 30, 2010
4. The Value of Collective and Certification Marks for Small Players, WIPO Magazine 2002
5. World Intellectual Property Indicators 2018 -TRADEMARKS, WIPO
6. World Intellectual Property Indicators 2019 -TRADEMARKS, WIPO
7. World Intellectual Property Indicators 2017 -TRADEMARKS, WIPO
8. Zakon o industrijski lastnini (Uradni list RS 51/2006)
9. Гласник/ Buletini Државен завод за индустриска сопственот Бр./Nr. 5/2020 - 31/05/2020.
10. Гласник/ Buletini, Државен завод за индустриска сопственот, Бр./Nr. 7/2020 - 31/07/2020.
11. Група автори, Индустриска сопственост Домашна и меѓународна пракса, Правен факултет Јустинијан Први, Скопје 2004
12. Група автори, Индустриска сопственост Меѓународни конвенции и договори, Правен факултет Јустинијан Први, Скопје 2004,

13. Група автори, Право на индустриска сопственост-Избор на текстови, Скопје 2003,
14. Дабовиќ-Анастасовска Јадранка, Коевски Горан, Пепељугоски Валентин, Гавриловиќ Ненад, Договори на автономната трговска практика – со правни извори. Скопје 2012
15. Дабовиќ-Анастасовска Јадранка, Пепељугоски Валентин, Право на интелектуална сопственост, Правен Факултет Јустинијан Први Скопје, Скопје 2008
16. Договорот за трговските аспекти на правата на интелектуалната сопственост -ТРИПС.
17. Закон за индустриска сопственост (Службен весник бр.21/2009, 24/2011, 12/2014, 41/2014, 152/2015, 53/2016 и 83/2018 и „Службен весник на Република Северна Македонија“ бр. 31/2020),
18. Извештај за работата на Државниот завод за индустриска сопственост за 2019 година, март 2020 година
19. Правила за користење на сертификатна трговска марка (општ акт), ПАКОМАК ДОО Скопје
20. Правилник за користење сертификатна трговска марка „Беласица планински производ“ донесен од Советот на Општина Струмица на 11.04.2019 година.
21. Симјановски Симчо, Трговска марка-Апсолутни и релативни причини за одбивање на пријавата за трговската марка, Државен завод за индустриска сопственост, Скопје, 2009
22. Синиша Варга, Појам и предмет жига с посебним освртом на законску терминологију, Гласник права, год.1, бр.1 (2010)
23. Создавање марка: Вовед во трговски марки за мали и средни претпријатија, Публикација на бр. 900 WIPO
24. Тајните на интелектуалната сопственост, Водич за мали и средни извозници – Македонија, 2011 WIPO
25. Тодорова Софија, Трговската марка-ефикасна алатка во унапредувањето на бизнисите, Годишник на Правниот факултет Јустинијан Први – Скопје том 42, Скопје 2006