

Jak małe i średnie przedsiębiorstwa powinny zarządzać własnością intelektualną (IP)

Światowa Organizacja Własności Intelektualnej (WIPO) wskazuje na dziesięć głównych trendów w strategii biznesowej dotyczącej własności przemysłowej, których zastosowanie może przynieść MŚP wiele korzyści, takich jak przewidywanie zmian zachodzących na rynku, uzyskanie przewagi konkurencyjnej czy skuteczną walkę z konkurencją.

MAGDALENA JEZIERSKA-ZIĘBA
MALGORZATA GZIŃSKA

W czasach postępującej globalizacji oraz integracji poszczególnych rynków to wiedza i zarządzanie wiedzą są podstawowymi wyznacznikami dalszego rozwoju przedsiębiorstw.

Dane polskiego Urzędu Patentowego mówią, że Polacy dokonują coraz więcej zgłoszeń patentowych, jednak to wciąż słaby wynik w porównaniu ze Stanami Zjednoczonymi, Japonią, Chinami, Rosją czy krajami europejskimi.

Jak wynika ze statystyki Europejskiego Urzędu Patentowego (EPO), Polska znajduje się na 25 miejscu pod względem liczby wynalazków zgłoszonych do ochrony, notując 19,7 procentowy wzrost zgłoszeń w porównaniu z rokiem 2017. Mimo tego pozytywnego trendu większość małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) nie wykorzystuje systemu własności intelektualnej (IP) w swojej działalności. Wśród przyczyn takiego stanu rzeczy można wymienić brak świadomości odnośnie zasad działania systemu IP i jego przydatności, co wynika z braku łatwo dostępnych szkoleń z zakresu IP. Ponadto, system IP często jest postrzegany jako zbyt skomplikowany i kosztowny, a za-

tem przewyższający możliwości finansowe i logistyczne MŚP.

Jak zapobiegać efektowi gapowicza

Zagadnienie „gapowicza” (ang. *freeriding*) odnoszone jest do efektywności przemieszczenia (alokacji) zasobów na rynkach dóbr, które cechują się bardzo wysokimi kosztami wyłączenia (wykluczenia) kogoś z ich konsumpcji. Przy czym, „gapowiczem” jest taki podmiot, który korzysta z dóbr lub usług w stopniu przewyższającym jego udział w kosztach ich wytworzenia. W gospodarce opartej na wiedzy aktywa własności intelektualnej są cennymi i elastycznymi kluczowymi zasobami dla tworzenia i utrzymywania konkurencyjności przedsiębiorstw. W odniesieniu do IP, „gapowiczem” będzie podmiot korzystający z cudzych niechronionych aktywów IP np. nieopatentowanych wynalazków bez ponoszenia żadnych kosztów. System ochrony IP daje wyłączność na komercyjne stosowanie danego IP przez osoby uprawnione (np. ochrona patentowa na wynalazek, prawo ochronne na wzór użytkowy, prawo z rejestracji wzoru przemysłowego) lub za ich zgodą (licencjonowanie), co zapobiega efektowi gapowicza.

System IP zapewnia konkurencyjność

W czasach postępującej globalizacji oraz integracji poszczególnych rynków

to wiedza i zarządzanie wiedzą są podstawowymi wyznacznikami dalszego rozwoju przedsiębiorstw. W erze informatyzacji możliwe jest w stosunkowo krótkim czasie, bez ponoszenia nieproporcjonalnie wysokich nakładów finansowych, przekształcenie się lokalnych przedsiębiorstw w te globalnie działające. Przy czym taka sytuacja wymaga szerszego spojrzenia na pojęcie przewagi konkurencyjnej. W tym kontekście zarządzanie własnością intelektualną (IP) w przedsiębiorstwie może zapewnić najwyższą siłę w tworzeniu globalnie konkurencyjnego MŚP. Dzięki odpowiedniemu zarządzaniu portfelem IP przedsiębiorstwo może uzyskać długoterminową przewagę konkurencyjną na rynku lokalnym lub globalnym. Przy czym, wszystkie niezbędne narzędzia do zarządzania takimi wartościami niematerialnymi zapewnia system IP.

IP determinuje wartość rynkową firmy

Kapitał intelektualny stanowi najcenniejsze aktywa firmy. Gospodarka XXI wieku to bez wątpienia gospodarka oparta na wiedzy. Przedsiębiorstwa, które świadomie pozyskują wiedzę i inwestują w jej rozwój, osiągają przewagę konkurencyjną na rynku. Natomiast sama wartość rynkowa każdego przedsiębiorstwa, w tym MŚP, coraz bardziej zdeterminowana jest przez jego portfolio i optymalne wykorzystanie aktywów IP.

dokończenie na >D4



TEKSTY Z DODATKU DOSTĘPNE

w wersji
elektronicznej
na:

rp.pl/prawo



Kapitał intelektualny
stanowi najcenniejsze
aktywa firmy



NAPISZ DO NAS

Jerzy Kowalski
redaktor prowadzący
j.kowalski@rp.pl

Jak małe i średnie przedsiębiorstwa powinny zarządzać własnością intelektualną (IP)

dokończenie z D1

Przedsiębiorstwa wciąż poszukują efektywnych, innowacyjnych sposobów zarządzania mogących zwiększyć ich pozycję konkurencyjną, nie ograniczając się tylko do zasobów materialnych, ale przede wszystkim skupiając uwagę na zasobach niematerialnych, tj. na wiedzy, umiejętnościach, kompetencjach oraz doświadczeniu.

Zarządzanie IP w oparciu o cele korporacyjne

Podobnie jak w przypadku innych aktywów korporacyjnych, aktywa IP muszą być zarządzane w celu uzyskania optymalnych wyników w oparciu o cele korporacyjne.

Wdrożenie programu zarządzania IP wymaga:

- Kompleksowej perspektywy biznesowej różnych rodzajów aktywów/praw własności intelektualnej i ich wzajemnych powiązań.
- Perspektywy te powinny napędzać podstawową strategię biznesową, ukierunkowaną na konkretne markery handlowe.
- Całkowita integracja celów i obiektów własności intelektualnej w całej organizacji; w przeciwnym razie nie można uzyskać najlepszych wyników biznesowych z zasobów IP.

Budowanie przewag konkurencyjnych

Dbając o uzyskiwanie chronionego IP MŚP zyskuje zarówno kluczowe przewagi konkurencyjne, jak i podstawową wartość firmy.

Głównymi sposobami budowy przewag konkurencyjnych są: przywództwo w zakresie innowacji, marka producenta, unikalność produktów i technologii chroniona patentami, jakość

produktów chroniona atestami, gwarancjami, powiązania kooperacyjne (dobór kontrahentów). Często występująca i specyficzna dla tego sektora bariera kreowania przewag konkurencyjnych jest inercja sektora, uniemożliwiająca jego dostosowanie się do dynamicznych zmian technologicznych (np. przestarzałe technologie, wysoki koszt zmiany, brak kapitału, brak spełnienia odpowiednich wymogów i standardów w zakresie technologii, produktów, wymogów proekologicznych). Wysokie bariery wejścia z sektora tworzą problemy ekonomiczne i społeczne związane z zamykaniem przedsiębiorstw i powiązanych kooperacyjnie partnerów.

Tajemnice handlowe mogą być tak samo skuteczne, jak patenty na ochronę nowych technologii i procesów, zwłaszcza w szybko rozwijających się obszarach zaawansowanych technologii.

Zasady dbania o własne i cudze IP

Główne zagrożenie dla własności intelektualnej MŚP może wynikać z informacji zawartych na jego stronie internetowej, ponieważ Internet może zapewnić łatwy dostęp dla pozbawionej skrupułów osoby do kopiowania marek, wzorów i materiałów chronionych prawem autorskim oraz do kradzieży tajemnic handlowych. Należy zachować pewną „nieufność” wobec pracowników, kontrahentów czy partnerów biznesowych poprzez zawieranie umów o zachowaniu poufności w zakresie omawianych nowych technologii czy wyrobów. Również MŚP powinny dbać o to, aby nie na ruszać praw osób trzecich przez często nieświadome zastosowanie rozwiązań będących pod ochroną na rzecz innych przedsiębiorców. W każdym takim przypadku trzeba przeprowadzić poszukiwanie w bazach przedmiotów chronionych na danym

ZDANIEM AUTOREK

dr inż. **Magdalena Jezierska-Zięba**

rzecznik patentowy,
partner w kancelarii
KONDRAT i Partnerzy



Małgorzata Gizińska

aplikantka rzeźnikowska
w kancelarii KONDRAT
i Partnerzy



Wszyscy pracownicy powinni być w pełni świadomi znaczenia ochrony i korzystania z aktywów IP na rzecz MŚP. Przejrzysty system zarządzania IP znacząco wpływa na zwiększenie wiarygodności MŚP jako partnera w kontaktach biznesowych. Ponadto sprawny system komercjalizacji oraz licencjonowania IP znacząco ułatwia pozyskiwanie środków publicznych przez MŚP na działalność badawczo-rozwojową. Natomiast brak odpowiedniego planowania w zakresie IP może pozwolić konkurentom na uzyskanie konkurencyjnej, długoterminowej przewagi, która jest nie do nadrobienia. Dlatego implementacja

spójnego systemu zarządzania własnością intelektualną jest tak ważna dla przyszłości przedsiębiorstwa. Wdrożenie programu zarządzania IP wymaga kompleksowej perspektywy biznesowej różnych rodzajów aktywów w tym praw własności intelektualnej i ich wzajemnych powiązań. Perspektywy te powinny napędzać podstawową strategię biznesową MŚP, ukierunkowaną na konkretne wskaźniki handlowe. Jedynie całkowita integracja celów i przedmiotów własności intelektualnej w całej organizacji pozwoli na uzyskanie najlepszych wyników biznesowych opartych na zasobach IP.

terytorium, gdzie produkt lub technologia będą stosowane, aby ocenić czy są to rozwiązania wolne do stosowania, czyli stanowiące stan techniki.

Jakie przywileje

IP w ręku MŚP to znacznie więcej niż miecz lub tarcza w sporze sądowym o ustanowienie wyłącznych praw do komercjalizacji określonych technologii. Mając chronione IP przedsiębiorca może w sposób wyłączny stosować swoje rozwiązania. W przypadku powzięcia wiedzy o naruszeniu tego prawa przez inną osobę, może on skutecznie dochodzić swoich praw przed sądem. Może żądać odszkodowania z tytułu niemałżeństwa uzyskanych korzyści bądź w ramach ugody, udzielić li-

cencji na korzystanie z danego rozwiązania.

Korzyści finansowe i podatkowe

W Polsce przedsiębiorca może skorzystać z ulgi badawczo-rozwojowej, pod warunkiem poniesienia przez przedsiębiorcę w ciągu roku kosztów związanych z działalnością badawczo-rozwojową tzw. kosztów kwalifikowanych. Ulga polega na tym, że koszty te ulegają podwojeniu, w związku z czym kwota opodatkowana jest odpowiednio niższa.

Ponadto, przedsiębiorca ponoszący wydatki na działalność badawczo-rozwojową oraz posiadający kwalifikowane IP może skorzystać z ulgi IP BOX, polegającej na obniżeniu

” IP może stanowić zabezpieczenie pożyczki lub kredytu, może też dodawać wartość bilansową poprzez jego ubezpieczenie

podatku do 5 proc. od dochodów z komercjalizacji kwalifikowanych praw własności intelektualnej (sprzedaży, licencjonowania lub udostępniania rozwiązań chronionych patentami, wzorami przemysłowymi i użytkowymi czy autorskimi prawami do oprogramowania).

IP może stanowić zabezpieczenie pożyczki lub kredytu, może też dodawać wartość bilansową poprzez jego ubezpieczenie.

DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA

Przykłady skutecznego zarządzania systemem IP

Dobrym przykładem odpowiedniego wykorzystania IP jest historia rozwoju przedsiębiorstwa Phenicoptere Sp. z o.o., które w 2012 roku zaczęło swoją działalność jako startup prezentując Glove – rękawicę, dzięki której przy pomocy wody można zmyć każdy nawet najmniejszy makijaż. Przed wprowadzeniem produktu na rynek twórcy dokonali zgłoszenia patentowego (P.403173), co zapewniło ochronę tego innowacyjnego rozwiązania przed „efektem gapowicza” oraz czas potrzebny na wypromowanie nowej, nieznanego dotychczas marki na rynku krajowym, europejskim oraz ogólnoświatowym. Firma nie posiadała własnych zasobów do potwierdzenia bezpieczeństwa produktu. Produkt został pozytywnie zweryfikowany jako całkowicie zdrowy dla skóry na Wydziale Chemii Uniwersytetu Warszawskiego i w Specjalistycznym Laboratorium Badawczym „SkinLab”, co stanowi przykład Outsourcingu. Dzięki ochronie patentowej marka Glove miała czas na uzyskanie przewagi konkurencyjnej oraz pozyskanie potencjalnych partnerów biznesowych (inwestorów, dystrybutorów). Obecnie produkty są sprzedawane w 60 krajach na całym świecie.

Z kolei przykładem skutecznej franczyzy jest sieć polskich burgerowni Bobby Burger. Ta polska marka powstała w 2012 i obecnie liczy prawie 40 lokali w całej Polsce, z których większość stanowią lokale franczyzowe. Właściciele marki Bobby Burger posiadają dwa zarejestrowane znaki towarowe Bobby Burger (R.271074; R.258666), a w ramach współpracy oferują m.in. prawo do działania pod marką, dostęp do receptur, wsparcie operacyjne i dostęp do materiałów marketingowych. Tym sposobem tworzone są nowe sojusze marketingowe zapewniające strategiczny rozwój marki, a w szczególności wspólną kampanię marketingową. ■

Łatwość dysponowania prawami IP

Prawa własności intelektualnej ułatwiają:

- outsourcing projektowania, rozwoju produkcji, dystrybucji i/lub marketingu, działań np. poprzez udzielenie licencji,
- zawieranie wspólnych przedsięwzięć i innych relacji strategicznych,
- zabezpieczenie inwestycji na rozpoczęcie lub rozszerzenie działalności.

Jak można wykorzystać IP

Dysponując IP przedsiębiorca ma ułatwione jego wykorzystanie przez:

- licencjonowanie technologii,
- licencjonowanie rozszerzenia marki (brand-extension),
- wspólne przedsięwzięcia i sojusze strategiczne,
- franchising w formacie biznesowym,
- outsourcing.

Dobra administracja



W KAŻDY WTOREK
tylko dla prenumeratorów



/e