

# POSLOVNA INFORMATIKA [[[ kolokvij ] drugi] prvi dio];

**Poslovni plan** - od ideje do cilja treba sve složiti u poslovni plan -> upotrijebiti stručnosti i biti odgovorni i raditi

-> može se prodati i ideja, onda nema stavki stručnosti, odgovornosti rada, s tim da takva prodaja ne može donijeti toliko novca koliko donese realizirana ideja

-> treba definirati ciljeve

Treba imati ideju/ideje na jednom mjestu (ne: u glavi!), analizirane ideje (ne: ad hoc!), pisanu formu (ne: pričam ti priču!), mjerljiv napredak (jer je zapisano!)



Sve zajedno čini plan, što pomaže u pronalasku onih koji će vas financirati, jer je plan bolji od samo usmenog izlaganja, ulagaču je sigurnije ako ima nešto konkretno.

Poslovni plan ima ideje na jednom mjestu te ideje su analizirane i kako je u pisanoj formi napredak je mjerljiv.

**Strategija** - Pojam "strategija" je preuzet iz vojne terminologije, a pod njim se podrazumijeva VOĐENJE VOJSKE, ali i postojanje odgovarajućeg PRAVCA AKCIJE, prema kojemu su usmjerene odgovarajuće aktivnosti.

Strategija je skup smjernica za upravljanje koji detaljno opisuje:

- položaj tvrtke na tržištu,
- pravce u kojima tvrtka nastoji rasti i razvijati se,
- instrumente koje će koristiti u konkurentskoj borbi,
- sredstva s kojima će nastupati na novim tržištima,
- način na koji će oblikovati svoja sredstva,
- moć koju će pokušati iskoristiti
- svoje slabosti koje će nastojati prevladati



koncept poslovanja: strategija -> taktika -> operativa

**Misija** je najvažniji element strateškog managementa!

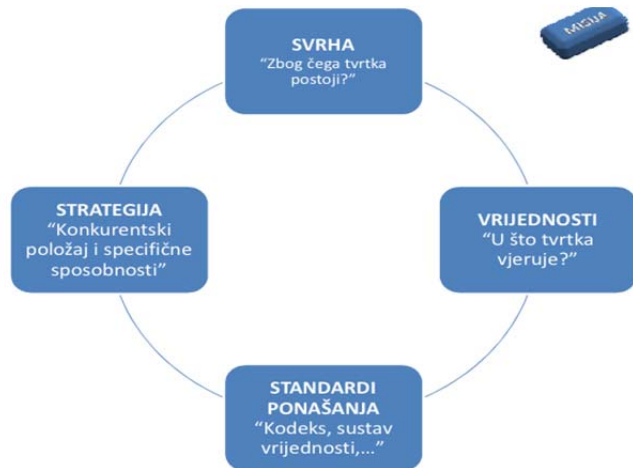
Ona definira:

- Što je predmet poslovanja tvrtke?
- Tko su klijenti tvrtke i koje su vrijednosti do kojih je njima stalo?
- Koja je poslovna filozofija tvrtke?
- Koje su kompetitivne prednosti tvrtke?
- Kako će se poslovanje tvrtke razviti u budućnosti?

Misija:

- predstavlja vodič za strateško planiranje
- definira svrhu poslovnih operacija/aktivnosti tvrtke
- određuje zajedničku svrhu nadilazeći pojedinačne potrebe
- promovira smisao zajedničkih očekivanja na svim razinama zaposlenih, izgrađujući zajedničke vrijednosti i jaku organizacijsku kulturu
- daje smjernice stilovima vođenja

## Sadržaj misije (**Ashridgeov model**):



Efikasna izjava o misiji	
✓ Tržišno orijentirana	
✓ Realna i provediva	
✓ Motivirajuća	
✓ Specifična	
✓ Fleksibilna	
✓ Jasna	

FF1802 Poslovna informacija FF18, 2018/19. Istraživači: Štipe Giler 140

**Vizija** predstavlja poželjnu sliku budućeg stanja organizacije/tvrkte. Ono što forma želi biti. Ona daje sliku u budućnosti pa je zato važno da svaka organizacija ima sliku koja pokazuje koje mjesto očekuje u budućnosti.

Nova vizija može stimulirati misiju i ciljeve na pozitivan način.

Možda postoje strateške mogućnosti za iskorištavanje novih razvojnih područja, koja prelaze postojeće tržišne barijere i organizacijske resurse.

Vizija predstavlja izazov za sve razine managementa, bez krutosti prihvaćene misije i ciljeva..

## Strateški, dugoročni ciljevi

Rezultati i performanse koji se očekuju od provođenja određenih strategija. To su ciljevi koje tvrtka namjerava postići efikasno formuliranim i implementiranim strategijama u periodu od par godina.

Područja za strateške ciljeve: profitabilnost, produktivnost, konkurentski položaj, razvoj zaposlenih, odnosi među zaposlenima, tehnološko vodstvo, društvena odgovornost.

Značajke dugoročnih ciljeva: jasni i razumljivi, prihvatljivi, fleksibilni, mjerljivi, izazovni, ostvarivi.

## Misija i vizija

Vizija ne može bez misije, a ni misija bez vizije.

*Vizija bez misije -> šarena laža*

*Misija bez vizije -> ropska muka*

## SWOT analiza

Metoda naših predaka. Analizira: snage, slabosti, prilike i opasnosti. (eng. **S**trengths, **W**eaknesses, **O**pportunities, and **T**hreats).



SWOT analiza obuhvaća i integrira segmente neophodne u svakom strateškom istraživanju okoline:

- Analizu vanjske okoline i strateških prilika ili šansi i prijetnji za organizaciju,
- odnosno konkurentskog položaja organizacije i analizu organizacijskih sposobnosti, strateških snaga i slabosti organizacije, tj. njezine konkurentske sposobnosti.

SWOT analiza je alat managementa za dobivanje relevantnih informacija organizacije o samoj sebi i okolini u kojoj djeluje sada i u budućnosti sa svrhom utvrđivanja strateških prilika i prijetnji u okolini i vlastitih strateških snaga i slabosti.

Temelji se na pretpostavci da će organizacija postići najveći strateški uspjeh maksimiziranjem vlastitih snaga i prilika u okolini uz istodobno minimiziranje prijetnji i slabosti, odnosno najboljom upotrebom unutarnjih snaga u korištenju prilika u okolini.

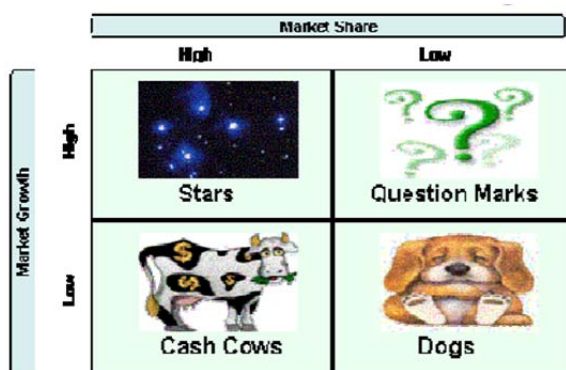
Unutarnje snage i slabosti treba promatrati u kontekstu vanjskih prilika i prijetnji i obrnuto. Na temelju svih razloga se donosi odluka, ono na što utječu tvrtke i okolina, što je od toga pozitivno i negativno te na kraju vidimo ukupno.

*Primjer s sata (e-Katastar):*

	pozitivno	negativno
MI	Znamo kako, čime	Nemamo puno novca
tržište	Naručitelj: da	Konkurencija jaka vrijeme kratko

*(vrlo vjerojatno će biti potrebno napraviti svoj primjer u kolokviju)*

## BCG matrica proizvoda



Matrica industrijskog rasta i tržišnog udjela donosi pomoć u strateškom odlučivanju.

Svaki dio na matrici predstavlja veličinu posla, a pozicija na matrici govori o potencijalnom uspjehu posla.

Dijele se na temelju tri parametra:

relativni tržišni udio – poslovna snaga i konkurentna sposobnost, (os x)

tržišni rast – privlačnost neke djelatnosti i tržišta (os y)

veličina ostvarene prodaje (krugovi koji se crtaju u ovim kvadraticima)

**Krave muzare** - (lideri na zrelih tržištima)- lideri su na tržištima koji donose velike količine novca, ali nije ih moguće reinvestirati

Karakteristike: jaka konkurentna pozicija, stvaraju velike iznose novca, izvori kapitala za proizvode u rastu, zadržavanje tržišnog udjela. Slabe "muzare" prvi su kandidati za strategiju "žetve" i eventualno napuštanje kad industrija postane neatraktivna

**Zvijezde** (lideri u rastućim tržištima) - imaju izniman potencijal i izniman profit, a s financijskog su aspekta samostalne jer iz vlastitih izvora financiraju razvoj

Karakteristike: visoka stopa rasta na tržištu i veliki relativni tržišni udio, proizvodi u rastu, velik potencijal i vrlo visoki profiti, skroman financijski tijek.

S financijskog aspekta oni su samostalni jer iz vlastitih izvora financiraju svoj razvoj.

**Upitnici** (Sljedbenici na rastućim tržištima) - proizvodi u koje tvrtka treba ulagati i njihov je položaj upitan.

Karakteristike: visoka stopa rasta (brzorastuće tržište) i slaba relativna konkurentna pozicija (mali tržišni udio); proizvodi u uvođenju; veliki potencijal, ali i potreba za novcem kako bi držali korak s konkurencijom.

2 strateške mogućnosti:

(1) agresivna strategija rasta i ostvarenje tržišnog udjela ili

(2) napuštanje kada su troškovi agresivne strategije jačanja tržišnog položaja veći od potencijalne isplativosti

**Psi** (sljedbenici na zrelih tržištima) - proizvodi u kategorij psa nemaju tržišni udio, niti je sama industrija perspektivna.

Karakteristike: niska stopa rasta i slaba relativna konkurentna pozicija, slaba profitabilnost – mala vjerojatnost da će ikada postati izvor novca, proizvodi u opadanju, mali financijski tijek, ne donose niti troše velike količine novčanih sredstava, nisu u stanju stvoriti sredstva za provedbu defanzivne strategije "održaj što imaš".

Rješenje je gašenje takvih poslova.

Kvadranti krave muzare i zvijezde bolja su solucija od kvadranta psi i upitnici. Nalazi li se npr. proizvod u kvadrantu krave muzare, možemo reći da je na spororastućem tržištu, ali da ima velik udio te stoga ne zahtijeva mnogo ulaganja za održavanje položaja, a novac s tog tržišta može se preusmjeriti na npr. proizvode ili usluge u kvadrantu zvijezde. Takvi proizvodi također imaju vodeći položaj, ali nalaze se na brzorastućem tržištu pa je potrebno kontinuirano ulaganje.

## Faze životnog ciklusa PROIZVODA (PLC):

Predkomercijalizacija -> Uvođenje -> Rast -> Dozrijevanje -> pad

## temeljne strategije TVRTKE:

Inovativna -> Infiltracija -> Napredovanje -> Obrambena -> napuštanje

## Pravna osobnost trgovačkoga društva

Trgovačko društvo svojstvo pravne osobe stječe upisom utrgovački registar.

Trgovačko društvo gubi svojstvo pravne osobe brisanjem toga društva iz trgovačkog registra.

## Firma

### ✓ dioničko društvo – d.d.

- trgovačko društvo i pravna osoba kod kojeg je kapital društva podijeljen na jednake dijelove zvan dionice.
- minimalni temeljni kapital iznosi 200 000 kuna (Zakon o trgovačkim društvima NN 111/99, 34/99, 121/99.)
- temeljni kapital društva podijeljen na vrijednosno jednake dijelove, tako da su sve dionice iste vrijednosti.
- dioničari garantiraju za poslovanje društva samo do iznosa vrijednosti vlastitih dionica.

### ✓ društvo s ograničenom odgovornošću – d.o.o.

- Društvo s ograničenom odgovornošću je trgovačko društvo u koje jedna ili više pravnih ili fizičkih osoba ulažu temeljne uloge s kojima sudjeluju u unaprijed dogovorenom temeljnom kapitalu.
- Temeljni ulazi ne moraju biti jednaki
- Poslovni udjeli se ne mogu izraziti u vrijednosnim papirima.
- Članovi ne odgovaraju za obveze društva.
- Minimalan temeljni kapital za osnivanje društva s ograničenom odgovornošću je 20.000 **kuna**, a najmanji iznos temeljnog uloga je 200 kuna.
- Udjelima se ne trguje na burzi

### Komanditno društvo – k.d.

- trgovačko društvo u koje se udružuju dvije ili više osoba radi trajnog obavljanja djelatnosti pod zajedničkom tvrtkom
- najmanje jedna odgovara za obveze društva neograničeno i solidarno cijelom svojom imovinom (komplementar), a najmanje jedna odgovara za obveze društva samo do iznosa određenog imovinskog uloga u društvu (komanditor)

### Javno komanditno društvo – j.k.d.

- trgovačko društvo u koje se udružuju dvije **fizičke** ili **pravne osobe** ili više njih zbog trajnog obavljanja djelatnosti pod zajedničkom **tvrtkom**
- svaki član društva odgovara vjerovnicima društva osobno i neograničeno solidarno cijelom svojom imovinom

### Udruga građana

- obavlja djelatnost poradi ostvarenja dobiti
- ili su neprofitne (nije cilj NEPROFITABILNOST, nego financiranje programa i projekata a ne ostvarenje dobiti)

**Obrtnik** - Fizička osoba koja samostalno obavlja gospodarske djelatnosti sa svrhom postizanja dobiti.

**Trgovac pojedinac** je fizička osoba koja samostalno obavlja gospodarsku djelatnost u skladu s propisima o obrtu i upisana je u trgovačkom registru kao trgovac pojedinac.

(Fizička osoba koja posluje u skladu s propisima o obrtu može tražiti da se upiše u trgovački registar kao trgovac pojedinac ako njen godišnji prihod prelazi u valuti RH izraženu protuvrijednost od 250.000 EUR... blablabla).

### Klasifikacija tvrtki

- ✓ **MALI** ne prelaze dva uvjeta
  - aktiva 32.500.000,00 kuna
  - prihod 65.000.000,00 kuna
  - broj radnika 50
- ✓ **SREDNJI** prelaze dva prethodna uvjeta ali ne prelaze dva od sljedećih
  - aktiva 130.000.000,00 kuna
  - prihod 260.000.000,00 kuna
  - broj radnika 250
- ✓ **VELIKI** poduzetnici su oni koji prelaze dva uvjeta iz prethodnog stavka

### Slijedi Hrvatska...

... i hrpetina slajdova o stanju u našoj državi. Totalno mi nema smisla učiti ovakve stvari za ovakav predmet, ali slajdova ima previše... Izdvojia sam ono što mi se čini relativno važno. Preporučam pročitati jedan-dva puta...

### Položaj gospodarstva Hrvatske u 2010.

Preko 300 tisuća ljudi bez posla

- Pokrivenost uvoza izvozom u Sloveniji je 80%, a u Hrvatskoj tek 40% ili 50%
- Hrvatski deficit je među najvećima u regiji
- Veći BDP po glavi stanovnika od 11 zemalja u regiji.
- Nominalna prosječna plaća u Hrvatskoj od **cca 700 EUR**
- viša nego u drugim exYU državama, Bugarskoj, Albaniji,...
- visoki troškovi života
- niska produktivnost rada
- Prosječna bruto satnica iznosi 42,39 kuna
- Smanjenje satnice i u Hrvatskoj i u Europi
- Višak radne snage na tržištu

### Hrvatska u 21. stoljeću:

- Strategija zasnovana na tri stupa:
  - razvoj vlastitog znanja
  - povećanje vlastitog know-how i
  - razvoj kreativnosti stručnog i rukovodećeg osoblja kroz odgovarajuće poslovno i akademsko obrazovanje

### ICT-strategija RH za 21. stoljeće:

- Snaga ICT sektora RH:
  - sposobnost apstraktnog razmišljanja i maštovitost hrvatskih inženjera koji su važni za proizvode i usluge iz domene ICT
  - nekoliko sveučilišnih znanstveno-nastavnih jedinica na području elektrotehnike i računarstva koje stvaraju vrhunske stručnjake
  - nekoliko većih i veći broj manjih firmi koje njeguju inovativnost
- Slabost ICT sektora u RH:
  - nedovoljno kvalitetnog, a posebno vrhunskog, upravljačkog kadra
  - mala godišnja produkcija stručnjaka za djelatnosti u informacijskoj i komunikacijskoj tehnologiji
  - nedostatak svijesti o skromnom znanju, potpomognut krivim vrijednosnim sustavom, uz nedostatak spremnosti za promjene i kratki vijek učenja
- Mogućnosti za razvoj ICT sektora u RH:
  - stvaranje snažnog informacijsko-komunikacijskog sektora s proizvodima potrebnim razvijenoj Republici Hrvatskoj, što će rezultirati smanjenjem uvoza
  - nedovoljno razvijena regija srednje i istočne Europe s povećanim potrebama za informacijskim i komunikacijskim tehnologijama što stvara izvozne prilike;
  - nedostatak stručnjaka u cijelom svijetu usporava stvaranje novih proizvoda i usluga, što uz brzo djelovanje RH daje prigodu za razvoj i povećanje zaposlenosti.
  - povećanje efikasnosti u upravljanju i administraciji unutar raznih infrastruktura – državnih i privatnih
  - povećanje transparentnosti i demokratizacije u čitavom nizu društvenih i privatnih procesa čija je administrativna podrška danas manualna

- Prijetnje za razvoj ICT sektora u RH:
  - nerazumijevanje značenja informacijske i komunikacijske tehnologije zbog ukupnog nedostatka znanja i razvojne vizije u području ICT
  - nedovoljna digitalna pismenost donositelja odluka i socijalnim problemima uzrokovanim fokusom na zastarjele tehnologije i gospodarska područja
  - nedostatak financijske državne potpore za pokretanje novih poslova

Hrvatski endogeni potencijali IT-sektora i njegove mogućnosti stvaranja novih radnih mjesta kao i povećanje izvoza su neosporni, no trenutna razina iskorištavanja tih potencijala je nedostatna.

- U području znanosti i obrazovanja Nacionalno vijeće za konkurentnost (NVK) RH preporučuje:
  - udvostručenje broja ICT kvalificirane radne snage unutar tri godine za korištenje i razvoj novih tehnologija i
  - povećanje ulaganja u istraživanje i razvoj vezanih uz ICT

Program **e-Hrvatska** predstavlja skup aktivnosti i projekta koje se provode unutar tijela državne uprave i za čiju je koordinaciju zadužen Središnji državni ured za e-Hrvatsku sa zadatkom podizanja razine svijesti i potrebe procesa informatizacije, kako državne uprave, tako i ukupnog društva...

#### Edukacija menagera:

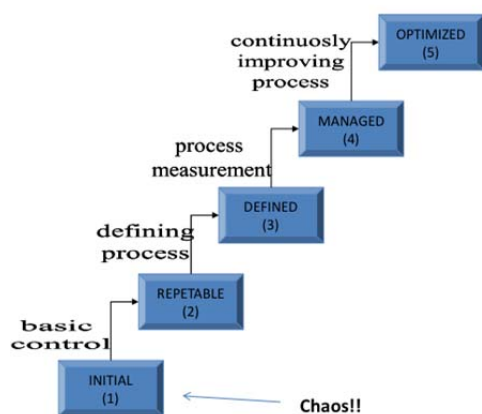
- Potrebno je školovati:
  - po jednog vrhunskog menagera sposobnog za pokretanje najsloženijih poslova na 100 zaposlenih i
  - po jednog vrlo kvalitetnog za vođenje takvih poslova na 25 zaposlenih

#### Naša realnost:

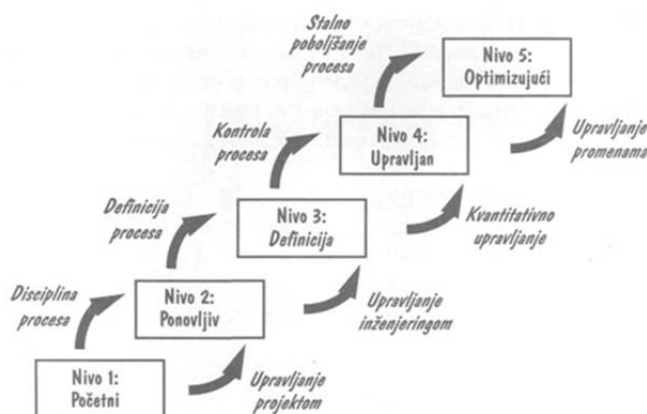
- Porast prometa ICT-tvrtki u RH za 2006. je cca 18% (u odnosu na 2005.)
  - ali više od 50% potrošeno je na HW
  - najbrže rastući segment su IT-usluga (>39% u odnosu na 2005.)
- "The Global IT Report 2006.-2007. " smješta RH na 44. mjesto od 122. promatrane države (skok s 57. mjesta u 2005.)
  - konkurentnosti zemalja u sektoru IT
  - prosječna godišnja IT-potrošnja po stanovniku
  - EU25 795\$
  - RH 175\$
- Relativni broj zaposlenih u ICT-sektoru
  - 40% prosjeka EU15
- Većina zaposlenih u ICT-sektoru
  - sa SSS
  - blago smanjenje broja zaposlenih u CT-sektoru
  - konstantan rast zaposlenih u IT-sektoru
  - godišnje diplomira 600 ICT-stručnjaka
  - u ovom trenutku (2007/2008) Hrvatskoj godišnje nedostaje:
    - najmanje 300 novih ICT stručnjaka s diplomom i barem 600 s ICT vještinama

### Stop Hrvatska! (natrag na nešto konkretno)

**CMM (Capability and Maturity Model)** – model ocjenjivanja sposobnosti tvrtki. Primjenjiv je u većim firmama, manjim može biti orijentir.



Našao na netu



Slika 1. Nivoi zrelosti definisani od strane Instituta za softversko inženjerstvo

## Projektni pristup

### ŠTO JE PROJEKT?

Vremenski ograničen skup radnji poduzet radi stvaranja jedinstvenog proizvoda (ili usluge)

- i Vi i meštari ste imali OGRANICENO vrijeme
- jedan projekt a MNOGO radnji, operacija
- jedinstven proizvod – STAN ili VINO
  - NIKAD više ista ekipa, na istom zadatku, a pogotovo ne s istim novcem i u istom vremenu

### PROJEKT & OPERACIJA

Operacije su:

- neprekidne
- mogu se ponavljati
- svrha im je podupiranje i održanje poslovanja, čak i kada se ciljevi promijene

### UPRAVLJANJE PROJEKTOM

Upravljanje projektom je primjena:

- znanja
- vještina
- alata i
- tehnika u

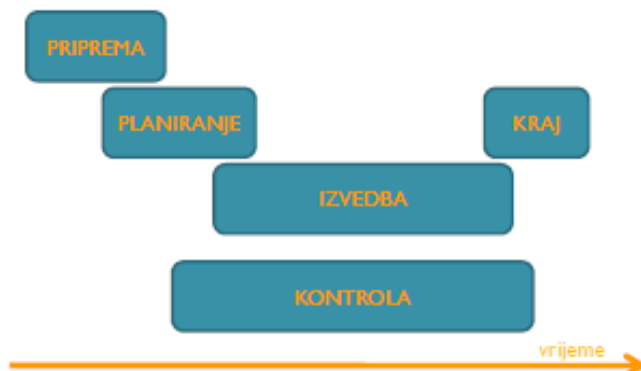
projektom aktivnostima da bi se ispunili projektni zahtjevi.



Upravljanje projektom uključuje:

- utvrđivanje zahtjeva
- postavljanje jasnih i ostvarivih ciljeva
- uspostavu ravnoteže između suprotstavljenih zahtjeva na kvalitetu, doseg, vrijeme i trošak
- prilagodbu specifikacija, planova i pristupa interesima i očekivanjima različitim zainteresiranim stranama (eng. Stakeholders).

**Grupe aktivnosti (ne FAZE projekta!) -> nisu faze zato što se preklapaju**





## STAKEHOLDERS & PROJECT (PMBOK) (Stakeholders = interesna grupa, zainteresirani)

Stakeholderi su osobe ili organizacije (npr., klijenti, sponzori, obavljajuće organizacije ili javnost), koji su aktivno uključeni u projekt ili čiji interesi mogu biti pozitivno ili negativno utjecani performansama ili završetkom projekta.

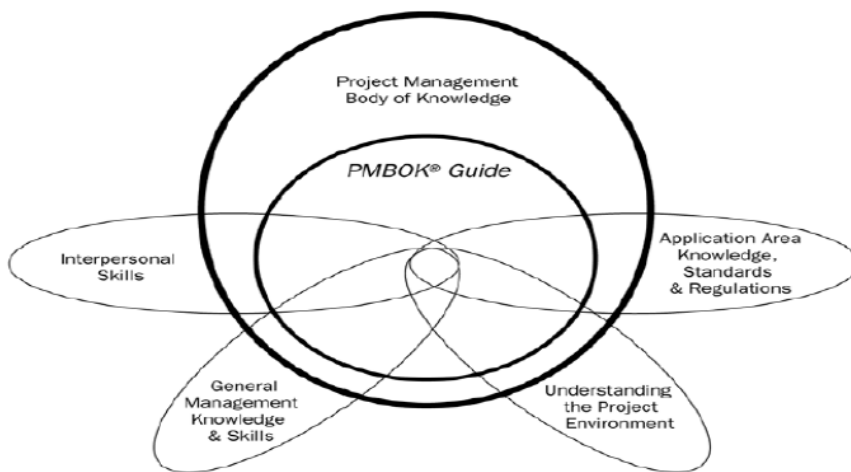
Stakeholderi također mogu utjecati na projekt, njegove isporuke i članove projektnog tima.

Tim za upravljanje projektom mora identificirati i unutarnje i vanjske Stakeholdere kako bi se utvrdilo zahtjeve projekta i očekivanja svih uključenih strana.

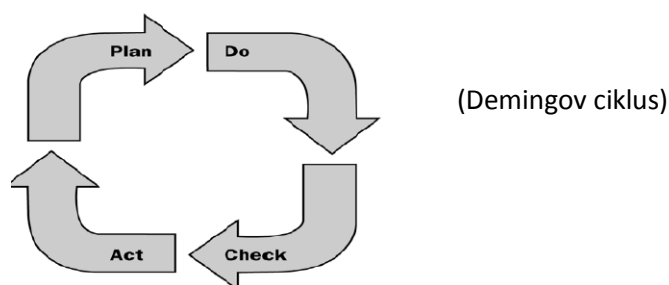
Nadalje, voditelj projekta mora upravljati utjecajem različitih dionika u vezi s projektnim zahtjevima da se osigura uspješan ishod.

*(tekst preveden sa engleskog iz prezentacije – moj je je prijevod nije Google translate pa nemajte brige ;)*

### Područja potrebna timu



### PM Procesi (PDCA-Ciklus, PMBOK)



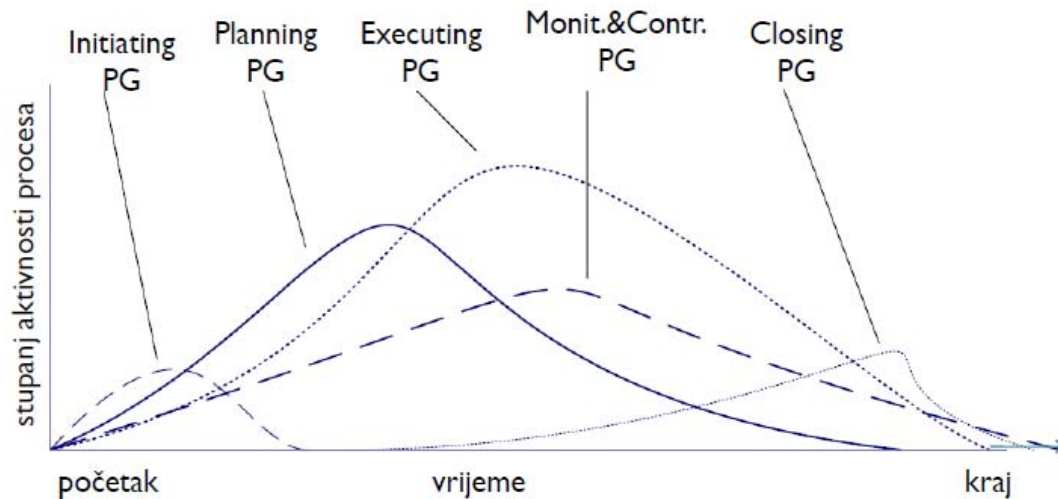
## STANDARD UPRAVLJANJA PROJEKTOM (PMBOK)

- Grupa procesa započinjanja (eng. Initiating Process Group) – definira i odobrava projekt ili fazu projekta.
- Grupa procesa planiranja (eng. Planning Process Group) – definira i istancava svrhu, planira smjer i akcije za postizanje cilja i dosega.

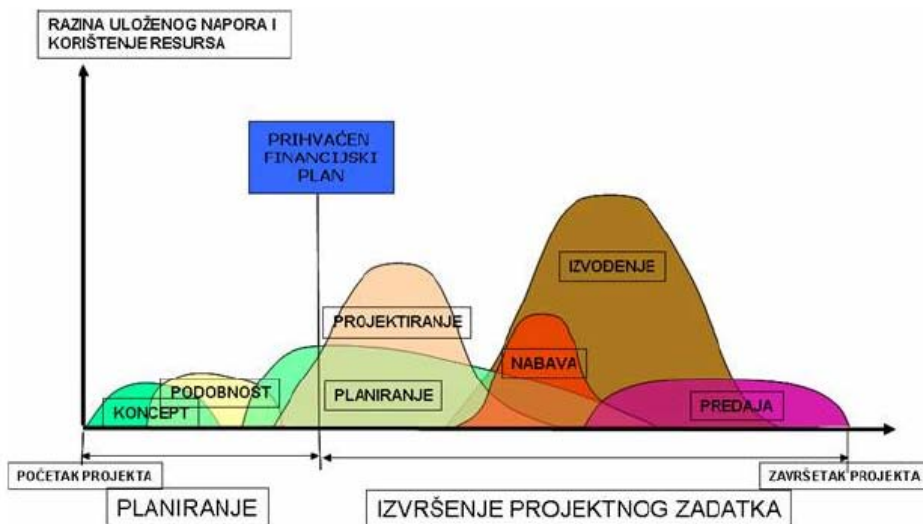


- Grupa izvršnih procesa (eng. Executing Process Group) – koordinira ljudske i druge resurse u svrhu provedbe plana
- Grupa upravljačkih procesa (eng. Monitoring and Controlling Group) – mjeri i prati napredak radi uočavanja odstupanja od plana s ciljem poduzimanja korektivnih akcija
- Grupa završnih procesa (eng. Closing Process Group) – formalizira prihvatanje proizvoda, usluge ili rezultata i dovodi do završetka projekta ili faze projekta.

### Tijek projektnih aktivnosti (PMBOK)



### Tijek projektnih aktivnosti



# Upravljanje projektom

5 grupa procesa

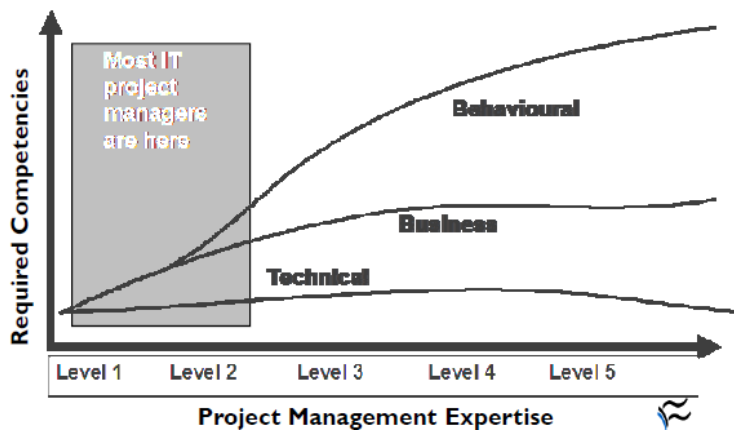
- Pripremanje, Planiranje, Izvršavanje, Kontrola i nadzor, Završavanje

9 područja

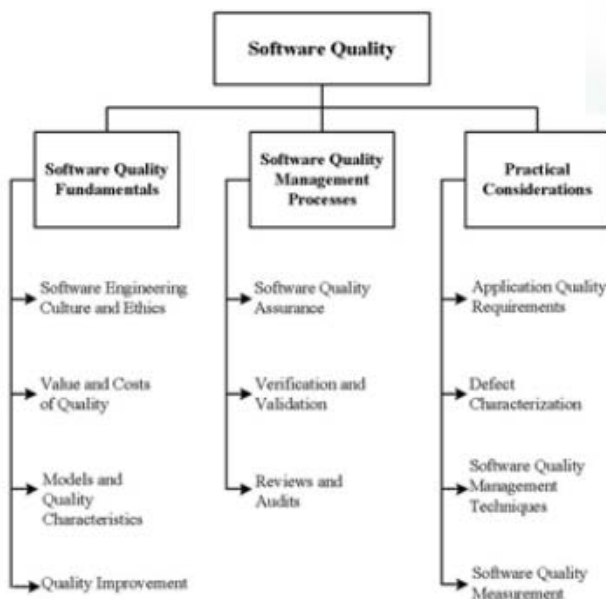
- Opseg, Vrijeme, Troškovi, Kvaliteta, Ljudski resursi, Komunikacija, Rizici, Nabava, Integracija

42 procesa

## Voditelji projekata na CMM-skali zrelosti



## KVALITETA SOFTVERA



SWEBOK Teme o Kvaliteti

## Intelektualno vlasništvo

Materijalna dobra se prepoznaju, pa je odavno uspostavljen sustav zaštite, cuvanja i skrivanja a slijedno i sustav pravne zaštite materijalnog vlasništva.

Nematerijalna dobra su proizvodi ljudskog uma i nisu tako jasno prepoznata kao materijalna dobra pa je i njihovo vrednovanje a time i zaštita (pa i pravna zaštita) slabije razvijena.

Njihova vrijednost ovisi o korištenju i o mišljenju i ocjeni drugih (a ne samog autora) pa ih se mora štititi na drugi način nego materijalna dobra.

Kako bi se zaštitila ova vrsta dobara, te na taj način potakla ljudska kreativnost koja doprinosi općem društvenom razvitku, razvijen je odgovarajući sustav pravne zaštite intelektualnog vlasništva.

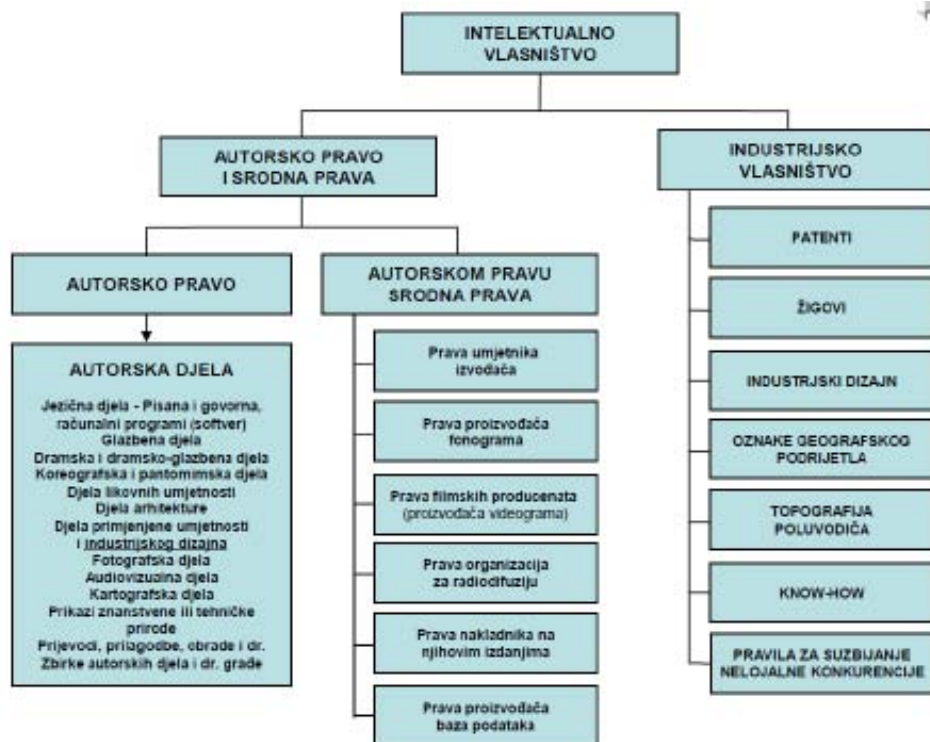
Intelektualno vlasništvo obuhvata autorsko i srodna prava, te prava industrijskog vlasništva.

**Autorsko** pravo je isključivo pravo autora na raspolaganje njihovim književnim, znanstvenim ili umjetničkim djelima, te djelima iz drugih područja stvaralaštva; srodna prava na sličan način odnose se na prava umjetnika izvođača, proizvođača fonograma i emitiranja radija i televizije;

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

Pojedine aspekte ili svojstva nekog proizvoda moguće je zaštititi kroz jedan ili više raznih oblika intelektualnog vlasništva, koji se međusobno nadopunjuju. Patentom se štiti novo rješenje nekog tehničkog problema, industrijskim dizajnom štiti se novi vanjski oblik ili izgled proizvoda, a žigom ("registered trade mark") se štiti neki znak koji služi za razlikovanje od sličnih proizvoda i/ili usluga na tržištu.

### Oblici:



## AUTORSKO PRAVO

Autori djela iz područja književnosti, znanosti i umjetnosti i drugih područja stvaralaštva imaju isključivo pravo korištenja ili odobravanja drugima korištenja svog djela. To pravo autora, kao i sustav pravnih instrumenata kojima se to pravo štiti, naziva se autorsko pravo.

Autor može zabraniti odnosno pod ugovorenim uvjetima odobriti umnožavanje, javnu izvedbu, snimanje, emitiranje, prijevod ili prilagodbu svog djela. Autori često ekonomska prava nad svojim djelima ustupaju pojedincima ili pravnim osobama koje ih mogu najbolje komercijalno iskorištavati, u zamjenu za plaćanja (tantijeme) koja ovise o korištenju djela. Međutim, moralna prava autora zauvijek ostaju u njegovom posjedu, bez obzira na to kome autor ustupi ekonomska prava.

Autorskim pravom ne štiti se ideja nego djelo koje je izražaj ideje ljudskog uma, bez obzira na vrstu ili kvalitetu izražaja. Autorsko pravo nastaje samim stvaranjem djela i, za razliku od većine drugih oblika intelektualnog vlasništva, ne podliježe nikakvom administrativnom ili registracijskom postupku.

## SRODNA PRAVA

Srodna prava odnose se na prava i sustav pravne zaštite umjetničkog izražaja, te zaštite organizacijskih, poslovnih i financijskih ulaganja u izvođenje, proizvodnju, distribuciju i radiodifuziju autorskih djela, a obuhvaćaju:

- prava umjetnika izvođača
- prava proizvođača zvučnih snimki
- prava organizacija za radiodifuziju.

### **Autorsko pravo i srodna prava**

Članak 2. Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima (ZASP):

- (1) Autorsko pravo pripada, po svojoj naravi, fizičkoj osobi koja stvori autorsko djelo.
- (2) Pravo umjetnika izvođača pripada, po svojoj naravi, fizičkoj osobi koja izvede djelo iz književnog ili umjetničkog područja ili izražaje folklor.
- (3) Nositeljem drugih srodnih prava može biti svaka fizička i pravna osoba, ako zakonom nije drukčije određeno.
- (4) Autorsko pravo i srodna prava mogu se protiv volje njihovih nositelja ograničiti samo pod pretpostavkama i na način određen zakonom.

### **Što autorsko pravo ne štiti?**

Autorsko pravo ne štiti:

- ideje, znanstvena otkrivanja, postupke, metode rada i matematičke koncepte,
- službene tekstove iz područja zakonodavstva, uprave i sudstva, kao i njihove zbirke koje su objavljene radi službenog informiranja javnosti,
- dnevne novosti i druge vijesti koje imaju karakter obične medijske informacije.

## AUTORSKO DJELO

Autorsko djelo je originalno, duhovno (intelektualno) ostvarenje iz književnog, umjetničkog i znanstvenog područja, koje ima individualni karakter i koje je na neki način izraženo.

Autorska djela jesu osobito:

- jezična djela (pisana djela, govorna djela, računalni programi),

- glazbena djela, s riječima ili bez riječi,
- dramska i dramsko-glazbena djela,
- koreografska i pantomimska djela,
- djela likovnih umjetnosti (s područja slikarstva, kiparstva i grafike), te ostala djela likovnih umjetnosti,
- djela arhitekture,
- djela primijenjenih umjetnosti i industrijskog dizajna,
- fotografska djela i djela proizvedena postupkom sličnom fotografskom,
- audiovizualna djela (kinematografska djela i djela stvorena na način sličan kinematografskom stvaranju),
- kartografska djela, prikazi znanstvene ili tehničke prirode kao što su crteži, planovi, skice, tablice i dr.

## **AUTOR**

Autor djela je fizička osoba koja je djelo stvorila. Autorom se smatra osoba čije je ime, pseudonim ili znak na uobičajen način označen na primjercima djela dok se ne dokaže suprotno.

Ako je više autora sudjelovalo u izradi djela radi se o koautorskom djelu. Ako je tako ostvareno djelo nedjeljiva cjelina, koautorima pripada zajedničko autorsko pravo na stvorenom djelu. Ako dva ili više autora sastave svoja djela radi njihovog zajedničkog korištenja, svaki od autora zadržava autorsko pravo na svojem autorskom djelu.

### **Poglavlje 8.1 Posebne odredbe za racunalne programe (ZASP)**

#### **Predmet zaštite**

##### **- Članak 107.**

Racunalni program je zaštićen kao jezično djelo po ovom Zakonu ako je izvoran u smislu da predstavlja vlastitu intelektualnu tvorevinu svog autora. Pojam racunalni program obuhvaća izražaj racunalnog programa u bilo kojem obliku uključujući i pripremni dizajnerski materijal. Ideje i nacela na kojima se zasniva bilo koji element racunalnog programa, uključujući i ona na kojima se zasnivaju njegova sučelja, nisu zaštićena autorskim pravom.

#### **Racunalni program stvoren u radnom odnosu**

##### **- Članak 108.**

Ako je racunalni program stvorio zaposlenik u izvršavanju svojih obveza ili slijedeći upute poslodavca, poslodavac je isključivo ovlašten izvršavati sva imovinska prava na tako stvorenom programu, ako ugovorom nije drugačije određeno.

## **PATENT**

Patent je pravo priznato za izum koji nudi novo rješenje nekog tehničkog problema, a obično se odnosi na određeni proizvod, postupak ili primjenu.

Patent se stječe priznanjem prava od strane ovlaštenog tijela za dodjelu tog prava (u Republici Hrvatskoj Državni zavod za intelektualno vlasništvo), na temelju ispitivanja prijave patenta koja opisuje izum.

Zaštita patentom predstavlja učinkovito poslovno sredstvo koje njegovim nositeljima (vlasnicima)

omogućuje povrat sredstava uložених u istraživanje i razvoj novih proizvoda i tehnologija, kroz monopol na upotrebu zaštićenog tehničkog rješenja tijekom trajanja patentne zaštite.

Patent osigurava vlasniku isključivo pravo na izradu, korištenje, stavljanje u promet ili prodaju izuma zaštićenog patentom, tijekom ograničenog vremenskog perioda koje ne može trajati dulje od 20 godina od datuma podnošenja prijave patenta.\*. Protekom tog vremena patent postaje javno dobro, svakom dostupno na uporabu.

Patent predstavlja vlasništvo čiju uporabu na određeno vrijeme vlasnik može dopustiti drugim osobama davanjem licencije, ili ga može u potpunosti prenijeti na druge osobe.

### **Uvjeti za patent**

Suštinski uvjeti koje neki izum mora zadovoljiti za priznanje patenta jesu:

- novost u odnosu na postojeće stanje tehnike,
- inventivna razina (tj. neociglednost) i
- industrijska primjenjivost (tj. praktična primjenjivost u industrijskom opsegu).

### **Prijava patenta**

Patent se stjece priznanjem od strane ovlaštenog tijela, na temelju ispitivanja prijave patenta koja opisuje izum. Ovlašteno tijelo može biti nacionalni ured (u Republici Hrvatskoj je to Državni zavod za intelektualno vlasništvo), ali i regionalni ured koji ispituje prijavu patenta za više zemalja neke regije (za Republiku Hrvatsku kao članicu Europske patentne organizacije to je Europski patentni ured). Patent se ostvaruje prema teritorijalnom nacelu, tj. vrijedi samo na teritoriju one države ili regije u kojoj je priznat.

Da bi ostvario patentnu zaštitu za svoj izum, prijavitelj je u postupku za priznanje patenta dužan otkriti tehničke detalje svog izuma u opsegu koji omogućuje stručnjaku iz predmetnog područja izradu ili upotrebu izuma. Takav opis izuma postaje, nakon određenog propisanog perioda tajnosti, javno dostupan svim zainteresiranima.

Drugim riječima, patentni sustav predstavlja u stvari neku vrstu razmjene u kojoj izumitelj pristaje otkriti društvu pojedinosti svog izuma, kako bi se omogućio tehnološki napredak, u zamjenu za pravo isključivog raspolaganja tijekom određenog razdoblja.

### **O patentu**

U RH imamo cca 2.000 patenata.

U svijetu je registrirano cca 80.000.000 patenata.

Vecina patenata je zaštićena LOKALNO.

Čak je i transport zaštićenog proizvoda kroz državu zaštićen.

ALI – vecina od onih 80.000.000 patenata je nezaštićeno u RH!!!!

U EU se zarađuje 7 EUR/patent godišnje a troši 13 EUR/patent godišnje < 1% patenata dođe do komercijalizacije.

Patent ima samo POTENCIJALNU vrijednost.

30% istraživanja u EU godišnje se radi samo zato što se ne pregleda baze patenata!

## Može - ne može

### Što se može patentirati

- proizvod sam po sebi
- uređaj za proizvodnju proizvoda
- postupak ili metoda za proizvodnju proizvoda
- način uporabe proizvoda
- ...

### Što se ne može patentirati

- SW
- matematičke metode
- poslovne metode
- medicinski i kirurški postupci
- otkrica
- nove vrste biljaka i životinja
- znanstvene teorije

U nekim drugim državama je drugačije – ovo vrijedi u EU.  
SW: moguće je zaštita nekih algoritama.

### Pribavljanje patentnih prava

- u USA – tko prvi izmisli, njegovo je
  - u EU – tko prvi unese u bazu patenata, njegovo je
  - u USA su prava izumitelja unesena u ustav
  - u RH je zakonodavstvo usklađeno s EU
- 18 mjeseci prođe od prijave do objave patentne prijave

### General Motors model

- Traže područje za istraživanje
- nađu partnere u akademskoj sferi
- krenu u istraživanje
- kad dođu do patenata, naprave prijave
- vlasništvo podijele u omjeru 50-50
- daljnje istraživanje uzmu kod sebe

### Baze patenata

(<http://www.dziv.hr/hr/eusluge/pretrazivanje-bazapodataka/patent/>)

30% istraživanja u EU godišnje se radi samo zato što se ne pregleda baze patenata!

## OSTALI OBLICI INDUSTRIJSKOG VLASNIŠTVA

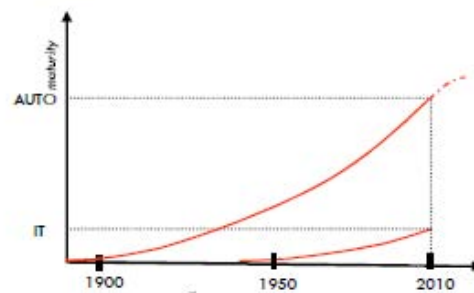
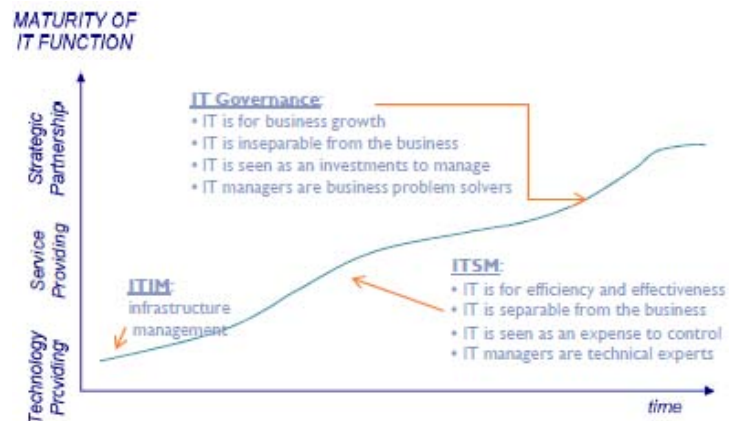
Intelektualno vlasništvo sa primjenom u industriji:

- Patenti (za izume)
- Žigovi (robni i uslužni)
- Industrijski dizajn oblicje (modeli i uzorci) – dizajn
- Oznake zemljopisnog podrijetla (proizvodi i usluge)
- Planovi rasporeda integriranih sklopova za topografiju poluvodica

Znanje i iskustvo, ne samo u tehničkom smislu, nije zaštićeno isključivim pravom. Onaj tko raspolaže sa njim određuje tajnost i ustupanje drugima – povjerljive informacije.



## IT (r)evolucija i trendovi



Trendovi u IT

- Neki ce postati svakodnevnica
- Neki ce ugasnuti

A onda ce doci novi trendovi...