

Znanja svetovno najuspešnejših menedžerjev intelektualne lastnine za slovenska podjetja in samostojne inovatorje



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT



Javni štipendijski, razvojni,
invalidski in preživninski
sklad Republike Slovenije



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI
SOCIALNI SKLAD
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

Projektno delo z gospodarstvom in negospodarstvom v lokalnem in regionalnem okolju – Po kreativni poti do znanja 2016/2017

Znanja svetovno najuspešnejših menedžerjev intelektualne lastnine za slovenska podjetja in samostojne inovatorje, šifra projekta: 11-00-2.

Sodelujoči študentki ter študentje:

1. Anja Dular
2. Šejna Malanović
3. Marko Jurman
4. Luka Bojanec
5. Iztok Močivnik
6. Rok Bevc

Ostali sodelujoči:

1. Katarina Krapež
2. Blaž Rodič
3. Ana Hafner
4. Barbara Besek
5. Dolores Modic
6. Nadja Damij



Kazalo

Povzetek	5
Executive summary	6
Teorija	7
Menedžment pravic intelektualne lastnine	7
Pravice intelektualne lastnine	8
Tabela aktivnosti	14
Metodologija.....	17
Re-analiza intervjujev s top IP menedžerji.....	19
Analiza intervjujev	19
Analiza TAD Tabele	19
Predlogi top IP managerjev.....	21
Pred in med patentiranjem.....	21
Kako ravnati z intelektualno lastnino?.....	22
Rezultati in interpretacija analize intervjujev.....	24
Uvod	24
Ideje.....	25
Patenti	26
Ostali načini zaščite intelektualne lastnine	30
Komercializacija izuma	32
Kršitve	35
Predpostavke in omejitve	39
Zunanji in notranji človeški viri	41
Interpretacija.....	42
Rezultati analize IPR TAD tabel	47
Analiza delovnih procesov	47
Opisi aktivnosti.....	53
Opisi entitet	58
Od posamičnih tabel do skupne IPR TAD tabele	58
Spletno mesto	62
Zaključek.....	63
Viri	65



Priloge.....	68
Priloga 1: Vprašalnja za intervjuje	69
Priloga 2: Specifikacija spletnega mesta	72



Povzetek

Projekt PKP "Znanja svetovno najuspešnejših menedžerjev intelektualne lastnine za slovenska podjetja in samostojne inovatorje" je potekal med 1. 3. 2017 in 31. 7. 2017 in je bil financiran s strani Ministrstva za izobraževanje, znanost in šport Republike Slovenije, Javnega štipendijskega, razvojnega, invalidskega in preživninskega sklada Republike Slovenije in Evropskega socialnega sklada Evropske unije. V projektu je sodelovalo 6 študentov FIŠ, 2 pedagoška mentorja, 2 delovni mentorici in 2 dodatna sodelavca.

Pravice intelektualne lastnine (PIL) zagotavljajo zaščito lastnih inovacij. Poznavanje lastnih in tujih PIL nadalje očrta prosto polje delovanja podjetij in posameznikov (ang. freedom to operate). Slednje je za naša mala in srednja podjetja (MSP) ter samostojne inovatorje izrazito pomembno. Za to, da podjetja lahko upravljajo procese povezane s PIL optimalno, morajo le-te dobro poznati - ob hkratnem dobrem poznavanju lastnih procesov ter delovanja in trendov v konkurenci. Zaradi tega je informacijska plat problematike, t.j. pridobivati pravilne in pravočasne informacije na način in v obsegu, ki ga je moč uporabiti v rednem poslovanju, izrazito pomembna, saj omogoča optimiziranje procesov povezanih s PIL.

Projekt je prinesel nove ideje, kako že predhodno zbrana znanja in izkušnje nekaterih izmed top PIL menedžerjev iz inovacijsko najbolj uspešnih svetovnih podjetij o procesih povezanih s pravicami intelektualne lastnine, uporabiti za slovenska mala podjetja in samostojne inovatorje ter kako prilagoditi TAD IPR model (Modic in Damij, 2016), da bo neposredno primeren za uporabo v slovenskih MSP-jih ter za samostojne inovatorje.

Za ta namen so študenti izvedli a) intervjuje z izbranimi podjetji ter samostojnimi inovatorji; b) testirali in prilagodili TAD IPR model; in c) pripravili spletno mesto za diseminacijo rezultatov.

Naslov spletne strani: <https://ipm.fis.unm.si>

Spletna stran vsebuje informacije o projektu ter izvedbi le-tega za slovensko publiko. Na spletni strani so dostopni tudi rezultati projekta ter IPR TAD tabela, uporabljena pri izvedbi projekta.

Executive summary

The goal of the project "Znanja svetovno najuspešnejših menedžerjev intelektualne lastnine za slovenska podjetja in samostojne inovatorje" is to collect and analyze the best practices of Intellectual property management, which could help Slovenian inventors to better protect their Intellectual property rights.

The project "Znanja svetovno najuspešnejših menedžerjev intelektualne lastnine za slovenska podjetja in samostojne inovatorje" took place between 1st of March 2017 and 31st of July 2017. It was financed by the Ministry of the education, science, and sport (Republic of Slovenia), »Javni štipendijski, razvojni, invalidski in preživninski sklad Republike Slovenije« and European Social Fund of the European Union. The project team consisted of 6 students of Faculty of Information Studies, 2 pedagogic mentors, 2 working mentors and 2 additional co-workers.

Intellectual property rights ensure the protection of person's or company's own innovations. Better knowledge of the IPR landscape ensures broader freedom to operate. To efficiently manage intellectual property rights, they need to have knowledge on IPRs; at the same time also taking into account core business processes needs.

During the project, we generated new ideas about processes connected to Intellectual Property Rights and their management. We have customized the TAD IPR model (Modic and Damij, 2016), so it will be directly suitable for usage by Slovenian SMS and independent inventors.

With this goal in mind, the students working on the project have completed a) interviews with the chosen companies and independent inventors; b) testing and customization of the TAD IPR model by Modic and Damij (2014) for the Slovenian context; and c) prepared the website for results' dissemination.

URL address of the (Slovenian) website: <https://ipm.fis.unm.si>

Teorija

Menedžment pravic intelektualne lastnine

V 21. stoletju ni več najvažnejše strateško premoženje podjetja fizično sredstvo kot je zemlja, stroj in tako dalje, kot je bilo to značilno za 20. stoletje. V ospredje čedalje bolj prihajajo znanje »know how« in pravice intelektualne lastnine, saj so najuspešnejša tista podjetja, ki ustvarjajo vedno novo znanje in znajo s tem znanjem tudi odgovorno upravljati (1).

Menedžment pravic intelektualne lastnine (menedžment PIL) ali po angleško Intellectual Property Rights Management (IPR management), se ukvarja z upravljanjem intelektualne lastnine (znamk, patentov, modelov, poslovnih skrivnosti ...) v podjetjih ter z načini generiranja vrednosti iz intelektualne lastnine (2). Intelektualna lastnina spada pod neopredmetena sredstva (3) v podjetju, ki so po definiciji razpoznavno nadenarna sredstva in praviloma fizično ne obstajajo. V sodobnem času dobiva intelektualna lastnina čedalje več na pomenu, saj lahko podjetje s pravilnim upravljanjem svojih PIL izboljša pozicijo svojega podjetja v razmerju s konkurenco (pri čemer lahko s patentiranjem, modeliranjem in ostalimi sredstvi omeji delovanje svoje konkurence) (2).

Intelektualna lastnina je nematerialno sredstvo v lasti posameznika ali podjetja, ki se deli na patente, znamke, modele, kakor tudi na različne portfelje. Menedžment PIL zaradi svojega »premoženja« sodeluje z raznimi ostalimi sistemi v podjetju, še posebej pa z marketingom in pravnim oddelkom (zaradi različnih sprememb v PIL-u, do katerih lahko pride po določenem času, ko je določena intelektualna pravica potekla, se spremenila, ali pa je vzrok spremembe kakšen drug pravni ali poslovni razlog) (2).

Menedžment PIL potrebuje, za lažje in bolj kakovostno delovanje, že definirano strategijo PIL, ki jo nato vključi v celotno strategijo podjetja. Glede na podano strategijo izkušen menedžment PIL izkoristi tako prednosti, ki jim ga ponuja intelektualna lastnina, kot tudi luknje in pomanjkljivosti, ki se nahajajo znotraj teh (2).

Cilji menedžmenta PIL: Vsi cilji so podobni osrednjemu cilju posameznega podjetja, ki mora prepričati kupce o dodani vrednosti svojih produktov. Za to je potrebno nuditi najboljše proizvode in

storitve. Torej je cilj podjetja ponujati vedno boljše proizvode in storitve, ki jih je potrebno posodablјati in vsake toliko ponuditi vedno nekaj novega. Pri novem pa včasih pride do novega znanja ali take oblike, ki jo je potrebno zavarovati, za kar poskrbi menedžment PIL z odločitvijo, kako naj zavaruje izdelek: s patentiranjem, modelom ali drugo intelektualno pravico, kar je v bistvu tudi glavni cilj oziroma glavna pomoč menedžmenta pravic intelektualne lastnine podjetju, saj s tem lahko zagotovi boljšo konkurenčnost, ali v nekaterih primerih celo postavi takšne meje in kriterije, da močno zmanjša in omeji tržni delež konkurenčnega podjetja. Drugi cilj, oziroma naloga menedžmenta PIL pa je uporabljanje pravic intelektualne lastnine v dobičkonosne namene, kjer s sklepanjem pogodb in prodajanjem licenc podjetje pridobi dodatni dohodek (licenčnine), v zameno za podelitev izrednih pravic drugemu podjetju. Pri tem mora podjetje paziti, da s prodajanjem pravic konkurenčnim podjetjem ne škoduje samemu sebi (2) .

Patente in druge pravice intelektualne lastnine podjetja lahko uporabljajo defenzivno, ofenzivno ali strateško. Ali z drugimi besedami: izraba intelektualne lastnine je povezana tako z neposredno komercializacijo inovacij na trgu dobrin (tj. torej prek integracije inovacije v lastno proizvodnjo dejavnost), prek nastopanja na trgu intelektualne lastnine oziroma na trgu idej (tj. prek prenosov intelektualne lastnine oziroma prenosa določenih pravic iz intelektualne lastnine na druge akterje) in do t. i. strateških izrab intelektualne lastnine (tj. za primere, kot so blokada tekmecev itd.). Pogosto viri omenjajo strateško obravnavo patentov, nekateri avtorji pa tudi patentiranje za ugled (4).

Pravice intelektualne lastnine

Pravice intelektualne lastnine so pravice dane osebam za zaščito njihovih umskih kreacij. Po navadi dajo ustvarjalcem (fizični ali pravni osebi/podjetju) izključno pravico nad uporabo njihove kreacije za določeno časovno obdobje.

Med intelektualno lastnino sodijo (5, 6):

- A. Avtorske pravice: so dane avtorjem literarnih del, umetniških del in znanosti, med katere štejemo knjige, glasbo, slike, skulpture ... Pravica zagotavlja monopol avtorja nad njegovim delom in to je zaščiteno še 70 let po njegovi smrti.
- B. Znamka: je kombinacija znakov, ki služi za razlikovanje blaga ali storitve. Znamka traja deset let od datuma vložitve prijave in se lahko poljubno mnogokrat obnovi za nova desetletna obdobja.

- C. Model: služi za varovanje videza produkta. Model traja eno ali več petletnih obdobji od datuma vložitve prijave, vendar največ 25 let. Ob plačilu ustreznih pristojbin se lahko obnavlja vsakih pet let.
- D. Patent: je izključna pravica za izum, ki vsebuje 3 lastnosti: je nov, na inventivni ravni in industrijsko uporabljen. Patent ima rok trajanja 20 let od datuma vložitve prijave in je veljaven v državah, kjer je bila za to oddana prijava. Za vzdrževanje patenta je potrebno vsako leto plačevati letne pristojbine, sicer se šteje, da je patent opuščen.
- E. Poslovna skrivnost: informacija, za katero podjetje določi, da je skrivnost. Ta lahko služi bolje kot patent v primeru, da je proizvod/storitev izjemno težko kopirati. Ena najbolj varovanih in hkrati najbolj profitabilnih poslovnih skrivnosti je recept za Coca Colo.
- F. Med intelektualno lastnino pa sodi tudi ime in logotip podjetja, ki služita za njegovo prepoznavnost na trgu.

Patenti

patènt -ènta m (ě é): 1. z zakonom zaščitená izključna pravica gospodarskega izkoriščanja novega izuma za določeno dobo: dobiti patent za nov stroj; zaščititi izum s patentom; zakon o patentih

♦ *jur. prodati patent prenesti patent in patentne pravice s kupno pogodbo*

// *listina, s katero se daje izumitelju ta pravica: izdati patent; podpisati patent*

SSKJ. Dostopno na: <https://sskj.si>.

Patent je dokument, ki ga izda vladni urad (ali regionalni urad, ki deluje za več držav) na osnovi zahteve, ki opisuje izum in ustvari pravni položaj, v katerem se lahko patentirani izum izkorišča (izdeluje, prodaja, uvaža) samo s soglasjem lastnika patenta (5, 6, 8).

Patent je obenem pravica, katere narava je izrazito negativna: imetnik patenta lahko ostalim osebam prepreči uporabo, izdelovanje ali prodajo izuma, varovanega s patentom, in sicer za določen čas (praviloma 20 let). V zameno za to "ekskluzivno zaščito" pa mora izumitelj svoj izum razkriti, kar naj javnosti omogoči, da se seznani z doseženim stanjem tehnike ter se na podlagi že doseženega nadalje tehnično/tehnološko razvija. Pogoje in postopke za pridobitev patenta v Evropi je težko



posploševati. Kljub obsežni harmonizaciji na tem področju je v nacionalnih zakonodajah še vedno opaziti razlike, ki so pač posebnost dotične države oziroma njenega pravnega sistema. Tudi ko podrobneje pogledamo mednarodne konvencije, predvsem Pogodbo o sodelovanju na področju patentov (PCT) in Evropsko patentno konvencijo (EPC), ugotovimo, da tudi med njima obstajajo bistvene neenakosti (5, 6).

Postopek za podelitev patenta se prične z vložitvijo prijave na pristojni državni organ ali mednarodni organ (npr. Mednarodni urad Svetovne organizacije za intelektualno lastnino ali Evropski patentni urad). Prijavo za vložitev patenta lahko vloži vsaka oseba (9. člen PCT) oziroma fizična ali pravna oseba (58.člen EPC), ki tako postane prijavitelj (5, 6).

Za pridobitev patenta morajo biti izpolnjena tri osnovna merila (pogoji):

1. izum mora biti industrijsko uporaben,
2. izum mora biti nov,
3. izum mora biti na inventivni ravni (7).

Patent ne sme biti podeljen za izume kirurškega ali diagnostičnega postopka ali postopka zdravljenja, ki se uporablja neposredno na živem človeškem ali živalskem telesu, razen izuma, ki se nanaša na izdelke, predvsem na snovi in zmesi, ki se uporabljajo pri takšnem postopku. Predmet patentnega varstva ne morejo biti niti odkritja, znanstvene teorije, matematične metode in druga pravila, načrti ... (7, 8, 9, 10).

Prijava za podelitev patenta se načeloma vloži v tistih državah, kjer želimo zavarovati svoje interese ali v katerih pričakujemo, da bo naša konkurenca poskušala izkoriščati naš izum, s proizvodnjo ali prodajo novega izdelka.

V Sloveniji se lahko pridobi več vrst patentnega varstva.

Prva izmed teh treh vrst je patent, pri katerem je doba veljavnosti dvajset let, če njegov imetnik plačuje pristojbine za vzdrževanje. Pred iztekom devetega leta trajanja patenta mora imetnik uradu predložiti pisno dokazilo, da patentirani izum izpolnjuje vse bistvene pogoje novosti. Če dokazila ne predloži pravočasno, veljavnost patenta nepreklicno preneha po desetih letih.

Kot pisno dokazilo lahko služi patent, podeljen za isti izum pri Evropskem patentnem uradu ali drugem patentnem uradu, s katerim je bila sklenjena ustrežna pogodba.

Imamo tudi možnost patenta s skrajšanim trajanjem, katerega trajanje je omejeno na deset let. S tem patentom ne moremo zavarovati postopkov in novih rastlinskih sort ali živalskih pasem, vendar pa imetniku ni treba predložiti dokazila o novosti, inventivnosti in industrijski uporabljivosti izuma.

Znamke

Znamka je ime, izraz, simbol, oblika ali kombinacija naštetih, namenjena prepoznavanju in razlikovanju izdelka ali storitve enega ali skupine prodajalcev (5, 6).

Kot znamka se sme registrirati kakršenkoli znak ali kakršnakoli kombinacija znakov, ki omogoča razlikovanje blaga ali storitev enega podjetja od blaga ali storitev drugega in jih je mogoče grafično prikazati. To so zlasti besede, vključno z osebnimi imeni, črke, številke, figurativni elementi, tridimenzionalne podobe, vključno z obliko blaga ali njihove embalaže, in kombinacije barv, možna pa je kot tudi kakršnakoli kombinacija teh znakov (5, 6, 7).

Kot znamka se ne sme registrirati znaka (7):

1. ki ne more biti znamka;
2. ki je brez slehernega razlikovalnega učinka;
3. ki lahko v gospodarskem prometu označuje izključno vrsto, kakovost, količino, namen, vrednost, geografski izvor ali čas proizvodnje blaga ali opravljanja storitev ali druge značilnosti blaga ali storitev;
4. ki vsebuje ali sestoji iz geografske označbe, ki označuje vina ali žgane pijače, če se prijava znamke nanaša na vina ali žgane pijače, ki nimajo takega izvora;
5. ki je sestavljena izključno iz znakov ali označb, ki so postali običajni v jezikovni rabi ali v dobroverni in ustaljeni praksi trgovanja;
6. ki je sestavljena izključno iz oblike, ki izhaja iz same narave blaga ali je nujna za dosego tehničnega učinka oziroma daje blagu bistveno vrednost;
7. ki nasprotuje javnemu redu ali morali;
8. ki zavaja javnost, zlasti glede narave, kakovosti ali geografskega izvora blaga oziroma storitev;
9. ki vsebuje uradne znake ali punce za kontrolo ali jamstvo kakovosti blaga ali jih posnema;
10. za katerega ni bilo izdano dovoljenje pristojnih organov in mora biti zavržen na podlagi 6.člena Pariške konvencije;

11.ki vsebuje ali posnema znamenja, embleme ali grbe, katerih ne zajema 6. člen Pariške konvencije, vendar imajo poseben javni pomen, razen če so pristojni organi zanje izdali dovoljenje za registracijo.

Znamka daje individualne značilnosti proizvodu oziroma storitvi posameznega gospodarskega ali fizičnega subjekta, ki nastopa na tržišču, z njo opozarja konkurente in potrošnike na svojo navzočnost in aktivnost (11). Z registracijo znamke je zagotovljena izključna pravica do uporabe določenega znaka za označevanje svojih proizvodov ali storitev. S tem je preprečeno vsakomur, da bi za enake ali podobne proizvode ali storitve uporabljal enak ali zavajajoče podoben znak in s tem povzročal škodo pri trženju naših proizvodov ali storitev. Prijavo za registracijo znamke se vloži pri Uradu RS za intelektualno lastnino.

Pridobitev varstva oziroma registracije znamke v drugih evropskih državah lahko poteka po treh različnih poteh (5,6):

1. Temeljna oblika prijave je nacionalna prijava, ki je vložena neposredno pri ustreznem nacionalnem organu države, v kateri želimo varovanje.
2. Na temelju nacionalne registracije ali prijave znamke v Republiki Sloveniji, lahko imetnik oz. prijavitelj znamke uveljavlja mednarodno registracijo znamke v okviru Madridskega sporazuma in Protokola k Madridskemu sporazumu, katerega članice so večinoma vse pomembnejše evropske države. Prijava za mednarodno registracijo je vložena na ustreznem obrazcu pri Uradu RS za intelektualno lastnino, ki vlogo pošlje Svetovni organizaciji za intelektualno lastnino v Ženevi.
3. Znamke Skupnosti (CTM) se vlagajo skladno z določili uredbe Sveta (ES) št. 40/94 z dne 20. decembra 1993 o blagovni znamki Skupnosti (Uredba) in pravilnika o njenem izvajanju. Uredba vzpostavlja sistem zaščite oziroma osnovne registracije blagovne in storitvene znamke, ki obstaja hkrati z nacionalnimi sistemi v državah članicah EU. Za CTM znamko je značilno načelo enotnosti, kar pomeni, da ima učinek na celotnem področju EU. Na podlagi Uredbe je mogoče z eno samo prijavo registrirati znamko z veljavnostjo v vseh članicah EU.

Modeli

Model je pravno zavarovan zunanji videz izdelka, ki je nov in ima individualno naravo. Videz izdelka je nov, če pred datumom vložitve prijave za registracijo modela tak videz ni bil poznan javnosti, zaradi svoje individualne narave pa naredi na potrošnika drugačen vtis kot drugi znani videzi izdelkov (3, 11).



Kot model ne moremo zavarovati nečesa, če:

- njegova objava nasprotuje zakonu ali morali,
- vsebuje državni ali drugi javni grb, zastavo ali emblem,
- prikazuje podobo kakšne osebe (razen z njenim dovoljenjem).

Trajanje varstva je različno od države do države, najpogosteje pa se opravlja v petletnih intervalih s podaljšanjem do vključno 15 let (v Sloveniji celo do 25). V šestih mesecih po vložitvi prijave v katerikoli državi članici Pariške unije lahko prijavitelj vloži prijave, v katerih se sklicuje na to prvo prijavo. Tako sklicevanje se imenuje "uveljavljanje prednostne pravice" in je zelo pomembno pri izvajanju popolnega vsebinskega preizkusa. Zakon pozna tudi priznanje prednosti na osnovi razstavljanja na sejnih, ki imajo status mednarodnih sejmov in razstav (2).

Varstvo modela v tujini poteka v treh korakih (3):

1. Najosnovnejša oblika prijave je nacionalna prijava, ki se vloži pri ustreznem organu države v kateri se želi varovanje. Pri tem mora tuji prijavitelj postopek obvezno izvesti prek zastopnikov, ki so vpisani v register teh držav.
2. Druga možna pot je vložitev mednarodne prijave v skladu s Haaškim sporazumom za industrijske vzorce in modele. Pridobitev varstva ima enak učinek, kot če bi bila v vsaki državi posebej vložena prijava in bi bile izpolnjene vse formalnosti za pridobitev varstva po nacionalni zakonodaji.
3. Tretja možnost za pridobitev varstva videza izdelka v tujini je model Skupnosti. Za ta model je značilno načelo enotnosti, kar pomeni, da ima učinek na celotnem območju EU. Na podlagi uredbe je mogoče z eno samo prijavo registrirati model z veljavnostjo v vseh državah članicah EU. Varstvo traja eno ali več petletnih obdobj, vendar največ 25 let. Imetnik registriranega modela Skupnosti ima izključno pravico na celotnem območju EU.

Viri

1. Jennewein, K.: Intellectual Property Management. Physica-Verlag HD, 2004.
2. Alkaersig, L., Beukal, K., Reichstein T., Beukel K.: Intellectual Property Rights Management: Rookies, Dealers and Strategists, Springer, 2015.
3. Slovenski računovodski standard- NEOPREDMETENA SREDSTVA. Dostopno prek: https://www.racunovodja.com/clanki.asp?clanek=9055/Slovenski_racunovodski_standard_2_2016_-_NEOPREDMETENA_SREDSTVA (dostopno dne 25.5.2017)



4. Modic, D., Damij, N.: "Own-it" : managing intellectual property processes via the activity table in creative industries. V: LUGMAYR, Artur (ur.), et al. Information systems and management in media and entertainment industries, (International series on computer entertainment and media technology. Cham: Springer, 2016.
5. Urad RS za intelektualno lastnino. Dostopno na: <http://www.uil-sipo.si/>, 2017
6. Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije. Dostopno na: <http://www.spiritslovenia.si>, 2017
7. Zakon o industrijski lastnini. Dostopno na: <https://www.uradni-list.si/glasilo-uradni-list-rs/vsebina/2003-01-0242?sop=2003-01-0242>.
8. Zirnstein, E.: Patentno varstvo v Evropi: razvoj in perspektive, Koper, Univerza na Primorskem, 2007, pp. 15-17.
9. Cornish, W. i. D. L.: Intellectual property: patents, copyright, trade marks and allied rights, London, Sweet and Maxwell, 2003, p. 7.
10. Alkaersig, L., Beukal, K., Reichstein, T. in Beukel, K.: Intellectual Property Rights Management: Rookies, Dealers and Strategists, Springer, 2015
11. Brankovič, A.: Pravice intelektualne lastnine in njihov pomen za konkurenčnost podjetij, diplomsko delo, 2006. Dostopno prek: <http://dk.fdv.uni-lj.si/dela/Brankovic-Alenka.PDF>.

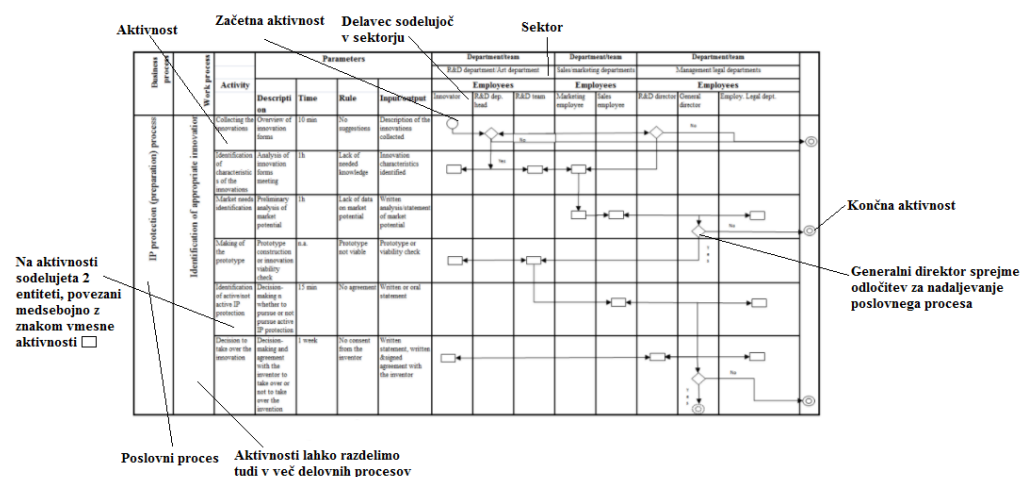
Tabela aktivnosti

TAD tabela vsebuje strukturirano zbirko aktivnosti, ki prinesejo rezultate za izbrani poslovni proces. Poslovni proces lahko vsebuje enega ali več delovnih procesov, delovni procesi pa eno ali več aktivnosti. Aktivnosti potekajo v določenem zaporedju in se med seboj povezujejo. Aktivnostim lahko v TAD tabeli pripišemo vse povezave k ostalim aktivnostim s katerimi se povezujejo, opredelimo osebe, ki na aktivnosti sodelujejo, opredelimo ali gre za začetno, vmesno, končno aktivnost ali odločitev. Lahko jo obogatimo tudi z različnimi parametri kot so na primer opis, čas trajanja, pravila, ki veljajo za aktivnost in njeni vhodi in izhodi.

Aktivnosti med seboj povezujemo s puščicami. Da bi vedeli, katera oseba sodeluje na aktivnosti, pa vpišemo opisni znak za aktivnost v presek med aktivnostjo in osebo, ki na aktivnosti sodeluje. V primeru, da gre za začetno ali končno aktivnost, je ta znak krog, za vmesno aktivnost je to kvadrat,



če pa gre za odločitev vpišemo romb. Tudi entitete oziroma osebe, ki na aktivnostih sodelujejo lahko razdelimo v več sektorjev, ki so lahko eksterni ali interni, katerih del je ena ali več oseb, ki lahko sodelujejo na aktivnostih. Vsako polje, ki vsebuje katerega od znakov pomeni, da oseba sodeluje na določeni aktivnosti. Aktivnosti, ki so potrebne za izvedbo poslovnega procesa pridobimo z intervjuvanjem oseb, ki imajo izkušnje in znanje v poslovnem procesu za katerega se TAD tabela izpolnjuje.



Slika 1: Tabela IPR

Vir: Predelano po Modic, Dolores in Damij, Nadja "Own-it": Managing Intellectual Property Processes via the Activity Table in Creative Industries.

Simbol Kvadrat pomeni, torej da je entiteta resurs oziroma izvajalec aktivnosti, ki se nahaja v križišču z njo. Puščica se lahko uporabi vodoravno ali navpično. Vodoravna povezava poveže vse entitete, ki na aktivnosti sodelujejo, z navpično puščico pa povezujemo zaporedne aktivnosti. Simbol Romb pomeni odločitev, katerih povezave lahko razpršimo na toliko poti, kolikor možnih je odločitev. Simbol krog pa označuje, da je označena aktivnost zaključna.

Vira:

1. Damij, N.: Management poslovnih procesov: Modeliranje, simuliranje, inovacija in izboljšanje. Ljubljana, 2009.
2. Modic, D., Damij, N.: "Own-it": managing intellectual property processes via the activity table in creative industries. V: LUGMAYR, Artur (ur.), et al. Information systems and management in media and entertainment industries, (International series on computer entertainment and media technology. Cham: Springer, 2016.



Metodologija

Ker namen našega raziskovanja ni bil v zbiranju številčnih numeričnih podatkov, ampak iskanje globljih značilnosti pojavov, smo tokom raziskovanja uporabili kvalitativni pristop. Gre za »vsebinsko bogate opise ljudi, dogodkov, situacij, zato gre pri kvalitativnem raziskovanju za pristop, ki poudarja besede in s tem teži k celostnemu in poglobljenemu pojavu« (Vogrinc 2008, str. 46-48).

Za metodo zbiranja podatkov smo uporabili individualni intervju, pri čemer je bila izbrana tehnika pol-strukturirani intervju. Prednost le-tega je v fleksibilnosti, kar pomeni, da smo vnaprej pripravili usmeritvena vprašanja, z možnostjo sprotnega prilagajanja.

Glede na cilje našega raziskovanja, je bil izbor vzorca zelo pomemben, zato smo vzorčili namensko, kjer je posamezno enoto predstavljal en intervjuvanec. Posamezne enote so predstavljali posamezniki, ki kot samostojni inovatorji uporabljajo mehanizme zaščite IL ali pa delujejo v podjetju, kjer so neposredno vključeni v proces uporabe mehanizmov zaščite IL.

Pripravili smo seznam intervjuvancev, ki so kategorizirani v kategorije malih (0 do 49 zaposlenih), srednjih (49 do 249 zaposlenih) in velikih (250 ali več zaposlenih) podjetij, ali pa so označeni kot samostojni inovatorji.

Številka intervjuja	Respondent	Sektor	M/S/V ali samostojni inovator (SI)	Termin intervjuja
1	samostojni inovator v družinskem podjetju	Senzorične pametne kuhalne naprave	M	April 2017
2	vodja razvojnega oddelka	Barve, laki in kemični izdelki	V	April 2017
3	samostojni inovator	Športni pripomoček	SI	April 2017
4	vodja marketinga	Merilni sistemi in navigacijske naprave	M	April 2017

Številka intervjuja	Respondent	Sektor	M/S/V ali samostojni inovator (SI)	Termin intervjuja
5.1	samostojni inovator	Inženirstvo rehabilitacijskih naprav	SI	April 2017
5.2	razvojniki	Medicinske naprave	V	April 2017
6	vodja razvoja tehničnega razvoja	Avtomobilske in industrijske tehnologije	V	Maj 2017
7	vodja razvoja konstrukcije in	Kovinski izdelki in oprema	S	Maj 2017
8	direktor, inovator, lastnik podjetja	Hidravlika, Criogenica, Telekomunikacije	S	Junij 2017

Tabela 1: Respondenti opravljenih intervjujev

Re-analiza intervjujev s top IP menedžerji

V prvem koraku empiričnega dela smo re-analizirali intervjuje z desetimi top IP menedžerji svetovnih multinacionalk. Uporabili smo metodo kvalitativne analize vsebine, pri čemer smo iskali predloge, ki bi bili uporabni za mala in srednja podjetja ter samostojne inovatorje v slovenskem kontekstu. Predloge smo primerjali in uskladili in na koncu kategorizirali v posamezne skupine.

Analiza intervjujev

Intervjuje smo analizirali z metodo kvalitativna analiza vsebine, ki je potekala v več korakih. Prvo smo določili kodirne enote, katerim smo pripisali kode na različnih ravneh abstrakcije. Pri samem kodiranju intervjujev je pomembno, da uporabljamo kode, ki smo jih določili pri prvih nekaj intervjujih. Nadalje smo izluščili pomembne kode, jih razvrstili in povezali v kategorije, ki obsegajo širši pojem od samih kod, posledično pa je kategorij nekoliko manj. Vse to je podlaga za interpretacijo, kjer dejansko ugotavljamo dejstva ter izsledke raziskave. Tekom celotnega postopka kvalitativne analize vsebine moramo vedeti, kaj iščemo ter biti pozorni na dejstva ter izsledke, ki jih bo raziskava prinesla. Pri sami interpretaciji smo tako v osnovni uporabili deskriptivni pristop, s kombinacijo komperativne metode in metode kompilacije.

Le-te smo uporabili tudi pri podajanju predlogov TOP IP managerjev. V prvem koraku, smo proučili že predhodno pridobljeno kvalitativno empirično gradivo, kjer smo se osredotočili na operacionalizirano izhodišče. Nadalje smo proučevali in primerjali vsebinska dejstva, jih primerjali ter na koncu tudi opisno povzeli. Za predstavitev na spletni strani smo izbrali nekaj ključnih predlogov.

Analiza TAD Tabele

Avtorici TAD IPR tabele sta red. prof. dr. Nadja Damij ter doc. dr. Dolores Modic. Orodje ter navodila oz. dokumentacijo smo prejeli ob začetku projekta kot orodje, s katerim bomo bolj učinkovito opravili analizo in raziskave na dotičnem področju. IPR TAD model smo prilagodili za slovenski kontekst s tem, da smo najprej prilagodili sam potek aktivnosti, ki je bil ustvarjen za velika mednarodna podjetja. Osnutek posamične IPR TAD tabele aktivnosti smo naredili ob samih intervjujih. Nato smo

zapisali vse aktivnosti in se ponovno sprehodili po intervjujih, da bi videli koliko intervjujev omenja posamezno aktivnost in če morebiti nismo kaj izpustili. Na podlagi tega smo naredili vmesne tabele. Nadalje smo v vseh tabelah poenotili poimenovanje aktivnosti, ki so bile različno opredeljene, a hkrati imele enak pomen. Podobno smo naredili tudi za vse človeške vire, ki so na aktivnostih sodelovali. Nato smo ponovno pregledali vse tabele in najprej poenotili poimenovanja vseh sodelujočih na projektu, nakar smo za vsako aktivnost ugotavljali, kateri so posamezniki ali skupine posameznikov, ki pri le-tej sodelujejo. Na koncu smo na podlagi skrbne analize posamičnih tabel ustvarili skupno tabelo in jo interpretirali.



Predlogi top IP managerjev

Upravljanje s pravicami intelektualne lastnine je zapleten proces, v katerega je v velikem podjetju vključenih več oddelkov s svojimi strokovnjaki, nad celotnim procesom pa imajo pregled IPR managerji. Z namenom, da bi bili njihovih znanj deležna tudi naša podjetja in samostojni izumitelji, smo iz intervjujev z najboljšimi svetovnimi PIL managerji zbrali nekaj nasvetov in predlogov, ki so lahko v pomoč našim podjetnikom in inovatorjem.

Pred in med patentiranjem

Obdobje pred in med patentiranjem je velikega pomena za sam uspeh podjetji, saj za uspešno zaščito svojega izdelka potrebujejo tudi dobro obrambo, ki jo navadno patent zagotovi. Pri tem je potrebno paziti, da patent ne razkrije preveč bodoči konkurenci, a še vseeno ščiti izdelek.

»V obdobju 12 mesecev od prijave patenta pošljemo patent do patentnega urada, da naredijo raziskave. Kot prvo lahko najdemo podoben konkurenčen patent. In kot drugo lahko spoznamo, da patent ni vreden in prekličemo prijavo ter se izognemo dodatnim stroškom. Opomba: V Veliki Britaniji so patentne pisarne, kjer ti naredijo raziskavo za cca. 250\$.«

»Ker se nam zdi pomembno, da sploh razvojniki, razvojni inženirji, ki se lahko dosti pogosto srečujejo s tem področjem, se s tem seznani, da znajo preveriti obstoječe patente, zato da nekaj ne naredimo in potem spravimo v težave firmo, ker nekdo nas lahko potem toži, ker smo nekaj naredili, ali pa da znajo prav narediti, če imajo res neko novo idejo.«

»Vključitev IL v skupno vrednotenje podjetja že na začetku. Pravni in finančni svetovalci po navadi potiskajo IL na stranki tir, ker je vrednost IL številka, ki jo je težko ovrednotiti. (Proces vrednotenja pa vzame čas). Ampak vseeno tudi če vzame veliko časa, nam lahko prihrani kakšen glavobol manj na koncu, ter nam na začetku predstavi morebitne ovire ali pasti povezane z IL.«

Kako ravnati z intelektualno lastnino?

Obstaja več načinov za zaščito intelektualne lastnine. A načeloma je eden osnovnih namenov enak; preprečiti konkurenci kopiranje izdelkov. Potrebno je vedeti, kdaj, kateri način uporabiti, za kar je potrebno poznati trg in konkurenco. Podjetja imajo različne pristope ravnanja s pravicami intelektualne lastnine.

»Pravica intelektualne lastnine ni namenjena temu, da nekaj narediš, ampak da preprečiš drugemu da nekaj naredi. Zaradi tega je potrebno predvideti in videti kaj lahko drugi počnejo.«

»Osebnost ne bi nikoli omejila patenta ali se odrekel pravici do varstva za določene države, ki so pomembne za poslovanje.«

Mislilim, da sta starost portfelja in čas vrednotenja kritična dejavnika.«

»Dober portfelj intelektualne lastnine je lahko dobra reklama za morebitne interesente, katerim se lahko podeli licenca, zato bi bilo dobro vprašanje, če se podjetja temu posvečajo in ali imajo kakšen postopek, ki jim pomaga narediti dober portfelj.«

»Menedžment pravic IL je del menedžmenta IL. Služi formalizaciji procesov. Ukvarja pa se z zakonskimi in administrativnimi procedurami. Menedžment IL pa je bolj del posla. Potrebno je vedeti, da pri obeh sektorjih sodelujejo isti ljudje, saj gre po večini za en sektor.«

»Ker ima vsako podjetje različen model za menedžment intelektualne lastnine, če ga sploh ima, bi bilo dobro vedeti ali imajo svoj program za izboljšavo modela menedžmenta intelektualnih pravic, ki ga izboljšujejo glede na prakso, ki jim pomaga izboljšati in poenostaviti proces vodenja IL.«

Ravnanje z intelektualno lastnino je ključno za usodo podjetja. Veliko je odvisno od tega, kako podjetje ščiti svojo intelektualno lastnino, kako z njo gospodari. Ni dosti stvar samo zaščititi, saj se pot tukaj ne konča, ampak jo je potrebno nadgrajevati in razvijati za čim boljši izkoristek ponujenega potenciala.

»Procese je potrebno vedno inovirati in s tem investirati v razvoj podjetja.«

»Ščitimo tako, da zadev ne prikazujemo dobaviteljem, ne prikazujemo kupcem in pač povemo, da je to izhod, kako smo pa prišli do tega, jim pa ne razkrijemo.«

»Pri delu z intelektualno lastnino potrebuje podjetje imeti nekoga, ki podjetje razume zelo dobro, pozna panogo in pozna delo z intelektualno lastnino. Na takšen način podjetje lažje ve kaj patentirati in kako patent najboljše izrabiti.«

»Za boljši menedžment intelektualnih pravic je potrebno boljše zunanje znanje in boljše interno komuniciranje. Vzorec ali model sporazuma bi morda včasih pospešil postopke licenciranja.«

»IP sistemi imajo zelo velik vpliv na način, kako ljudje skupaj delajo. To pomeni, da vaš oddelek za izdelavo dela bolj revolucionarne korake.«

»Ker je potrebno, da ideje ostanejo zaupne bi bilo dobro vedeti ali se v podjetjih ukvarjajo z načini kako znotraj podjetja zvišati mero zaupanja, da ne bi informacije uhajale.«

»Dostop do poslovne skrivnosti lahko damo samo pooblaščenim osebam.«

»Patent ne pride vedno v poštev, ker je potrebno razkriti tehnologijo.«

»Varovanje poslovne skrivnosti, namesto (ali poleg) prijave patentov, modelov.«

Skozi predloge je moč opaziti, kako pomembna je intelektualna pravica in kako z njo ravnati. Vendar, kot smo že omenili na začetku, je poslovno življenje bolj zapleteno, zaradi tega tudi tukaj zbrani predlogi niso zadostni za pomoč podjetnikom, ki se skozi čas srečujejo z različnimi zapleti.

Rezultati in interpretacija analize intervjujev

Uvod

Empirično gradivo, ki smo ga pridobili s kvalitativno metodologijo oz. intervjuji z malimi, srednjimi in velikimi podjetji kot tudi samostojnimi inovatorji, temelji na raziskovanju aktivnosti povezanih s procesi intelektualne lastnine. Vprašalnik je vseboval več delov, ki so se nanašali na posamezne faze procesov povezanih z intelektualno lastnino; vse od kreiranja idej, evalvacije, uporabe in izrabe PIL, kršitev ter naknadnega vrednotenja. Intervjuje smo analizirali, v fazi kodiranja smo pridobili preko 100 pojmov, ki smo jih nadalje tvorili v kategorije, ki so natančneje opisane v naslednjem poglavju.

Kategorij je šest in si sledijo v naslednjem vrstnem redu:

1. Ideje
2. Patentiranje
3. Ostali načini zaščite PIL
4. Komercializacija izuma
5. Kršitve
6. Predpostavke in omejitve
7. Zunanji in notranji človeški viri

V prvi fazi opisujemo kategorijo ideje, kjer opredelimo način pridobivanja idej ter metode in tehnike generiranja, evalviranja in beleženja, hkrati pa izpostavljamo ključne odločevalce, ki botrujejo potrditvi idej in nadaljnjemu razvijanju le-teh. Nadalje v kategoriji patentiranje opisujemo, kaj so tisti ključni vzroki, zaradi katerih se respondenti odločajo za patentiranje, kje lahko patentirajo in na kakšne načine lahko postopki potekajo, hkrati pa izpostavimo tudi omejitve in prednosti, s katerimi se respondenti srečujejo. Pogosto se ne odločijo za patentiranje in uporabijo drugo obliko zaščite

PIL, kar opisujemo v nadaljnji kategoriji ostali načini zaščite PIL, obenem izpostavimo tudi vzroke za ne patentiranje ter prednosti in slabosti ostalih drugih oblik zaščite PIL.

Nadaljujemo s kršitvami PIL, s katerimi se respondenti pogosto srečujejo. Tu izpostavljamo predvsem načine ugotavljanja in reševanja kršitev ter tudi nekaj praks izvensodnih in sodnih reševanj le teh. Nadalje izpostavimo predpostavke in omejitve s katerimi se respondenti pogosto srečujejo in se kažejo kot dobre prakse oz. največje težave. V zadnji kategoriji opisujemo (notranje in zunanje) človeške vire, ki sodelujejo v postopkih, hkrati pa predstavimo kdaj in na katerih točkah se le-ti vključijo ter kateri so tisti poglobitvi razlogi. V nadaljevanju podajamo podrobnejši vpogled v posamezne rezultate naše analize.

Ideje

Ideje za inovacije respondenti pridobivajo iz notranjega ali iz zunanjega okolja. V prvem primeru gre za ideje pridobljene znotraj podjetja, ki so kreirane namensko, v smislu podajanja predlogov in iskanja rešitev v nekem delovnem procesu, lahko pa gre za popolnoma nenamensko kreiranje, ko se ideja pojavi naključno in se izkaže kot uporabna. Pogostejše kot to, gre za vpliv zunanjega okolja, ki ga respondenti omenijo največkrat. Vpliv trga, povpraševanje in potrebe kupcev so tisto, kar botruje večini inovacij respondentov, za samo idejo je pogosto osnova že pridobljeni projekt. Respondenti kreirajo ideje »in-house«, izjemoma enega, ki se zaradi poudarka na pomembnosti časa ter pomanjkanja določenih resursov, poslužuje tudi »open innovation« pristopa. Osnova za pridobivanje idej je pri vseh respondentih rešitev nekega problema, ki je večinoma tehnični:

»Ideja je vedno rešitev nekega problema.«

(vodja tehničnega razvoja, avtomobilske in industrijske rešitve)

Večina respondentov zajema in vrednoti ideje preko sestankov in kolegijev v podjetju, pri samem generiranju si pomagajo tudi z uporabo virov kot so internet, patentne baze, članki, sejmi, konference, stiki s strokovnjaki, akademskimi krogi in eksperti. Kot metodo generiranja idej najpogostejše omenijo brainstorming, en respondent pa se poslužuje tudi metode TRIS. Ključno vlogo pri vrednotenju idej ter nadaljnjemu razvoju igra potencial komercializacije ter tudi intuicija, nekaterim respondentom pa je pomembna tudi povezava ideje z njihovo osrednjo tehnologijo, vendar ne vsem, saj so na drugi strani respondenti, ki podprejo vse dobre ideje v katerih vidijo finančni doprinos, ne glede na njihovo osrednjo tehnologijo.

Respondenti ideje beležijo tako mentalno kot tudi fizično. Slednjega se bolj poslužujejo podjetja, ki svoje ideje beležijo v arhivih, bazah, online trackerju ali v prezentacijah in poročilih. Končne odločitve

o uporabnosti ideje sprejemajo samostojni inovatorji sami oziroma vodstvo podjetij, vendar na podlagi predhodnega vrednotenja, v katerem postopku so vključeni tudi ostali sodelujoči.

Vsi respondenti po samem vrednotenju, ideje, ki imajo potencial komercializacije skicirajo in izpilijo, za ta namen se nihče ne poslužuje zunanjih virov. Ideje skicirajo ročno ali računalniško, le-te jim služijo za nadaljnjo fazo, izdelavo delujočega prototipa, šele nato razmišljajo o morebitnem patentiranju.

Patenti

Vzrokov, ki botrujejo odločitvi, da respondenti patentirajo, je več. Poleg potenciala komercializacije, v povezavi z ekonomskim doprinosom, respondenti patentirajo iz razlogov kot so pomembnost patenta pri morebitnem sodelovanju s partnerji, strateških razlogov ter materialnih upravičenj patenta kot negativne pravice. Prav sledenje respondenti navedejo kot najpogostejši razlog:

»Zagotovo je to, da si zaščitiš hrbet pred konkurenco in hkrati na nek način strateško lahko potem tudi onemogočiš konkurenco.«

(samostojni inovator, inženirstvo rehabilitacijskih naprav)

Za patentiranje ni zadosti sama ideja, ampak je potrebna tudi patentabilnost. Nekateri respondenti že v osnovi iščejo patentabilne rešitve, spet drugi to preverjajo naknadno. Pri tem sodelujejo tako notranji kot tudi zunanji viri. Nekateri respondenti preverjajo stanje tehnike sami ali za to angažirajo zaposlene, postopoma in brez da bi vključili zunanje vire. Na drugi strani pa se ostali obrnejo na patentnega zastopnika, pri čemer poudarjajo:

- Visok strošek: **»Narediš raziskavo, ki jo tudi mastno plačaš.«** *(samostojni inovator v družinskem podjetju, sistemi za avtomatsko kuhanje)*
- Kvaliteto raziskave: **»In imate neke patentne pisarne, ki zelo dobro vejo, kaj je to in že precej delajo na temu. Zakaj pa je to pomembno, predvsem zato: prvič, da te opozorijo, da nekaj ne bo šlo skozi in točno vejo zakaj... «** *(vodja tehničnega razvoja, avtomobilske in industrijske rešitve)*

En respondent pa izpostavlja prednost raziskave mednarodne prijave patenta (PCT):

» V bistvu ta njihova raziskava je zelo kvalitetna raziskava in dobiš jo brezplačno.«

(vodja tehničnega razvoja, avtomobilske in industrijske rešitve)

Vloga patentnega zastopnika ni zgolj v raziskavi, ampak se respondenti obračajo nanj tudi pri ostalih postopkih, ki se pojavijo v okviru upravljanja z industrijsko lastnino. Tako patentni zastopnik sodeluje pri svetovanju in oblikovanju patentnih zahtevkov, sestavi prijave, prevodih ter tudi komuniciranju s patentnim uradom in ne nazadnje tudi v primerih kršitev. Ne glede na visok strošek, ki nastane z vključitvijo patentnega zastopnika, ga nekateri respondenti vidijo kot prednost:

» ... ti pa tudi povejo oziroma pomagajo določene stvari odpraviti. Rečejo ali bo to v dveh patentnih ali bo v enem, ali pa damo en zahtevek stran. V bistvu je vedno tako, da vse tehnične rešitve niso nikoli stoočstotno nove. To je danes zelo težko. Vedno rabiš pri patentiranju podporo patentne pisarne, ki ti pomaga spraviti v takšno obliko, da bo to šlo skozi... ».

(vodja tehničnega razvoja, avtomobilske in industrijske rešitve)

Pri snovanju patentna je zelo pomembno dobro oblikovanje in izdelava patentne prijave, k čemur stremijo vsi respondenti. Trije respondenti poudarjajo pomembnost načina oblikovanja zahtevkov, kateri so lahko ozki in specifični ali široki in dvoumni. Prav slednji so po njihovem mnenju bolj primerni in se jih raje poslužujejo, saj razkrijejo manj informacij:

»Dva načina imate. Eden je, da napišete patent toliko dvosmiselno, da ga drugi ne morejo skopirati. Se pravi, da dobiš patent pa tisti, ko ga gleda, ne bo mogel to idejo ponoviti.«

(samostojni inovator v družinskem podjetju, sistemi za avtomatsko kuhanje)

Medtem, ko nekaterim respondentom pomaga pri oblikovanju zahtevkov, prijave in tudi prevodih ter komuniciranju s patentnim uradom patentni zastopnik, kar trije respondenti, čemur botruje dolgoletna praksa, izpeljejo postopek patentiranja sami. V kolikor se da, to storijo vključno s prevodi, odvisno od države patentiranja, v izogib prevelikim stroškom:

»Prevodi so eden večjih stroškov, kar se samega patentiranja tiče, zagotovo.«

(samostojni inovator, inženirstvo rehabilitacijskih naprav)

V postopku patentiranja se morajo respondenti odločiti na katerih geografskih območjih bodo patentirali. Ključno vlogo za določitev geografskih območjih pri vseh respondentih igra trg, tako kupcev kot tudi konkurentov, hkrati pa se poudarja velikost trga, kupna moč ter usmerjenost podjetja.

Medtem, ko en respondent poudarja prednosti evropskega patenta s približnim stroškom 4000 evrov, ga drug izpostavlja kot slabost, zaradi specifičnosti posameznih držav:

» Ampak, še danes nisem nobenega evropskega patenta prijavil. Zakaj ne? Zato ker je ta zadeva specifična. Ker je v Avstriji drugače kot v Nemčiji.«

(direktor-inovator-lastnik podjetja, hidravlika, kriogenika, telefonija)

Kot slabost se izpostavlja tudi mednarodna prijava patenta (PCT), ki pa ne nudi patentnega varstva, dokler se ne gre v nacionalne faze, ki pa predstavljajo velik strošek:

»PCT prijava, ki jo dobiš, ki si jo realiziral, da bi šel naprej v nacionalne faze, ti je treba vrednost enega dobrega Mercedesa, 50.000 evrov in še vedno ne boš vse pokril.«

(samostojni inovator v družinskem podjetju, sistemi za avtomatsko kuhanje)

Razliko med državami pri prijavi PCT patenta opaža en respondent z vidika popravljanja patentne prijave, kjer je prepričan, da se v različnih državah po svetu uporabljajo različni pristopi:

»Imaš stvari, ko je šel ameriški patent skozi, ga je Američan čisto brez problema sprejel, na Japonskem smo se pa še 3 leta matrali z uradom, z raznimi definicijami, da smo ga potem dobili. Je čisto odvisno.«

(samostojni inovator v družinskem podjetju, sistemi za avtomatsko kuhanje)

Pri tem respondent izpostavlja tudi slabost 6-mesečne možnosti izpodbijanja patenta, katero pravico imajo vsi proizvajalci po svetu:

»Tudi če dobite evropskega ali nemškega, imajo 6 mesecev proizvajalci kjerkoli na svetu pravico reči, glej tole pa ne more biti, to ni za patent, mi imamo to. Se pravi, mora odobrit cel svet ta patent.«

(samostojni inovator v družinskem podjetju, sistemi za avtomatsko kuhanje)

S popravljanjem patentne prijave so se srečali tudi ostali respondenti, izjemoma enega, kjer pa se kot vzrok pogosto pojavlja patentabilnost, en respondent pa celo navaja neučinkovito delovanje slovenskega patentnega urada:

» Tukaj je problem z našim uradom za IL. Oni samo izstavijo račun, nihče pa zadev ne preverja.«

(samostojni inovator, športni pripomoček)

Pri popravljanju so respondenti tako bodisi odstranili kak patentni zahtevek ali ga preoblikovali.

Po vložitvi patentne prijave, imajo respondenti prednostno pravico, kjer pa ni zaznati, razen dveh izjem, da bi jo učinkovito koristili. Eden izmed respondentov namensko prijavlja tudi po 12 prijav letno in se v času koriščenja prednostne pravice naknadno odloča o patentiranju svojih izumov:

»In potem čakam 12 mesecev, da vidim, če je kaj resnega. Napišem dopis v Urad, da ga ne želim patentirati, ga vložim na novo. Ko dobim njihovo odločitev, da mi ga vrnejo, ga od istega trenutka vložim naprej. Sicer sem izgubil eno leto časa, če bi kdo vmes prišel, ampak imam pa spet tekočo zaščito.«

(samostojni inovator v družinskem podjetju, sistemi za avtomatsko kuhanje)

Medtem, ko polovica respondentov ne patentira oz. imajo le kakšen patent, ostala polovica respondentov že desetletja patentira kontinuirano in imajo več patentov v več geografskih območjih:

»Mi smo že pred več kot 20 leti, se pravi tisti prvi patenti so že javno dobro.«

(samostojni inovator v družinskem podjetju, sistemi za avtomatsko kuhanje)

V večini primerov respondentov gre za tesno povezavo med jedrno (»core«) tehnologijo in patentiranjem, ker je veliko nadaljnjih idej vezanih na osnovni patent, ki se poskušajo aplicirati na istem področju, od le-tega ne izstopajo, kar se kaže kot strateško postopanje.

Respondenti izpostavljajo, da veliko patentov ostane t.i. spečih oz. poličnih, ob tem pa navajajo različne razloge kot so: delna ali popolna zaustavitev nekega projekta, ne izdelava patentiranega produkta, ne komercializacija ali pa so to patenti, ki so patentirani za isti produkt kot druga rešitev:

»... včasih se pa patentira za isti izdelek več rešitev in samo ena od teh gre v proizvodnjo, to smo že prej vedeli ...«

(vodja tehničnega razvoja, avtomobilske in industrijske rešitve)

Prav v slednjem primeru se pri enem respondentu pogosto kaže kot »patent fence«, kjer gre za neke prevladujoče patente, ki jih respondent v lastni proizvodnji ne uporabi, hkrati pa zapira prostor drugim proizvajalcem oziroma konkurentom, za ta namen ga tudi vzdržuje:

»So pa neki patenti, ki pa niso v proizvodnji, jih pa še vedno plačujemo zato, da zapiramo prostor.«

(vodja tehničnega razvoja, avtomobilske in industrijske rešitve)

Vzdrževanje patenta je ena izmed stvari, ki pesti vse respondente, z vidika velikih stroškov. Ravno ti pogosto botrujejo odločitvi opustitve patenta. Respondenti se letno odločajo o nadaljnjem vzdrževanju, na kar se spomnijo bodisi sami, bodisi jih na to odločitev in plačilo pristojbin spomni

patentni urad. Najpomembnejši odločevalci ali bodo respondenti patent vzdrževali so komercializacija, povpraševanje na trgu ter potencial vezan z osrednjo tehnologijo. Za opustitev patenta oz. prenehanja vzdrževanja respondenti kot ključne razloge, poleg velike finančne obremenitve, navajajo ne komercializacijo, upad prodaje in aktualnosti produkta ter predvidevanje padca prodaje v niši. V osnovi gre pri vseh respondentih za balansiranje med finančnim doprinosom in obremenitvami, hkrati pa v večini poudarjajo na prekinitev vzdrževanja patenta pred njegovim naravnim prenehanjem veljavnosti:

»20 let vzdrževati. Mislim, da ne bomo plačevali noben patent 20 let.«

(vodja tehničnega razvoja, avtomobilske in industrijske rešitve)

Ostali načini zaščite intelektualne lastnine

Respondenti poleg patentiraja uporabljajo tudi druge oblike zaščite intelektualne lastnine, tako formalne kot tudi neformalne. Ena izmed pglavitnih oblik, ki se pojavlja pri vseh respondentih, so poslovne skrivnosti.

Neredko se respondenti odločijo, da nekaterih rešitev enostavno ne bodo patentirali, kljub temu, da so patentabilne in imajo močan doprinos podjetju. Te rešitve so zelo inovativne iz nekih specifičnih področij z visokim tehničnim nivojem, zaradi česar respondenti predpostavljajo, da jih konkurenti ne bodo razvili. Poglavitni vzrok je ta, da bi s patentom razkrili preveč informacij, ki bi konkurentom omogočila razvoj, če ne iste, vsaj podobne rešitve:

» Ker potem moram povedati že na tri četrť in potem je brezveze. Zakrijemo, nič ne povem«.

(direktor-inovator-lastnik podjetja, hidravlika, kriogenika, telefonija)

Tovrstne rešitve obdržijo na ravni poslovnih skrivnosti, katerih pravila veljajo za vse informacije v podjetju, ne zgolj za izume. Poslovne skrivnosti uporabljajo vsi, izjemoma enega respondenta.

Poleg poslovne skrivnosti, za te iste rešitve respondenti uporabljajo tudi neformalno obliko ščitenja intelektualne lastnine tako, da morebitnih ogledovalcev produkta ne spustijo dovolj blizu, zaradi morebitne špijunaže:

»Zakrijemo, nič ne povemo. Tudi ko so prišli Kitajci na ogled, prodajamo tudi na Kitajskem, smo v laboratoriju naredili umetno ograjo in rekli: tu ste lahko, tam pa ne.«

(direktor-inovator-lastnik podjetja, hidravlika, kriogenika, telefonija)

V tem primeru en respondent uporablja še eno neformalno obliko ščitenja. Zaradi specifičnosti je trg kupcev majhen, posledično je majhna tudi verjetnost, da bi ti kupci kopirali, ampak kljub temu določi minimalno količino nakupa:

»... se celo branimo in rečemo, koliko komadov pa hočete in rečejo dva, tri. Mi naredimo 50 komadov. Se pravi, potem je znesek že 100.000 evrov, manj ti ne prodamo, ker vemo da nas boš ti kopiral.«

(direktor-inovator-lastnik podjetja, hidravlika, kriogenika, telefonija)

Poleg omenjenih oblik respondenti izum, ki ga ne patentirajo, nemalokrat javno razgrnejo na konferenci ali pa v kakšnem manj branem časopisu. Eden izmed respondentov to počne redno, včasih kasneje te izume tudi patentira, nekateri pa to storijo zgolj, v kolikor se jim pojavi dvom, da bi nekdo njihov izum kršil. Iz javne razgrnitve izuma več pravic, kakor preprečitev patentiranja drugemu, ne nastane. Poglavitna vzroka za to sta čas in denar:

»In to je za mene celo boljša zaščita, meni osebno se mi zdi. Prvič, ni ne stane, drugič predstaviš ljudem, zelo redko bodo to tujci, ki jih to zanima pogledali, ampak tebi pa velja to kot dokaz, da si jo prijavil.«

(samostojni inovator v družinskem podjetju, sistemi za avtomatsko kuhanje)

Ravno zaradi pomembnosti časa, se v povezavi z javno razgrnitvijo izuma pojavlja neformalna oblika ščitenja, prvi na trgu, kjer se rešitve hitro izkoristijo:

»Celo v zadnjih letih, ko se pogovarjamo z marsikom, se celo ne patentira sploh več. Se samo objavi in se gre dalje hitro.«

(vodja tehničnega razvoja, avtomobilske in industrijske rešitve)

Medtem, ko izjemoma en respondent ne uporablja nikakršnih formalnih in neformalnih oblik zaščite intelektualne lastnine, in eno podjetje zgolj blagovno znamko, so na drugi strani nekateri respondenti, ki povezujejo več pravic. Tako en respondent uporablja patent, blagovno znamko in tudi model hkrati. Sicer poudarja, da v več primerih zaradi tehničnih rešitev modela ne more zaščititi, so pa tudi primeri, kjer zaščiti zgolj model.

Prijavitev modela, poleg omenjenega, podpira še en respondent, ki ga vrednoti celo boljšega kot patent, in sicer zaradi dveh razlogov:

»Normalno, da manj stane, ker če vi vložite patentno prijavo, jo mora nekdo pregledati in nekdo mora plačati ta pregled stanja tehnike. ... Če gre pa za model, stane manj in ga je lažje braniti na sodišču.«

(direktor-inovator-lastnik podjetja, hidravlika, kriogenika, telefonija)

Respondent je prepričan, da v večini primerov zadostuje zgolj model, hkrati pa izpostavlja, da je imel v vseh letih formalnih zaščit intelektualne lastnine prijavljenih zgolj 30% patentov in kar 70% modelov. Ostali respondenti zaradi tehnične narave izuma ali zaradi ne funkcionalnosti videza, modela ne prijavljajo:

»Naši izdelki so bolj so takšni, ki se ne vidijo, so znotraj. Ne vem, kaj bi s tem pridobili recimo.«

(vodja tehničnega razvoja, avtomobilske in industrijske rešitve)

Poleg omenjenih zaščit pravic intelektualne lastnine se nekateri respondenti poslužujejo tudi tako imenovanih "Non-disclosure agreement" (okr. NDA), znan kot sporazum o ne razkritju informacij oziroma zaupnih podatkov. Čeprav se jih dva respondenta poslužujeta, hkrati izpostavljata nepomebnost NDA-jev ter tudi poslovnih skrivnosti, saj po njunem nista zadosti moči obliki, ki bi pred človeškim faktorjem, v kolikor bi ta želel, lahko zaščitila zaupne informacije: **»Tisti NDA-ji, imamo podpisane z velikimi, ampak ne zato, ker jih mi želimo, oni želijo. Sploh tuja podjetja pošljejo NDA-je da podpišemo. Ampak brez veze. To se da vse okoli it.«** Eden izmed njih ravnno zato izpostavlja pomembnost časa, da se rešitev čimprej pojavi na trgu: **»Veste, vi imate lahko še toliko NDA-jev in pogodb in ne vem še katerih stvari, ampak, zato je po navadi vedno pomembno, da se hitro izkoristijo te rešitve, karkoli že, da se čim prej obrne in naredi denar.«**

Komercializacija izuma

Pri komercializaciji izuma je bistvena izraba intelektualne pravice. Nekateri respondenti, predvsem samostojni inovatorji, izdelujejo izume, jih patentirajo in potem prodajajo patente večjim podjetjem, ki jih nato spravijo v proizvodnjo. Ali pa s podjetjem sklenejo licenčno pogodbo, od katere potem letno prejemajo določen znesek. Medtem večja podjetja svojih patentov nerada tržijo ali licencirajo, saj bi s tem pomagali svoji konkurenci.

Malo število kupcev na trgu, pomeni majhno možnost za kopiranje ponujenih izdelkov. Pri takšni prodaji na specifičnih trgih, kjer je kupcev malo, hkrati so cene visoke, je potrebna pozornost, saj če kupec zahteva izjemno majhno število izdelkov, obstaja dobra možnost, da želijo proučiti izdelek in ga kopirati. Na takšnem trgu je potrebno imeti dobre odnose s kupci, se z njimi povezati in morda tudi kaj inovirati glede na njihove dane predloge. Predvsem je pomembno ohranjanje kakovosti, ker z njo in dobrimi odnosi s svojimi kupci, lahko pridobiš nove stranke. Čeprav je mali specifičen trg lahko dobičkonosen, je pa tudi dosti nevaren. Še posebno če ima podjetje samo enega kupca. Problem se pojavi, če ta kupec preneha biti kupec.

»Mi naredimo 50 komadov. Se pravi, potem že 100 000 evrov, manj ti ne prodamo, ker vemo da boš ti nas kopira.«

(direktor-inovator-lastnik podjetja, hidravlika, kriogenika, telefonija)

V večini primerov respondentov, čas od patentne prijave do njegove industrializacije traja približno 2 leti, vendar se ta čas postopoma zmanjšuje. Seveda je to odvisno za kakšno stvar se gre. Razvitje produkta, pripravljenega za na trg, je po mnenju enega respondenta šele 50% vsega potrebnega dela, saj izpostavlja pomembnost poti in načinov, kako produkt prodati.

Potrebno je paziti na konkurenco in tiste, ki kopirajo patentirane izdelke, ker ne samo da jemljejo delež prihodka, tudi kvarijo ceno, saj prodajajo po dosti nižji ceni, potem mora zopet prvo podjetje znižati ceno in tako naprej, kar samo škodi podjetju. Če je neka ideja še tako dobra, a ekstremno draga, se ne splača vlagati v njo, niti na dolgi rok, saj bi jo konkurenca lahko kopirala za dosti ceneje.

Potencial komercializacije se kaže sproti s spremljanjem trga. Ravnati se je treba glede na situacijo ter jo izkoristiti v svojo prid. Pred komercializacijo (po možnosti že pri sami stvaritvi ideje) je potrebno pretehtati vse dejavnike (kolikšna bosta finančni in časovni vložek ter kaj na trgu že obstaja) in oceniti, če se sploh splača iti v to.

Nekatera podjetja (predvsem s specifičnih področji), ki imajo dobre stike s kupci, te sproti obveščajo o novih izdelkih. Na prodajo veliko vplivajo trenutni trendi, tukaj je potrebno paziti na dejstvo, da so minljivi, a se jih da lepo izkoristiti v prid prodaje. Pri malih specifičnih trgih je treba paziti na to, da se prepoznavnost podjetja širi iz ust do ust. Stranke ne gredo v trgovino in izbirajo, kaj bi kupile. Tukaj se stranke med sabo pogovarjajo, ker se poznajo med sabo in ena drugi predlagajo, kaj je najbolje imeti in od koga.

»Tako navdušeni, da so prekinili pogodbo z Angleži, plačali penale, ker so prekinili pogodbo. To so dolgoročne pogodbe, in prišli k nam.«

(direktor-inovator-lastnik podjetja, hidravlika, kriogenika, telefonija)

Pri vsaki prodaji izdelka na trg je treba gledati na pozitivno prepoznavnost, saj se izdelki takšnih podjetji veliko bolje prodajajo. Prav tako se bo povečalo povpraševanje in kupci vas bodo sami poiskali. Ko je izdelek na trgu, je potrebno spremljati njegovo donosnost. Bolj prodajanim izdelkom je potrebno posvečati več prednosti, saj ti prinesejo več potrebnega kapitala v podjetje. Vsaka ideja oziroma vsak projekt ne bo vedno uspel in to je potrebno vzeti v obzir. Ne vedno vztrajati do konca na takšnih stvareh, ki so kot brezna brez dna za izgubljanje denarja in časa.

Potrebno je spremljati, kaj kupce trenutno zanima, kakšni so trenutni trendi. Potrebno je tudi spremljati, če se izboljšave na nekem izdelku zdijo kupcem privlačne, kar poveča prodajo tega izdelka. Trende je najlažje spremljati na sejnih, predavanjih, ali pa s spremljanjem samega trga. Vendar pri trendih je vedno to, da jih ne spremlja samo eno podjetje, spremljajo jih vsi in se jim zato vsi na trgu prilagajajo. Tisti, ki je med prvimi, ima po navadi tudi največji dobiček od tega. Spremljanje trendov je bistveno, saj če jih podjetje ne bo spremljalo, jih bo konkurenca, ki ga bo tako postopoma izrinila iz trga.

Pri malih specifičnih trgih se je moč povezati s svojimi kupci in se pozanimati, kaj bi radi imeli, kakšni so trenutni trendi v določenih državah. Te informacije so veliko vredne, saj ohranjajo podjetje in pripomorejo k njegovi nadaljnji rasti.

Zelo zanimive trende znajo izkoristiti nova podjetja na trgu in tako dokaj hitro doseči svoj delež trga.

Nekatera podjetja nočejo biti prva na trgu z novim izdelkom, saj ne vedo ali bodo dovolj uspešna ali ne. Po večini imajo že vse pripravljeno, a čakajo na konkurenco, da bodo spravili na trg kaj podobnega. Ko vidijo, da konkurenca podoben izdelek spravlja na trg, takrat tudi prvo podjetje prične spravljati izdelek na trg. To je dobro zato, ker jim pokaže, da je nekaj na tej stvari in iz tega bo neka prodaja, ter če si drugi, imaš še dosti možnosti za izboljšave. Prav tako se s tem izpodbija možnost, da bi bili prehitro na trgu. Nekateri izdelki, ki so danes propadli, bodo lahko čez 5, 10 ali več let postali prava senzacija.

Izbrano področje, oziroma trg, je tisti, za katerega se podjetje specializira in na katerem se trudi biti najboljši. Področje se širi glede na povpraševanje, če se je nekje povečalo povpraševanje, se splača začeti prodajati na tistem področju. Potrebno je slediti trendom in poskušati predvideti, kje se bo pojavila kakšna nova priložnost, ki se jo izplača izkoristiti.

Pri specifičnem področju, je potrebno vedeti, kjer vse lahko bi prišel tvoj izdelek v uporabo in tam pričneš graditi svojo mrežo. Marketinška mreža pomaga pri prodoru na nov trg, v primeru, da gre za specifični trg, pa zopet tista metoda od ust do ust uporabnikov. Pri specifičnih področjih se veliko kupcev medsebojno pozna, ali vsaj poznajo nekoga, ki pozna nekoga in tako to gre. Vse je tukaj odvisno od tega, kako podjetje tretira svoje kupce, saj teh nima veliko, zaradi tega more biti z njimi v prijateljskih odnosih, saj so mu v bistvu neke vrste »prodajalci«, ki širijo njegovo dobro ime na specifičnem trgu. Pri specifičnih trgih, je dobro proizvajati male serije, saj si podjetje ne sme privoščiti napak. Tako lahko pri vsaki seriji popravi napako in zagotovi, da bo naslednja boljša.

»Ko pridem na neko tekmovanje v tujini od 130 prijavljenih pilotov, me vsaj 70-80 pilotov pozna osebno.«

(vodja marketinga, Merilni sistemi in navigacijske naprave)

Večina podjetji izrablja svoje patente v lastni proizvodnji in jih ne prodaja naprej, ali pa sklene licenčno pogodbo. Licenčna pogodba je večinoma idealna za samostojne inovatorje, saj si z njo zagotovijo nek lep znesek, ki prihaja na mesečni ali letni ravni. Zopet se gre nekaterim bolj za to, da izumijo nekaj novega in zadevo patentirajo in imajo en patent, a nimajo dovolj sredstev, da bi ga spravili v proizvodnjo. Obstajajo pa podjetja, ki se ukvarjajo samo z razvojem in nato patente prodajajo drugim podjetjem, ali pa jim zaračunajo licenčnino. Podjetja imajo tudi nekaj takih patentov, ki so speči, torej se ne uporabljajo v proizvodnji, niti niso licenčni.

Kršitve

Respondenti, ki uporabljajo formalne oblike zaščite intelektualne lastnine, si s tem pridobijo izključno lastninsko pravico. Z nedovoljeno uporabo brez soglasja, je le-ta kršena. Vsi, izjemoma enega respondenta, že imajo izkušnje s kršitvami pravic intelektualne lastnine, in sicer na različne načine:

- nedovoljena proizvodnja izdelkov,
- nedovoljeno oglaševanje izdelkov,
- nedovoljena distribucija izdelkov in
- nedovoljena prodaja izdelkov.

»Je srednji management naredil prospekt in začel to prodajati. Mi smo lastniki, ne more on prodajati za kogarkoli, samo za nas. Za to smo ga plačali.«

»Vsi ti so kopirali, da si ne morete misliti. Čisto vse kopirajo.«
(direktor-inovator-lastnik podjetja, hidravlika, kriogenika, telefonija)

Respondenti ne uporabljajo sistematičnega načina za ugotavljanje kršitev, izjemoma dveh, ki se v prvem primeru kaže kot namensko iskanje po brskalniku in v drugem kot tedensko preverjanje tržne niše, posredno pa tudi ugotavljanje morebitnih kršitev. Nesistematičnemu spremljanju botrujejo pomanjkanje časa in ljudi ter tudi potencialni strošek, ki bi se ob tem pojavil:

»Nikoli ne spremljamo morebitnih kršitev, ker to za nas predstavlja prevelike stroške.«
(vodja razvojnega oddelka, barve, laki in kemični izdelki)

Čeprav večina respondentov deluje na svetovnem trgu in namenskem iskanju kršitev ne dajejo poudarka, je en respondent prepričan, da je le-to zelo pomembno:

»Ko bo zadeva na svetovnem tržišču, bo treba imeti službe na več straneh sveta, da to preverjajo. Brez tega ne gre.«
(samostojni inovator, športni pripomoček)

Dosedanje kršitve so bile pri vseh respondentih vedno ugotovljene slučajno in hkrati na različne načine: respondenti so kršitev slučajno opazili preko izdelkov, opozoril znancev, preko člankov, dva respondenta sta kršitev zaznala na sejmihi:

»... ko se dosti in na sejmihi srečuješ in zelo hitro vidiš, da je neka zadeva dosti podobno narejena kot pri tebi in recimo ko so neki članki objavljeni o tvojih produktih in je tako. Če je zadeva zelo dobra, se bo hitro nekje pojavljala na trgu pač ... ».
(samostojni inovator v družinskem podjetju, sistemi za avtomatsko kuhanje)

»Vedno slučajno. Vedno mimogrede in vedno je to odziv trga.«
(direktor-inovator-lastnik podjetja, hidravlika, kriogenika, telefonija)

Kršitelji so majhna, srednja in velika podjetja iz različnih geografskih območij po svetu, kar pa igra pomembno vlogo za respondente oz. za njihov način reševanja le-teh. Medtem, ko se nekateri

respondenti srečujejo s kršitvami velikih in znanih podjetij, ima en respondent povsem drugo izkušnjo:

»Ne, tipično za kopije je, da niso renomirana podjetja, ampak so drugorazredna. Se pravi, nekako bom rekel šalabajzerska. Niti ne srednja, manjša. Ampak za Nemčijo srednje pomeni tisto, kar je pri nas srednje, je pri njih majhno.«

(direktor-inovator-lastnik podjetja, hidravlika, kriogenika, telefonija)

Kršitve respondenti rešujejo različno, kjer se kot pomemben vidik pojavi velikost kršitelja, v ospredje se postavlja vprašanje, v kakšnem obsegu je bila kršitev storjena, ali kršitelj produkt trži ali gre zgolj za neko podobno prijavo. V slednjem primeru en respondent ne ukrepa:

»Če imate vi patent, ki je pač odobren in potrjen, lahko delate tisti izdelek. Vaš konkurent, ki je 20x večji ima podobno rešitev, ki je pa ne dela, je pa nekje pricurljala tale informacija in je podobno rešitev na hitro naredil, ker je razlika med temi dvema patenti 4 mesece, 5 mesecev. No, in takrat pač se ne naredi nič, po domače.«

(vodja tehničnega razvoja, avtomobilske in industrijske rešitve)

Taisti respondent izpostavlja, v kolikor je stvar resnejša, se prek patentne pisarne ukrepa s pisnim opozorilom, hkrati pa poudarja tudi na pomembnost dobrih odnosov s konkurenti. Pisnega opozorila se poslužujejo tudi nekateri ostali respondenti, ki ga napišejo sami ali pristopijo do odvetnika in patentne pisarne, da se ustrezno ukrepa. Izjemoma dveh respondentov, ostali nimajo izkušenj, da bi šla zadeva dlje kot do opozorilnega pisma, čemur botrujejo:

- visoki stroški: **»Nismo nič mogli. Morate vedeti, da je odvetnik, ki ga najamete za to ali pa urad, vam je tam okoli 700 evrov na uro.«** *(samostojni inovator v družinskem podjetju, sistemi za avtomatsko kuhanje)*
- velikost kršitelja: **»Težava je v tem, da ko mi vidimo, da nekdo krši naš patent, seveda o tem obvestimo patentno pisarno, ampak po navadi, če je to nekdo, ki je bom rekel, 20 krat večji od nas ali 50x večji od nas, v tem primeru je vprašanje.«** *((vodja tehničnega razvoja, avtomobilske in industrijske rešitve)* Razplet reševanja kršitev s pisnim opozorilom je v večini primerih nek dogovor, izvensodna sporazumna rešitev, v skrajnem tudi to, da se ne zgodi nič.

Medtem, ko večina respondentov uporablja defenzivni pristop reševanja kršitev, ima povsem drugačne izkušnje en respondent, ki je identificiral že številne kršitve, k reševanju pa pristopa ofenzivno:

»Druga varianta bi bila in je po moje napačna in se je nikoli nisem posluževal, da napišem pismo, a bi ti nehal, jaz sem lastnik, to nisem nikoli.«

(direktor-inovator-lastnik podjetja, hidravlika, kriogenika, telefonija)

Izvensodne poti se je poslužil zgolj enkrat v tujini, kjer je s pomočjo pisem znanega tujega odvetnika opozoril kršitelje na umik izdelkov iz verige trgovin. Sledila so pogajanja, spor pa je bil umaknjen zaradi diplomatske poteze respondenta, v izogib težavam distributerja, ki je bil respondentov poslovni partner, odškodnine ni zahteval.

Ostale kršitve je respondent reševal sodno v različnih državah, kjer se je poleg ofenzivnega pristopa izkazalo tudi njegovo dobro poznavanje podlag sporov ter prilagajanje različnim situacijam. Respondent ima s sodnimi spori pozitivne izkušnje, saj so bili vsi razpleti ugodeni v njegov prid, izpostavlja pa bistvene slabosti:

- Dolgotrajnost sporov, ki se razlikujejo od učinkovitosti različnih sodnih sistemov po državah. Spori so trajali od najmanj 10 mesecev pa vse do 11 let. Hitrost slovenskega sistema je nekje v sredini.
- Visoki stroški pravnih sporov, ki se višajo glede na čas spora, hkrati pa se po državah razlikujejo.

Pri reševanju vseh kršitev je respondent najel pravnika, v tujini so bili to tuji odvetniki. V enem primeru je celo poiskal več pravnih mnenj hkrati. Razpleti sodnih sporov so bili različni, na kar je vplival obseg kršitve, v enem so sodelovali tudi tehnični eksperti. Respondent je izpostavil le nekaj od mnogo pozitivno ugodenih sporov, ki so se končali s sklepom na prenehanje kršitve, objavo sodbe v štirih revijah, zaplembo izdelkov, prepovedjo prodaje, umikom in v večini tudi s plačilom odškodnine. Dodaja, da je preplah v vseh primerih nastal takoj, nekateri so se želeli pogajati. Izpostavlja tudi poseben primer, ko ni imel pravne podlage za razrešitev spora, saj je bil izdelek zaščiten le na območju Slovenije, sodelujoči partner pa ga je zaobšel v tujini. Tudi v tem primeru je izbral ofenzivni pristop, izdelal je enak ugodnejši izdelek:

»In potem se še rekel, da si jih bom privoščil. Cena, če je bila prej 100, je moja 33. Da jih zradiram s tržišča. In sem jih zradiral s tržišča takoj, ko sem naredil.«

(direktor-inovator-lastnik podjetja, hidravlika, kriogenika, telefonija)

Nekateri respondenti so se znašli tudi v vlogi kršitelja, kjer so kot taki prejeli opozorilno pismo s strani konkurentov. V vseh primerih se je na to odzvala patentna pisarna, stvari so bile sporazumno rešene, zato do sodnih sporov ni prišlo.

Predpostavke in omejitve

Tako kot za projekt, je tudi za sodelujoče ljudi pomembno, da se projekt izpelje do konca, saj tako sodelujoči dobijo neko zadovoljstvo ob uspehu, ki stimulira boljše nadaljnje delo in tudi počutje v podjetju. Z uspešnim zaključkom projekta pa pride tudi finančni doprinos.

Za uspešnost projekta so pomembni partnerji, ki se med sabo z znanjem in spretnostmi dopolnjujejo in usmerjajo. Večina podjetnikov, ki je sodelovala z nami, je še posebej poudarila pomembnost partnerja, s katerim lahko deliš svojo idejo, ki ti pomaga čez proces in ti pomaga speljati zadeve do konca. In tega partnerja je potrebno najti že na samem začetku. Vendar moraš najti pravega partnerja, ki ti bo svetoval ne samo kako patentirati, ampak tudi kako spraviti zadevo na trg.

»Jaz če potegnem črto, se mi zdi smiselno, da najdeš ljudi, da idejo širiš z nekom in da čim prej iščeš nekega partnerja, ker sam boš težko po moje idejo do konca spelal.«

(samostojni inovator, inženirstvo rehabilitacijskih naprav)

Zaposleni morajo poznati svoje podjetje, njegovo miselnost in kulturo, aj se bo s tem izboljšal njihov doprinos tej skupnosti, njihovo počutje in kakovost dela. Čeprav je zaželeno timsko delo, malo konkurence ne škodi, a le do te mere, da ta ne škoduje kakovosti dela, projektu ali podjetju.

Prednost podjetja je, če je to fleksibilno. Potrebno se je vseskozi prilagajati razmeram na trgu in biti vedno pozoren na kakovost svojega dela, saj je konkurenca močna. Zaradi tega je potrebna fleksibilnost tudi pri idejah in iskanju rešitev. Rešitve je najbolje kar takoj zapisati in podati vodstvu, da se ne zgubijo v birokraciji. Je pa res, da mora biti neka stvar formalno pokrita zaradi pridobivanja sredstev, ki so na voljo za razvoj.

Odločitev za patent ni vedno prava stvar, še posebej če si edini, ki znaš neko stvar izdelovati, saj bi s patentom samo razkril celoten postopek. Tako je včasih bolje obdržati kakšno stvar kot poslovno skrivnost. A načine zaščite intelektualne lastnine je potrebno prilagajati na situacijo, včasih je bolje ubrati patent, model, nato zopet poslovno skrivnost.

Za podjetje in njegove projekte je tudi ključno, da najdejo pomoč izven podjetja ter tako pridobijo nov zorni kot. Prav tako pa podjetje pridobi s temi ljudmi nova poznanstva, ki jih je moč nekoč »unovčiti«.

Težava je v tem, da imajo podjetja je premalo resursov, tehničnih resursov, ki bi dovolj kvalitetno preverjali patente in našli luknjo, ki jo je potrebno zapreti za konkurenco.

»Težava je v tem, da je vedno problem, da je premalo resursov, tehničnih resursov, ki bi dovolj kvalitetno preverjali state of the art in patente in našli luknjo v prostoru, kjer se v tej džungli lahko reši.«
(vodja tehničnega razvoja, avtomobilske in industrijske rešitve)

Ena od omejitev je tudi usposabljanje novih sodelavcev, ki imajo samo teoretično znanje, prakse pa nič. Zaradi tega nekatera podjetja rajši zaposlujejo tiste, ki še nimajo dokončane šole, a so zelo praktični.

»Problem je, ko pridejo iz šole, 10+ ocene, prakse pa čisto nič. Potem pridejo pa malo manj blesteči in še nimajo končane šole pa razturajo praktično, tiste pa zaposlimo.«
(vodja marketinga, Merilni sistemi in navigacijske naprave)

V Sloveniji je ta problem, da država dovolj ne podpira inovacij. V Nemčiji na primer, obstaja inštitut, ki je posebej zastavljen za spodbujanje idej in kreativnosti. Plačajo patent in v zameno dobijo 20% od prodanih izdelkov, medtem ko inovator dobi 80%.. Pri nas je tudi problem dragega vzdrževanja patentov, a to je v večini držav isto.

Težave se pojavijo pri zapisovanju postopka pridobivanja idej in pridobiti ljudi, da razmišljajo v smeri razvoja. Problem so kraje idej, ki te lahko omejijo pri tvojem delu.

Omejitve se pojavljajo pri premajhni zmogljivosti proizvodnje, saj podjetja tako ne morejo pridobiti večjih naročil, kot pa so njihove zmogljivosti. Za širitev proizvodnje pa bi šlo preveč denarja, ki ga po navadi tudi ni na voljo. A tukaj je problem tudi čas, oziroma rok, do katerega mora biti neka količina izdelkov dokončana. Stran vržen denar, je nočna mora za vsakega podjetnika, še posebej na začetku. A denar je potreben za vse v tem svetu, za zaščito izdelka, širitev, plače in nabavo surovin. In tako je največji problem pridobivanje finančnih virov, še posebej pri samostojnih inovatorjih ali majhnih družinskih podjetjih, kjer je po navadi dotok finančnega vira samo preko razvojnih projektov in licenc od patentov. Če pa že gredo v prodajo je treba za njeno uspešnost gledati na to, da je stvar dovolj poceni, da se bo sploh prodajala, še posebej če je dosti konkurence na trgu.

Dosti je inovatorjev, ki so imeli dobre ideje, ampak niso imeli niti časa niti denarja niti volje se ukvarjati s tem. Razlog za to je pomanjkanje resursov. Na primer pri projektih, kjer je nek projekt časovno omejen, se v snovanje projekta vključujejo tudi zunanji akterji in po navadi, če ni dovolj

znanja, je potrebno iskati najboljše strokovnjake, ravno zaradi časovne stiske. Te najboljše strokovnjake pa je potrebno posledično toliko bolje plačati.

Pri specifičnosti izdelka po navadi podjetja ne dajo neke stvari drugemu izdelovat, ker preden bi te izobrazili kako in kaj, bi vzelo preveč časa, zato raje stvari opravijo sami. Kar pomeni, da se morajo osredotočiti samo na lastne resurse, finančne, kot tiste, ki zahtevajo potrebno znanje.

»Ne razmišljamo o tem, ker preden izobraziš ljudi, da bi dal kar nekomu ven delati, pobere ogromno časa in zato večinoma delamo tu.«

(samostojni inovator, inženirstvo rehabilitacijskih naprav)

Zunanji in notranji človeški viri

Pod zunanje vire spadajo strokovnjaki določenih strok, odvetniki, zunanji podizvajalci, znanstveniki, zunanji partnerji in patentni urad. Ti delujejo tako na nacionalnem kot mednarodnem nivoju. Odvisno od tega kje jih podjetje najbolj potrebuje. Včasih se vključijo v postopke tudi inštituti in razne firme glede na potrebe podjetja. Odvetniki, patentni urad in zunanji partnerji so vključeni v odločanje glede patentiranja. Podizvajalci se vključijo v določen segment proizvodnje v podjetju. Prodajalci, ki delujejo na tujih trgih gradijo marketinško mrežo za boljšo prodajo. Prav tako je potrebno vedeti kakšni so odnosi »držav«...na primer Španec bo kupil od Nemca, vendar obratno nikakor ne. Pri testiranjih v nekaterih podjetjih sodelujejo zunanji akterji, ki lahko podajo oceno iz drugega zornega kota. Po navadi je ta oseba kupec. Včasih se pri podizvajalcih pojavljajo problemi v primeru, da ne naredijo stvari kot so bile prvotno zamišljene. Glede na specifičnost področja se povečuje število zunanjih virov.

Kar pa se tiče notranjih virov so pri družinskih podjetjih, ali samostojnih inovatorjih kar dobro znani, saj tukaj ni veliko oseb vključenih. Pri podjetjih, pa je to nekoliko drugače, še posebej pri večjih, ki imajo celotne oddelke za specifične stvari, na primer razvoj, komercialo, proizvodnjo, menedžment in ostale. Glede na znanja, nekateri oblikujejo lastne patentne prijave, ter na ta način prihranijo denar. Vendar je odvisno od zahtevnosti, bolj je zahtevna stvar, večja je možnost, da bo vključen še patentni urad in kakšen drug zunanji vir. Pri notranjih človeških virih je največji poudarek na vodstvu, ki sprejema vse temeljne odločitve glede vodenja podjetja, kot tudi načinov zaščite intelektualnih pravic.

Interpretacija

Vzorec izbranih respondentov je bil širok, kjer smo zajeli vse od samostojnih inovatorjev do velikih podjetij, ki delujejo na različnih področjih. Navedeno omogoči pridobivanje skupnih poudarkov, tako pozitivnih kot negativnih, od širokega spektra respondentov. Na drugi strani smo lahko pridobili vpogled v različne pristope k postopku zaščite intelektualne lastnine, ki poteka v več fazah, vse od samega ustvarjanja inovacij, prek prijave in kasneje načinov izrabe.

Ideje prihajajo večinoma iz trga, kot namig ali že dobljen projekt in samo kreiranje respondentom ne predstavlja težav, zato se jih v večini kreira kar znotraj podjetij, s pomočjo uporabe različnih virov in tudi tehnik, vedno pa gre za rešitev nekega problema, v večini tehničnega. Zajema se jih preko sestankov in kolegijev, beleži pa tako na mentalnem kot tudi fizičnem nivoju. Dobre ideje, ki imajo potencial komercializacije se tokom evalvacije podpre, ostale opusti. Pri tem ima vodstvo glavno besedo, sodelujejo tudi inženirji, prodajniki in komercialisti oziroma tisti, ki so in bodo z idejo oz. projektom neposredno povezani. Vsako idejo se skicira, bodisi ročno ali računalniško, nato pa se ustvari delujoči prototip.

V nadaljnjem koraku respondenti razmišljajo ali bodo izum patentirali, ali se morda poslužili kakšne druge oblike zaščite intelektualne lastnine. Največkrat gre za razmišljanje o patentiranju, pri čemer igra pomembno vlogo patentabilnost. Nekaterim je le-ta pomembna že v samem začetku generiranja idej, v večini pa se preverja naknadno. Stanje tehnike v nekaterih primerih in delno preverjajo respondenti bodisi sami ali to počnejo viri znotraj podjetij. Večkrat se obrnejo na patentno pisarno, ki naredi celotno raziskavo, za katero se izpostavlja, da je draga, a hkrati kakovostna. Patentna pisarna ima pomembno vlogo tudi pri oblikovanju patentne prijave in patentnih zahtevkov in nenazadnje tudi prijave patenta. Le redko celoten postopek izpeljejo respondenti sami. Slednje je pogostejše, v kolikor imajo respondenti dolgoletno prakso na področju PIL in izkušnje s kontinuiranim patentiranjem. V nekaterih primerih patentna pisarna poskrbi tudi za prevode, ki se kažejo kot eden izmed večjih stroškov v postopku patentiranja. V izogib le-tem zato nekateri respondenti za prevode poskrbijo znotraj podjetij, predlaga se tudi izraba znancev, ki to storijo bistveno ugodnejše.

Poleg stroškov prijave patenta, kot večje stroške izpostavljajo tudi vzdrževanje patentov, ki je povezano s prijavami na različnih geografskih območjih ter številom le-teh. Respondenti prijavljajo tako na nacionalnem, evropskem in tudi mednarodnem nivoju in v kolikor je teh patentov več, se pogosto odločijo za prenehanje vzdrževanja, kar pomeni prenehanje plačevanja pristojbin. V večini



se te plačujejo 1x letno, odvisno od geografskih območij patentiranja. Poleg stroškov na prenehanje vzdrževanja patentov vplivajo tudi komercializacija, povpraševanje na trgu ter potencial vezan z osrednjo tehnologijo.

Nemalokrat se respondenti že v osnovi odločijo za nepatentiranje. Temu botruje bodisi prijava modela, v kolikor je to možno, ki je učinkovit in ugodnejši, ali strah pred razkritjem preveč informacij. V slednjem primeru se zato raje poslužujejo poslovnih skrivnosti, vendar nekateri v učinkovitost le-teh dvomijo, saj je tu ključen človeški faktor, na katerega nimajo neposrednega vpliva, zato se v povezavi s tem večkrat pojavi neformalna oblika zašite PIL, prvi na trgu.

Pri komercializaciji spremljajo trenutne trende in razmere na trgu. Trende spremljajo zraven na trgu, še na sejnih, predavanjih in revijah. Za postavljanje trendov izrabljajo lastne izume in inovacije, ki jih zaščitijo z patenti, ali na kakšen drugačen način. Svoj izum tudi komercializirajo z njegovo prodajo drugim podjetjem, ali pa z licenčnimi pogodbami, kjer za določen znesek dajo drugemu podjetju pravico, da lahko izrablja njihov patent. Pri tem samostojni podjetniki zagotovijo pri licenčni pogodbi izključno pravico do izrabe, pri večjih podjetjih pa tako tisto z patentom in licenčno pogodbo izrabljata.

Kršitve niso redke, vendar jih nihče od respondentov ne spremlja neposredno sistematično in so vedno ugotovljene naključno, bodisi preko partnerjev ali preko samega odziva s trga. Le-te so bile storjene v razponu blažjih in vse do hujših, pri čemer so v ozadju tako manjša oz. srednje velika podjetja, kot tudi velika svetovno priznana podjetja. Moč slednjih botruje temu, da respondenti, v večini, več kot z opozorilnim pismom niso ukrepali, kjer se kot ključni izpostavljajo visoki stroški pravnega spora, na kar so respondente opozorile tudi patentne pisarne, izjemoma enega, ki se ni opozorilnih pisem nikoli posluževal in je za vsako kršitev izbral ofenzivni pristop. Le-ta je kršitve reševal tako znotraj Slovenije kot tudi zunaj meja, izvensodno in sodno, vse pa so bile ugodene njemu v prid.

Težave se pojavljajo pri resursih, saj jih je vedno premalo, tudi tehničnih resursov, ki bi zagotovili boljše patente. Slovenija dovolj ne podpira inovacij, pri čemer je en respondent omenil, da v Nemčiji obstaja inštitut, ki je posebej zastavljen za spodbujanje idej in kreativnosti. Plačajo patent in v zameno dobijo 20% od prodanih izdelkov, medtem ko inovator dobi 80% procentov. Omejitve se pojavljajo pri premajhni zmogljivosti proizvodnje, saj podjetja tako ne morejo pridobiti večjih naročil.

Izsledki raziskave torej kažejo na to, da v svetu inoviranja zgolj dobra ideja ni zadostna. Le-ta mora biti nujno podkrepljena s potencialom komercializacije oz. še več, v kolikor se izumitelj nagiba k

patentiranju. Dobro je, da so v sam postopek evalvacije vključeni ljudje, ki so in bodo neposredno povezani. z le-to. Pri patentiranju je nujno preverjanje patentabilnosti oz. stanja tehnike, ureditev prevodov, v kolikor se patentira v tujini, oblikovanje patentnih zahtevkov ter podajanje same prijave na patentni urad, v izogib zavrnitvi patentne prijave ali popravljanja le-te. Samostojni inovatorji oz. podjetja imajo tu dve možni poti:

- V celoti ali delno, z uporabo internih virov in poznanstev, lahko inovatorji te korake izpeljejo samoiniciativno, vendar sta potrebna pazljivost in dobro poznavanje področja. Stroški so nižji, zahteva se čas.
- V drugem primeru pa se lahko samostojni inovator oz. podjetje obrne na patentno pisarno, ki nudi kvaliteten in širok spekter omenjenih uslug, kar predstavlja tudi višje stroške.

Pri odločitvi za patentiranje je nujen dobro razdelan načrt geografskih območij, kjer bi se izum patentiral, da se ne izpusti ključnega območja ali celo patentira na območju, kjer ni potencialnega doprinosu, zato je pomembno spremljanje trendov ter tudi poznavanje trga. Izumitelji se lahko tako lahko odločijo zgolj za patentno varstvo v Sloveniji, lahko prijavijo evropski ali mednarodni patent ali gredo v nacionalne prijave v tujini, lahko pa kombinirajo več prijav hkrati. S prijavo patentna inovatorji dobijo prednostno pravico, katero lahko izkoriščajo kot pridobitev časa za razmislek o nadaljnjih korakih, vendar je pri tem potrebna previdnost zaradi visokih stroškov z vidika plačila prijav, nadaljnje in še bolj pa zaradi vzdrževanja oz. plačila pristojbin patenta, ki nemalokrat botrujejo opustitvi le-tega, zato je nujno sprotno preverjanje razmerja med stroški vzdrževanja ter ekonomskim doprinosom.

Ravno zaradi tega, se vse pogosteje omenja upad patentiranja. V kolikor je možno in izumitelji nimajo tehničnih razlogov za patentiranje (onemogočanje konkurence, licenčna pogodba, prodaja patenta), se predlaga posluževanje ostalih načinov zaščit intelektualne lastnine, formalnih in neformalnih, in sicer:

- Prijava modela, v kolikor je to mogoče, saj je postopek hitrejši in ugodnejši, nudi formalno zaščito.
- Prvi na trgu, v kolikor je ključen čas lansiranja produkta in ali gre za tržno nišo, saj postopki formalnih zaščit terjajo svoj čas.
- Poslovne skrivnosti, v kolikor bi s patentiranjem v zahtevkih razkrili preveč informacij konkurenci ter tudi, kadar mora iti produkt čim hitreje na trg. Potrebna pa je prevodnost pred uhajanjem informacij.

- Javna razgrnitev izuma na konferenci, sejmi, manj branih člankih, v kolikor se prepozna, da konkurenca razvija podoben produkt in ga želi patentirati ali v izogib stroškom patentiranja oz. tudi želji po kasnejšem patentiranju.

Vzporedno s formalnimi oblikami zaščite intelektualne lastnine pogosto prihaja do kršitev le-teh. Ni potrebe, da bi inovatorji le-te spremljali sistematično, saj izsledki kažejo, da se kršitve v večini ugotovi slučajno. V ospredju je vprašanje, kako v primeru kršitev postopati, tako v vlogi kršitelja kot tudi nosilca kršene PIL. V primeru, da se inovator oziroma podjetje znajde v situaciji kot morebitni kršitelj zaščitene pravice, se svetuje pristop k patentnemu zastopniku ali pravniku, ki svetuje in strokovno in ustrezno ukrepa.

V kolikor je inovator oz. podjetje imetnik pravice, ki je kršena, obstaja več načinov, kjer je v ospredju pomembna ocena, za kakšno vrsto kršitve gre in kakšne so njene razsežnosti. V izogib stroškom lahko imenik samoiniciativno pošlje opozorilno pismo, vendar je treba opozoriti, da se včasih kljub opozorilu, nič ne zgodi. Druga možna oblika je, da pismo napiše patentni zastopnik oz. pravnik in tako pride do nekih sporazumnih izvensodnih rešitev. Kot zadnje, v kolikor gre za obsežnejšo in očitno nedvoumno kršitev, se priporoča tudi sodno reševanje, kjer se v nekaterih primerih lahko zahteva tudi odškodnino. Pri slednjem sta potrebna tehten premislek in previdnost, saj sodni sistemi v različnih državah delujejo različno in obstajajo določene nacionalne specifičnosti, postopki so lahko dolgotrajni, hkrati pa je potrebno prilagajanje posameznim primerom ter predvideti enormne stroške, ki pri tem nastanejo.

Pri celotnem postopku, ne glede na velikost respondenta, se kot pozitivna kaže povezava osrednje tehnologije z izumi ter specifičnost področij, konsistentnost, motiviranost in visoka tehnologija. Ključ do uspešne poti, se skriva predvsem v dinamičnosti in fleksibilnosti, kjer je sledenje trendom, spremljanje konkurence in trga, nujno.

Največje težave se najpogosteje pojavljajo v pomanjkanju resursov, predvsem že prej omenjenih finančnih. Samostojni inovatorji in podjetja so tu prepuščeni sami sebi, zato bi bilo smotno, da bil na nacionalni ravni organiziran sistematičen pristop finančne pomoči, nagrajevanja ali podpore uspešnim inovatorjem, ki so doprinos slovenskemu gospodarstvu. Poleg finančnega doprinosa bi bila nujna ureditev služb, ki bi se ukvarjala z brezplačnim svetovanjem na področju intelektualne lastnine, kjer bi lahko inovatorji kakovostno in hitro dobili informacije iz prve roke, posledično pa bi se lažje soočali s težavami.

Poleg finančnih resursov pa pogosto primanjkuje tudi strokovno usposobljenih človeških virov, predvsem na specifičnih področjih. Tu bi bilo smotrna vzpostavitev dialoga med samostojnimi inovatorji, podjetniki ter državnimi organi, ki bi pravočasno prepoznavali trende in potrebe ter vlagali v razvoj izobraževanja kadra, ki je nujno potreben.

Vsekakor so izumi z visokim potencialom ključnega pomena, ne zgolj za izumitelje in podjetja, ampak tudi za nacionalno gospodarstvo. Pomembne so raziskave na tem področju, odkrivanje pomanjkljivosti in iskanje priložnosti, vsekakor pa je nujno sodelovanje podpornega okolja z gospodarstvom na vseh ravneh, kjer se išče rešitve, da so nacionalni izumi in njihov doprinos pomembni in vidni ne samo zunaj meja, ampak tudi znotraj države.



Rezultati analize IPR TAD tabel

Analiza IPR TAD tabel je bila narejena tako, da smo pregledali vsako tabelo posebej. Narejena je bila, da bi ugotovili logičen redosled aktivnosti pri procesu ravnanja z intelektualno lastnino ter ugotovili kdo pri njih sodeluje. Na podlagi tega, kar je bilo razvidno iz tabel aktivnosti, smo se o smiselnosti zaporedij aktivnosti in sodelujočih pogovarjali znotraj projektne ekipe in na koncu dobili 43 aktivnosti znotraj sedmih delovnih procesov in 9 sodelujočih (t.i. entitete).

Analiza delovnih procesov

Iskanje ideje in kreiranje IP

Tabela opisuje aktivnosti, ki sestavljajo proces iskanja ideje in so urejena po vrsti. Pri aktivnostih sodelujejo raziskovalci, tehniki, vodstvo in oblikovalci.

KDO	IME AKTIVNOSTI	OPIS AKTIVNOSTI	OMEMBA
raziskovalci, Tehniki, vodstvo (inovator)	Iskanje rešitev - Kreiranje ideje	<input type="checkbox"/>	1+1+1+1+1+1+1 +1
Raziskovalci	Podajanje predlogov brainstorming	<input type="checkbox"/>	1+1+1
Raziskovalci, vodstvo (inovator)	Zapis ideje	<input type="checkbox"/>	1+1+1+1+1+1+1
Raziskovalci , Vodstvo	Opredelitev rešenega problema (Proof of concept)	<input type="checkbox"/>	1+1+1+1+1+1

Oblikovalci, raziskovalci, Tehniki, vodstvo	Izdelava prototipa	<input type="checkbox"/>	1+1+1+1+1
---	--------------------	--------------------------	-----------

Legenda:

SAMOSTOJNI INOVATORJI - Intervjuji 3,5.1

PODJETJA – Intervjuji 1,2,6,8,5.2, 4, 7

Evalvacija

Evalvacija je proces vrednotenja ideje v katerem se sprejmejo odločitve, ki pripeljejo do tega ali bomo patent prijavili in kasneje komercializirali ali ne. Sodelujejo patentni zastopnik, vodstvo raziskovalci in komerciala.

KDO	IME AKTIVNOSTI	OPIS AKTIVNOSTI	OMEMBA
Patentni zastopnik, vodstvo	Odločitev o potencialu komercializacije	◇	1+1+1+1+1
Raziskovalci, vodstvo	Evalviranje ideje	<input type="checkbox"/>	1+1
Patentni zastopnik, Raziskovalci	Pregled stanja tehnike – patentnih baz	<input type="checkbox"/>	1+1+1+1+1
Komerciala, Vodstvo	Ocena stroškov	<input type="checkbox"/>	1
Vodstvo	Odločitev o možnosti komercializacije	◇	1+1+1
Raziskovalci, Komerciala, Vodstvo, Patentni zastopnik	Odločitev za možnostih patentiranja	◇	1+1+1+1
Raziskovalci, Vodstvo	Določitev geografskih območij zaščite	<input type="checkbox"/>	1+1+1+1+1

Legenda:

SAMOSTOJNI INOVATORJI - Intervjuji 3,5.1

PODJETJA – Intervjuji 1,2,6,8,5.2, 4, 7

Registracija – Slovenija

Tabela prikazuje redosled aktivnosti za postopek registracije patenta v Sloveniji. Vključuje aktivnosti vse od tega kdo bo napisal patentno prijavo pa vse do obvestila o podelitvi patenta. Slovenskega patenta ne prejmemo takoj ampak moramo nanj počakati 12 mesecev. Pri teh aktivnostih so najbolj aktivni patentni zastopnik in patentni urad.

KDO	IME AKTIVNOSTI	OPIS AKTIVNOSTI	OMEMB A
Vodstvo	Odločitev za primerno osebo za pisanje patentnega zahtevka	◇	1
Patentni zastopnik, vodstvo,	Obisk patentnega zastopnika?	□	1+1+1+1+1
Patentni zastopnik	Izdelava poročila o rentabilnosti patenta	□	1
Patentni zastopnik, vodstvo	Priprava in vložitev patenta na patentnem uradu RS	□	1+1+1
Patentni urad	Odločitev urada o sprejetju patentne prijave	◇	1+1
Patentni zastopnik	Popravljanje patentnega dokumenta	□	1+1
Patentni zastopnik, patentni urad	Obvestilo o podelitvi patenta	□	1+1

Legenda:

SAMOSTOJNI INOVATORJI - Intervjuji 3,5.1

PODJETJA – Intervjuji 1,2,6,8,5.2, 4, 7

Mednarodna patentna prijava

Pri mednarodni prijavi je sodelovanje patentnih zastopnikov še izdatnejše. Svetovne prijave ne moremo dobiti, dobimo lahko le nacionalne patente za katere se odločimo, da jih bomo pridobili. Odločati se je potrebno le za tiste države, v katerih bomo zaščito resnično potrebovali, saj posamezne nacionalne prijave prinašajo visoke stroške

KDO	IME AKTIVNOSTI	OPIS AKTIVNSOTI	OMEMB A
Patentni zastopnik, Evropski patentni urad	Preverba patentnih zahtevkov	<input type="checkbox"/>	1
Patentni zastopnik	Vložitev zahtevka za patent na WIPO	<input type="checkbox"/>	1
Vodstvo	Plačilo pristojbine	<input type="checkbox"/>	1
Patentni zastopnik	Prijavitev po posameznih državah	<input type="checkbox"/>	1
Patentni zastopnik	Prejem nacionalnih patentov	<input type="checkbox"/>	1

Legenda:

SAMOSTOJNI INOVATORJI - Intervjuji 3,5.1

PODJETJA – Intervjuji 1,2,6,8,5.2, 4, 7

Komercializacija

V postopku komercializacije se lahko odločimo ali bomo za patent iskali licenčne partnerje ali pa bomo izdelek prodajali. Sodelujejo komerciala, raziskovalci in vodstvo.

KDO	IME AKTIVNOSTI	OPIS AKTIVNOSTI	OMEMB A
Komerciala	Razmišljanje o možnostih izrabe patenta - lahko gremo v licenciranje ali pa sami načrtujemo razvoj in prodajo izdelka	<input type="checkbox"/>	1+1
Komerciala, raziskovalci, vodstvo	Snovanje marketinškega projekta prodaje	<input type="checkbox"/>	1
Komerciala, vodstvo	Iskanje partnerjev za licenciranje	<input type="checkbox"/>	1+1+1
Vodstvo	Sklenitev licenčne pogodbe	<input type="checkbox"/>	
Vodstvo, Komerciala	Spremljanje napredovanja patenta/trženja izdelka?	<input type="checkbox"/>	1+1
Vodstvo	Prejemanje denarja od licenčnin – oziroma od prodaje izdelka	<input type="checkbox"/>	1

Legenda:

SAMOSTOJNI INOVATORJI - Intervjuji 3,5.1

PODJETJA – Intervjuji 1,2,6,8,5.2, 4, 7

Kršitve

Tabela prikazuje redosled aktivnosti v primeru, da kdo krši naše pravice glede intelektualne lastnine. Poleg patentnih zastopnikov tu sodelujejo tudi odvetniki. Gre za dve različni vrsti entitet. Tabela vsebuje aktivnosti od preverbe morebitnih kršitev do aktivnosti, ki so vezane na ukrepanje ali ne ukrepanje glede njih.

KDO	IME AKTIVNOSTI	OPIS AKTIVNOSTI	OMEMB A
Raziskovalci, Partnerji	Preverba morebitnih kršitev	<input type="checkbox"/>	1+1+1+1
Vodstvo	Pregled moči konkurenta	<input type="checkbox"/>	1
Vodstvo, Odvetniki	Odločitev o ukrepanju	<input type="checkbox"/>	1+1+1
Patentni zastopnik, Odvetniki	Pisanje opozorilnega pisma	<input type="checkbox"/>	1+1+1
Patentni zastopnik, Odvetniki	Pogajanje	<input type="checkbox"/>	1+1
Vodstvo in odvetniki	Odločitev o tožbi	<input type="checkbox"/>	1
Odvetniki	Tožba	<input type="checkbox"/>	1

Legenda:

SAMOSTOJNI INOVATORJI - Intervjuji 3,5.1

PODJETJA – Intervjuji 1,2,6,8,5.2, 4, 7

Naknadno vrednotenje

V procesu naknadnega vrednotenja gre za vrsto odločitev, ki prispevajo temu ali bomo patent obdržali ali ne. Pri teh odločitvah večinoma sodeluje vodstvo.

KDO	IME AKTIVNOSTI	OPIS AKTIVNOSTI	OMEMBA
Vodstvo	Odločitev o skladnosti patenta s produktno strategijo podjetja	◇	1
Vodstvo	Odločitev o možnosti nadaljne komercializacije	◇	1+1+1+1+1+1
Vodstvo	Odločitev o nadaljnem vzdrževanju	◇	1+1
Vodstvo	Potrditev ohranitve patenta	□	1+1+1
Vodstvo, patentni zastopnik, patentni urad	Vzdrževanje patenta	□	1+1

Legenda:

SAMOSTOJNI INOVATORJI - Intervjuji 3,5.1

PODJETJA – Intervjuji 1,2,6,8,5.2, 4, 7

Opisi aktivnosti

V nadaljevanju opisujemo posamezne aktivnosti razdeljene po posamičnih podprocesih.

ISKANJE IDEJE IN KREIRANJE IP

Naziv aktivnosti	Opis aktivnosti
ISKANJE REŠITEV - KREIRANJE IDEJE	Razni sejmi, ostali dogodki, ki lahko pripeljejo do ideje.
PODAJANJE PREDLOGOV - BRAINSTORMING:	Gre za sestanek kjer je možno predlagati predloge iz katerih lahko pride do ideje.
ZAPIS IDEJE	Ideje pridobljene iz brainstorminga se zapišejo.
OPREDELITEV REŠENEGA PROBLEMA	Ugotoviti je potrebno kateri problem bo ideja rešila in komu.
IZDELAVA PROTOTIPA	Konstrukcija fizičnih objektov.

EVALVACIJA

Naziv aktivnosti	Opis aktivnosti
ODLOČITEV O POTENCIALU KOMERCIALIZACIJE	Odločitev o tem, ali ima ideja potencial in jo je možno komercializirati.
EVALVIRANJE IDEJE	Dodatni sestanek, kjer se ideja oceni in o vrednosti vrednost ideje.
PREGLED STANJA TEHNIKE – PATENTNIH BAZ	Pregledajo se patentne baze, kjer se ugotovi, ali je nekdo drug že patentiral nekaj takega.
OCENA STROŠKOV	Naredijo se finančne projekcije za patent, vključno z napovedjo prodaje.
ODLOČITEV O MOŽNOSTI KOMERCIALIZACIJE	Pregleda se vse možnosti in odloči, ali bo ideja šla v prihodnje v proces komercializacije.
ODLOČITEV O MOŽNOSTI PATENTIRANJA	Odločitev o tem, ali bo ideja v prihodnosti patentirana.
DOLOČITEV GEOGRAFSKIH OBMOČIJ ZAŠČITE	Določijo se države, v katerih bo patent zaščen.

REGISTRACIJA SLOVENIJA

Naziv aktivnosti	Opis aktivnosti
ODLOČITEV ZA PRIMERNO OSEBO ZA PISANJE PATENTNIH ZAHTEVKOV	Glede na zahtevnost prijave patenta se določi ali jo lahko zapiše nekdo znotraj podjetja ali je zahtevnejša in mora pri tem sodelovati patentni zastopnik.
OBISK PATENTNEGA ZASTOPNIKA	Vodstvo in patentni zastopnik se dogovorita o procesu registracije.
IZDELAVA POROČILA O RENTABILNOSTI PATENTA	Izdelava poročila, ki govori o tem ali je ideja zrela za prijavo kot patent.
PRIPRAVA IN VLOŽITEV PATENTA NA PATENTNEM URADU RS	Pripravi se patentni dokument, ki se vloži na patentni urad RS.
ODLOČITEV URADA O SPREJETJU PATENTNE PRIJAVE	patentni urad se odloči ali bo sprejel patentno prijavo ali pa se bo izkazalo, da je potrebno patentno prijavo popravljati.

POPRAVLJANJE DOKUMENTA	Če je treba se dokument popravi in spet vloži na patentni urad.
OBVESTILO O PODELITVI	Patentni zastopnik in patentni urad obvestita vodstvo o podelitvi patenta. Gre le za obvestilo, da se patent prejme pozneje.

MEDNARODNA PRIJAVA

Naziv aktivnosti	Opis aktivnosti
PREVEDBA PATENTNIH ZAHTEVKOV	Patentni zahtevki se prevedejo v druge jezike za namen mednarodne prijave
VLOŽITEV ZAHTEVKA ZA PATENT NA WIPO	Postopek za registracijo se nadaljuje pri Svetovni organizaciji za intelektualno lastnino
PLAČILO PRISTOJBINE	Plača se pristojbina za patent, ki omogoča, da patent ostane v veljavi
PRIJAVITEV PO POSAMEZNIH DRŽAVAH	Patent se prijavi v državah za katere se odločimo v koraku "določitev geografskih območij zaščite"
PREJEM NACIONALNIH PATENTOV	Za vse države katere smo prijavi patent dobimo nacionalne patente. Nacionalni patent se za vsako državo plača posebej.

KOMERCIALIZACIJA

Naziv aktivnosti	Opis aktivnosti
RAZMIŠLJANJE O MOŽNOSTIH IZRABE PATENTA	Patent lahko licenciramo ali pa sami načrtujemo razvoj in prodajo izdelka.
SNOVANJE MARKETINŠKEGA PROJEKTA PRODAJE	Naredi se načrt, kako se bo prodajalo, vključno z distribucijo, oglaševanjem, cenovno politiko...
ISKANJE PARTNERJEV ZA LICENCIRANJE	Poišče se partnerje za licenciranje. V tej fazi potekajo dogovori med morebitnimi partnerji za licenciranje in pogajanja, koliko je partner mesečno pripravljen plačevati za licenčnino. Nato se oblikuje pogodba o licenciranju.

SKLENITEV LICENČNE POGODBE	S partnerji, s katerimi smo se dogovorili, sklenemo licenčne pogodbe, ki dajejo partnerjem pravico do izdelovanja izdelka, oni pa nam plačujejo licenčnine.
SPREMLJANJE NAPREDOVANJA PATENTA / TRŽENJA IZDELKA	Spremljamo, kako napreduje trženje izdelka.
PREJEMANJE DENARJA OD LICENČNIN IN OD PRODAJE IZDELKA	Od vseh partnerjev, s katerimi smo podpisali licenčne pogodbe, prejemamo licenčnine, denar prejemamo tudi od prodaje izdelka.

KRŠITVE

Naziv aktivnosti	Opis aktivnosti
PREVERBA MOREBITNIH KRŠITEV	Konstantno preverjanje mogočih kršitev našega patenta s strani konkurence.
PREGLED MOČI KONKURENTA	V primeru ugotovitve kršitve sledi pregled moči konkurenta. V kolikor smo šibkejši od konkurenta po navadi ne bomo ukrepali, ni pa nujno.
ODLOČITEV O UKREPANJU	Odločitev, ali bomo ukrepali in poslali opozorilno pismo kot prvi korak ali sploh ne bomo ukrepali.
PISANJE OPOZORILNEGA PISMA	V primeru, da se odločimo za ukrepanje proti kršitelju, na njegov naslov napišemo opozorilno pismo in počakamo na odgovor.
POGAJANJE	Proces pogajanja, po navadi o tem, ali je nasprotna stran pripravljena prenehati z

	izdelovanjem izdelka, katerega smo mi patentirali, mogoče kupiti licenco.
ODLOČITEV O TOŽBI	Glede na rezultat pogajanj se odločimo ali bomo šli v tožbo.
TOŽBA	Skrajna rešitev, ko smo porabili vse ostale možnosti in nasprotna stran ni pripravljena sprejeti kompromisa na neformalen način.

VZDRŽEVANJE

Naziv aktivnosti	Opis aktivnosti
ODLOČITEV O SKLADNOSTI PATENTA S PRODUKTNO STRATEGIJO PODJETJA	Proces odločanja, ali nam patent še lahko služi oziroma ali še prodajamo izdelek.
ODLOČITEV O MOŽNOSTI NADALJNJE KOMERCIALIZACIJE	Proces odločanja o tem, ali nam komercializacija izdelka še vedno prinaša dobiček.
ODLOČITEV O NADALJNEM VZDRŽEVANJU	Glede na ugotovitve iz prejšnjih odločitev sklenemo, ali bomo patent še vzdrževali.
POTRDITEV OHRANITVE PATENTA	V kolikor smo se odločili za ohranitev patenta, to potrdimo.
VZDRŽEVANJE PATENTA	Za vzdrževanje patenta je treba vsako leto plačevati letne pristojbine.

Opisi entitet

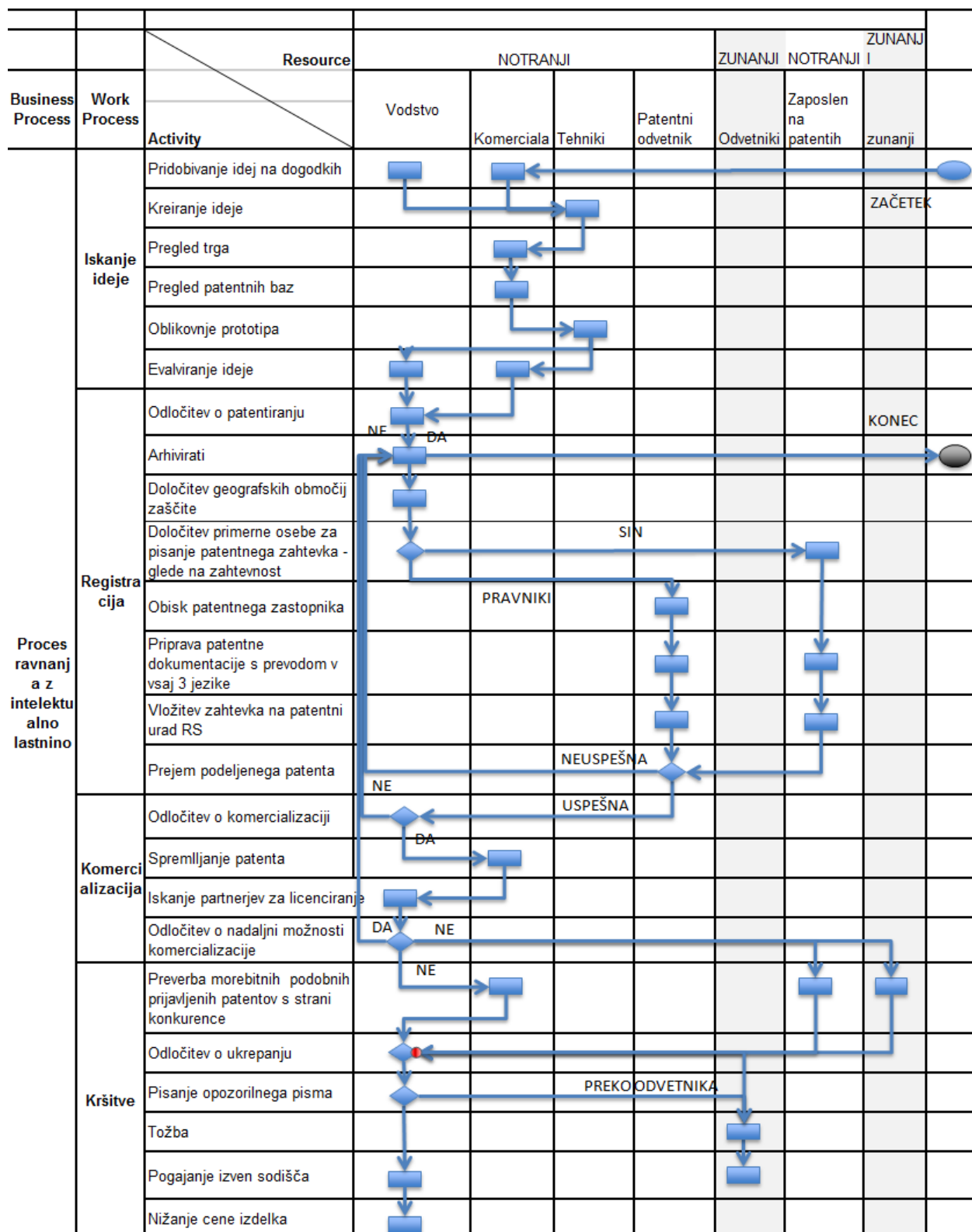
V tem poglavju so podane in definirane vse entitete oziroma skupine ljudi, ki sodelujejo pri aktivnostih procesa varovanja intelektualne lastnine. Tabela spodaj opisuje vsako entiteto posebej, kaj predstavlja in katere podobne fraze so bile uporabljene za predstavitev določene entitete znotraj posameznih tabel aktivnosti oziroma intervjujev.

NAZIV ENITETE	OPIS ENTITETE
Vodstvo	Omenjeno tudi kot inovator.
Raziskovalci	Omenjeni tudi kot inženirji.
Tehniki	Strokovnjaki za tehniko. So primerni za sodelovanje pri izdelavi prototipov.
Oblikovalci	Strokovnjaki za oblikovanje, ustvarjanje, snovanje modelov.
Komerciala	Komercialni oddelek v podjetju
Patentni zastopnik	Ni isto kot odvetniki, ki sodelujejo pri kršitvah, gre za zasebna podjetja, ki so ponavadi zunanji partnerji, lahko sicer sodelujejo tudi pri kršitvah če imajo ta podjetja zaposlena pravnike in odvetnike.
Patentni urad	Državni urad RS za prijavo patentov
Odvetniki	Ločeni od patentnih zastopnikov, sodelujejo pri kršitvah
Evropski patentni urad	Ukvarja se s preverbo patentnih zahtevkov na mednarodni ravni

Od posamičnih tabel do skupne IPR TAD tabele

Narejenih je bilo 9 tabel aktivnosti iz katerih je bila narejena skupna tabela. Spodaj je primeroma prikazana tabela iz intervjuja 8 in razloženo, kako je potekala analiza tabel. Vse aktivnosti so bile v vsaki tabeli posebej najprej poenotene, nato so bile vse tabele pregledane in zapisali smo vse aktivnosti, ki so se v njih pojavljale. Če je bila spodnja tabela označena z rumeno barvo in je omenjala aktivnost "Iskanje partnerjev za licenciranje" potem smo tej aktivnosti dodali +1.

Spodaj lahko vidimo, katere aktivnosti, v kakšnih redosledih ter katere entitete so bile omenjene v konkretna tabeli intervjuja 8.

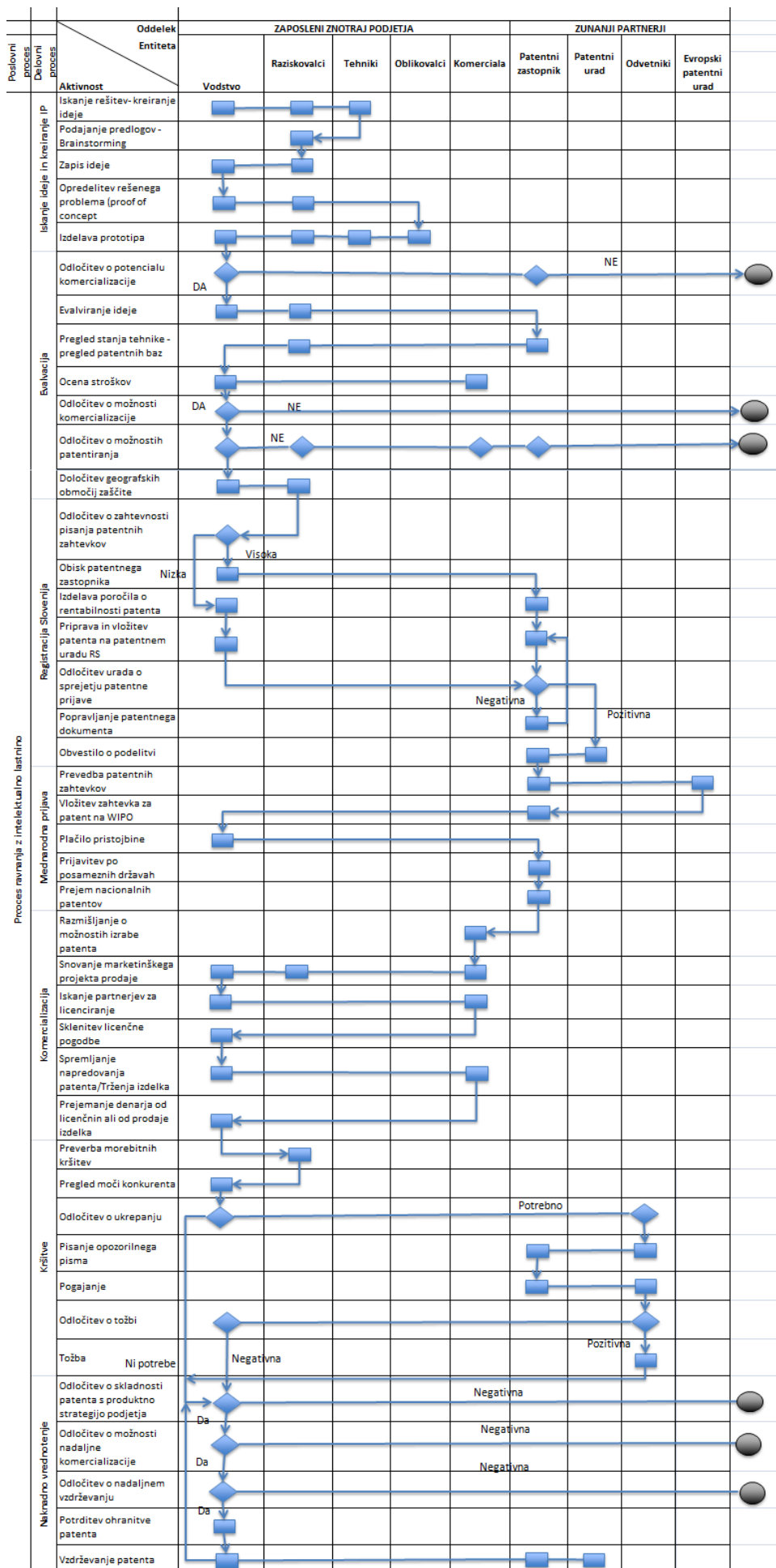


Aktivnosti smo razdelili znotraj posameznih delovnih procesov, pod katerimi se je aktivnost najpogosteje pojavljala. Znotraj katerega procesa spada posamezna aktivnost in redosled aktivnosti smo predebatirali tudi znotraj projektnega tima. Za vsako aktivnost smo tudi pogledali kdo največkrat na njej sodeluje in to skupaj strnili v skupno tabelo.

Končna activity TAD tabela prikazuje postopek ravnanja z intelektualno lastnino. Zajema aktivnosti, ki se nahajajo znotraj delovnih procesov, kot so iskanje in kreiranje ideje, evalvacija, registracija v Sloveniji, mednarodna registracija, komercializacija, kršitve in naknadno vrednotenje. Z analizo tabel smo prišli do **aktivnosti**, ki jih podjetniki pri prijavi intelektualne lastnine opravljajo, vendar se jih včasih ne zavedajo. Tabela bo tako lahko v pomoč pri načrtovanju ravnanja z intelektualno lastnino. Ugotovljene so bile tudi **skupine ljudi**, ki pri aktivnostih sodelujejo, kot tudi njihov **redosled**.

Na naslednji strani lahko vidimo skupno tabelo, ki je bila sestavljena po analizi vseh posameznih tabel in vsebuje vse delovne procese, aktivnosti in entitete, ki najbolje povzemajo proces ravnanja z intelektualno lastnino.



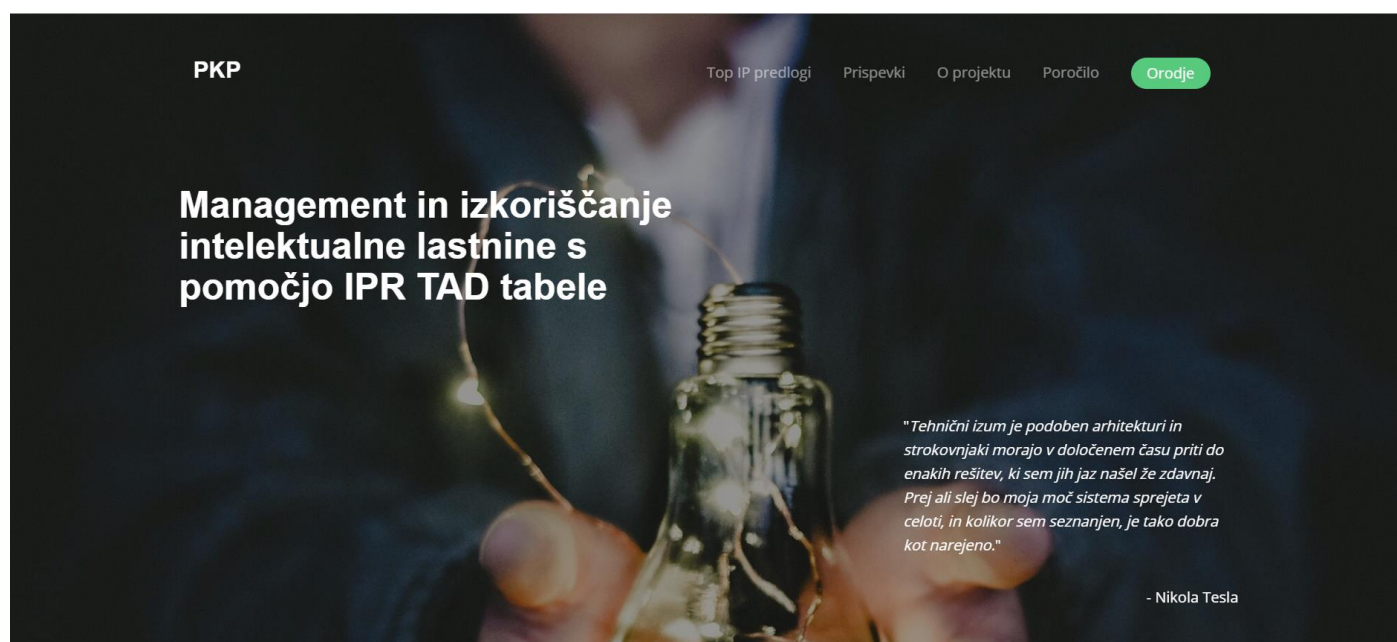


Spletno mesto

»Back-End« (t. i. zaledje) spletne strani je zgrajeno s pomočjo ogrodja »Ruby on Rails«, Front-End (t. i. ospredje) spletne strani pa temelji na HTML5 ogrodju Bootstrap.

Spletno mesto je gostovano na »Platform as a Service« platformi Heroku.com, dosegljivo pa je na eni izmed poddomen Fakultete za informacijske študije v Novem mestu - <https://ipm.fis.unm.si>.

Slika: Spletna stran projekta



Več o spletnem mestu si lahko preberete v **Prilogi 3**.

Zaključek

Sodelujočim je projekt ponudil priložnost priti v neposreden stik s področjem; se seznaniti z nekaterimi najboljšimi praksami menedžmenta intelektualne lastnine na svetu; vzpostaviti stike s slovenskimi podjetniki, inovatorji in menedžerji; pridobivati izkušnje izvajanja intervjujev in testiranja modela v konkretnih okoljih; predvsem pa iskanja inovativnih rešitev, kako zastaviti procese, da bodo podjetja in samostojni inovatorji lahko podana znanja in izkušnje konkretno uporabili. Projekt je obogaten s prenosi znanja na področju PIL.

Opredelitev vloge menedžmenta pravic intelektualne lastnine v slovenskem kontekstu ter zaznavanje potreb s strani MSP ter samostojnih inovatorjev bo omogočila adaptacijo znanj in izkušenj nekaterih top menedžerjev intelektualne lastnine za potrebe slovenskih MSP in inovatorjev.

Oblikovali smo metodološke instrumente (vključujoč vprašalnik za pol-strukturirane intervjuje), podali predloge, povezane z menedžmentom intelektualnih pravic, ter prilagodili obstoječi TAD IPR model, ki je sedaj namenjen večjim (tujim) in PIL intenzivnim podjetjem.

Rezultate smo dosegli tako, da smo:

- ✓ analizirali potrebe MSP ter samostojnih inovatorjev na področju PIL prek analize sekundarnih virov (slovenske raziskave s področja inoviranja in PIL) ter pol-strukturiranih intervjujev.
- ✓ re-analizirali že izvedene intervjuje s top menedžerji intelektualne lastnine v kontekstu iskanja rešitev relevantnih za MSP-je in samostojne inovatorje v slovenskem prostoru
- ✓ proučili obstoječe metodologije za zaznavanje in analizo menedžmenta pravic intelektualne lastnine
- ✓ določili in primerjali relevantna programska orodja za obdelavo in analizo kvalitativnih podatkov
- ✓ izbrali ustrezna podjetja, v okviru katerih smo izvedli intervjuje in testirali TAD IPR model in ustrezne respondente samostojne inovatorje, s katerimi smo izvedli intervjuje
- ✓ obdelali kvalitativne podatke v kontekstu zasnove metode analize vsebine diseminirali rezultate tega projekta (spletno mesto)

Glavni rezultati tega projekta:

- Prilagojena TAD IPR tabela kot orodje za analizo procesov pravic intelektualne lastnine za uporabo v slovenskem kontekstu.
- Re-analizira intervjujev s top IP menedžerji v svetovnem merilu in predlogi izhajajoči iz njih.
- Opravljenih devet intervjujev s slovenskimi podjetji in samostojnimi podjetniki ter pripadajoči transkripti, narejenih deset posameznih TAD IPR tabel aktivnosti in skupna IPR TAD tabela, ki omogoča uporabo s strani slovenskih MSP in samostojnih podjetnikov.
- Znotraj analize intervjujev prepoznanih več oblik zaščite intelektualne lastnine, s patentiranjem v ospredju, ki se kaže kot problem zaradi visokih stroškov, razkritja informacij o izumu ter časa, zato se ga posledično večkrat nadomesti s cenovno ugodnejšimi in hitrejšimi oblikami zaščite PIL.
- Navedene glavne omejitve uporabe pravic intelektualne lastnine s strani slovenskih podjetij in predlogi ter dobre prakse povezane z uporabo pravic intelektualne lastnine, izhajajoče iz analize intervjujev.
- Spletna stran projekta, dosegljiva na: <http://ipm.fis.unm.si/>, ki omogoča trajno diseminacijo rezultatov in za katero je bilo spisanih prek 30.000 vrstic kode.

Ključni problem za inovatorje in podjetja predstavljajo visoki stroški v postopku patentiranja, kot tudi pri samem uveljavljanju pravic intelektualne lastnine. Zaradi tega ključnega problema, se inovatorji pogosto ne odločijo za patentiranje izumov, kar pa odpre prostor konkurenci in s tem negativno vpliva na slovensko gospodarstvo. Vključitev patentnega zastopnika lahko veliko stane, zato samostojni inovatorji postopek patentiranja pogosto speljejo sami. Pri inoviranju je ključno dobro poznavanje področja, spremljanje trga ter konkurence in sledenje trendom. Pogosto izumitelji ugotovijo, da je njihov izum pred časom in trg še ni zrel in pripravljen na sprejem izuma. Inoviranje v Sloveniji je v primerjavi z nekaterimi drugimi državami (npr. Nemčijo) premalo podprto. Inovatorji kršitev PIL pogosto ne spremljajo sistematično, ampak jih opazijo naključno. Kršitev inovatorji ne zanemarjajo, vendar pa se zaradi strahu pred večjimi podjetji ter zaradi previsokih stroškov za sodno pot najpogosteje ne odločijo.

Viri

1. Alkaersig, L., Beukal, K., Reichstein T., Beukel K.: Intellectual Property Rights Management: Rookies, Dealers and Strategists, Springer, 2015.
2. American Intellectual Property Law Association. Pridobljeno iz: <http://www.aipla.org/Pages/default.aspx>. (15.04.2017)
3. Brankovič, A.: Pravice intelektualne lastnine in njihov pomen za konkurenčnost podjetij, diplomsko delo, 2006. Dostopno prek: <http://dk.fdv.uni-lj.si/dela/Brankovic-Alenka.PDF>.
4. Cornish, W. D. L.: Intellectual property: patents, copyright, trade marks and allied rights, London, Sweet and Maxwell, 2003.
5. CrashCourse: Introduction to Intellectual Property: Crash Course IP 1. (Youtube), 2015. Pridobljeno iz: <https://www.youtube.com/watch?v=RQOJgEA5e1k> (15.4.2017)
6. Damij, N.: Management poslovnih procesov: modeliranje, simuliranje, inovacija in izboljšanje. Ljubljana: Založba Vega, 2009.
7. Fisher WW In Oberholzer-Gee F. (2013). PrStrategic Management of Intellectual Property – An Integrated Approach. (15.4.2017)
8. Forum inovacij: O intelektualni lastnini. Pridobljeno iz: <https://www.foruminovacij.si/> (15.4.2017)
9. Intelektualna lastnina. Pridobljeno iz: https://www.uni-lj.si/sodelovanje_z_gospodarstvom_in_sirsim_druzbenim_okoljem/cpt/intelektualna_lastnina/ (15.4.2017)
10. luStart: Kaj je intelektualna lastnina in kako jo zaščititi?, 2014. Pridobljeno iz: <https://startaj.finance.si/8807029?cctest&&cookietime=1493833354> (10.3.2017)
11. Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije. Dostopno na: <http://www.spiritslovenia.si>, 2017
12. Jennewein, K.: Intellectual Property Management. Physica-Verlag HD, 2004.
13. Likar, B.: Učinkovito upravljanje intelektualne lastnine. V: Knowledge for business in border regions, Ljubljana : Public Agency for Technological Development of the RS, 2009, str. 114-127.

14. Managing Intellectual Property. Pridobljeno iz: <http://www.managingip.com>. (15.4.2017)
15. Modic, D., Damij, N.: "Own-it" : managing intellectual property processes via the activity table in creative industries. V: LUGMAYR, Artur (ur.), et al. Information systems and management in media and entertainment industries, (International series on computer entertainment and media technology. Cham: Springer, 2016.
16. Modic, D.: Novi vidiki varovanja intelektualne lastnine v kontekstu inovacijskih sistemov (na primeru Slovenije) (doktorska naloga), Nova Gorica: FUDŠ, 2013.
17. Nastran, Gorišek D.: Upravljanje z intelektualno lastnino v podjetju Iskratel, 2009. Pridobljeno iz: <http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/978-961-266-033-8/prispevki/Nastran%20Gorsek%20Damjana.pdf> (10.3.2017)
18. Norcat. Startup101 - IP Management, 2016. (Youtube) Pridobljeno iz: <https://www.youtube.com/watch?v=qGw1qZ92V5Q> (15.4.2017).
19. Phillip K.: Marketing management. Ljubljana, Slovenska knjiga, 1996.
20. Poslovna skrivnost. Dostopno prek: <https://zakonodaja.com/zakon/zgd-1/39-clen-pojem-poslovne-skrivnosti> (dostopno dne 26.5.2017)
21. Pot do patenta. Dostopno na: http://www.uil-sipo.si/fileadmin/upload_folder/prispevki-mnenja/pot-do-patenta.pdf (15.4.2017)
22. Puharič, K.: Gospodarsko pravo z osnovami prava, Ljubljana, Uradni list Republike Slovenije, 2004.
23. Bohinc, R. in Kete Ujčič, M.: Gospodarsko pravo 3, Ljubljana: FDV, 2003.
24. Rozman, B.: Intelektualna lastnina in patentni uradi v dobi globalizacije, Teorija in praksa, 36, 1999, pp.1027- 1040. Dostopno prek: <http://dk.fdv.uni-lj.si/tip/tip19996rozman.PDF> (10.3.2017)
25. Schwartzman E.: Intellectual Property Security Awareness (Udemy), 2015. Dostopno na: <https://www.udemy.com/intellectual-property/> (4. 4. 2017)
26. Slovenian Intellectual Property. Dostopno na: <http://www.uil-sipo.si/sipo/office/tools/home/> (15.4.2017)
27. Slovenski računovodski standard- neopredmetena sredstva. Dostopnana: https://www.racunovodja.com/clanki.asp?clanek=9055/Slovenski_racunovodski_standard_2_2016_-_NEOPREDMETENA_SREDSTVA (25.5.2017)
28. Temeljna načela intelektualne lastnine. Pridobljeno iz: https://www.gzs.si/skupne_naloge/inovativna_slovenija/vsebina/Intelektualna-lastnina-Zakaj-in-kako/Temeljna-nacela-intelektualne-lastnine (5.4.2017)

29. The Michelson 20MM Foundation: Intellectual Property: Inventors, Entrepreneurs, Creators (Udemy), 2017. Dostopno na: <https://www.udemy.com/intellectual-property-inventors-entrepreneurs-creators/> (4. 4. 2017)
30. Trademark. Dostopno na: <https://en.wikipedia.org/wiki/Trademark> (15.4.2017)
31. Urad RS za intelektualno lastnino. Dostopno na: <http://www.uil-sipo.si/>, 2017
32. What is Intellectual Property? Dostopno na: <http://www.wipo.int/about-ip/en/> (15.4.2017)
33. Zakon o industrijski lastnini. Dostopno na: <https://www.uradni-list.si/glasilo-uradni-list-rs/vsebina/2003-01-0242?sop=2003-01-0242>.
34. Zaščita intelektualne lastnine. Dostopno na: <https://www.podjetniski-portal.si> (15.4.2017)
35. Zirnstern, E: Patentno varstvo v Evropi: razvoj in perspektive, Koper, Univerza na Primorskem, 2007, pp. 15-23.



Priloge

1. Priloga 1: Vprašanja za intervjuje
2. Priloga 2: Specifikacija spletnega mesta



Priloga 1: Vprašanja za intervjuje

Glavno vprašanje: Ali mi lahko poveste redosled aktivnosti, ki so povezane s postopki, ki se nanašajo na pravice intelektualne lastnine, od samega ustvarjanja IL do izrabe PIL, ter kdo pri tem sodeluje in koliko časa za posamezne aktivnosti potrebujete. V primeru Vašega podjetja, ki ima veliko inovacij, me bodo zanimali postopki varovanja vaših inovacij z mehanizmi varovanja kot so na primer poslovne skrivnosti in pomembnost dejstva, da si prvi na trgu.

Če se strinjate, bi šli po posameznih fazah, od ustvarjanja inovacij, prek prijave in kasneje načinov izrabe - oziroma po krajših sklopih - in bi vas prosil, da mi poveste aktivnosti, osebe in čas posamezne aktivnosti in pa IZPOSTAVITE tudi NAJVEČJE TEŽAVE OZIROMA DOBRE PRAKSE V VAŠEM PODJETJU na katere ste posebej ponosni v povezavi s posameznimi aktivnostmi povezanimi z varovanjem intelektualne lastnine.

IP ustvarjanje, kreiranje

1. Kako dobivate ideje(elektronski sistem, baza, sestanki z raziskovalci ali drugimi..), ki jih kasneje patentirate? So to zunanji viri, notranji viri? Se morda na kateri točki razmišlja o zunanjih partnerjih za sodelovanje ali morda kasneje?
2. Kdo pregleduje in kako zajema te ideje (elektronska baza, obrazec, prijava)? Kdo pogleda, kaj se je na tem področju že zgodilo, ali se splača, da se začne postopek evalvacije ipd, se vrne nazaj k raziskovalcu pogovoriti ?
3. Ali se ideje beleži, arhivira za druge raziskovalce?
4. Čas, ki je potreben za posamezne aktivnosti?

IP vrednotenje, evalvacija

1. Ali kdo preverja, kaj takega je že na trgu, pregleda patentne baze?
2. Kateri so tisti kriteriji, odločevalci, kdaj se splača in ali se ne splača formalno zaščititi IL? Kdaj ta korak odločitve naredite – ali boste prijavljali patent oziroma kakšno drugo formalno pravico intelektualne lastnine (znamko, model) ali boste uporabili kakšen drug neformalni mehanizem (npr. poslovno skrivnost, biti prvi na trgu,...)?
3. Kdo so ti ljudje, ki odločajo in katere so aktivnosti? Čas?
4. Je pomembno ali gre za osrednjo (core) tehnologijo, če ni – se vprašate ali je vredno dati resurse? Če ni, morda razmišljate, kaj bi se lahko s tem naredilo, morda prodalo? Spremljate morda bodoče trende?

5. Kaj pa, če se odločite, da formalnega postopka zaščite ne uporabite, to kam arhivirate, kdo to naredi in kam?
6. Ali kdaj razmišljate o povezovanju več pravic IL skupaj? Ko prijavljate model, razmišljate, da bi ga hkrati tudi patentirali oz. ko prijavljate patent ali razmišljate, da bi registrirali hkrati tudi model? Se kdaj razmišlja o tem, da se ne patentira zgolj zaradi patenta samega?
7. Na kateri točki se razmišlja o stroških in od kje prihaja vir financiranja?

IP Registracija

1. Zakaj se sploh odločite za prijavo patenta in kako izgledajo aktivnosti povezane s tem? Kdo sodeluje? Ali vam pri tem kakšen resurs manjka? Koliko časa posamezne aktivnosti tipično potekajo?
2. Kako oz. na podlagi česa se odločite, kaj bo patent zajemal, t.j. kakšni bodo patentni zahtevki oziroma, kaj je tisto, kar se bo prijavilo? Opravi kdo kakšen dodaten pregled stanja ali se zanašate na tisto, kar je bilo ugotovljeno v prejšnjih fazah oziroma aktivnostih?
3. Kako poteka postopek registracije, pregleda stanja tehnike? A se pojavljajo kakšne omejitve? Kdaj, kdo in kako se odloča na katerem območju bo ta patent oz. model zaščiten, kaj botruje odločitvi?
4. Kdo so te osebe, ki so vključene v komunikacijo z uradom?
5. So bile vaše prijave uspešne/ ste jih morali popravljati? (Kaj je bilo potrebno popravljati oz. kje je bila težava?)
6. Se posvetujete s pravnim zastopnikom ali nadaljujete?
7. (Kakšni so stroški pri modelu, patentu, kakšni so v Sloveniji, kakšni v tujini)

IP Komercializacija

1. Ali vsak patent, model komercializirate? Morda ostane kakšen t.i. polični ali »speči« patent, ga arhivirate?
2. Če izum začnete izrabljati v lastni proizvodnji, ali je to povezano še s kakšno dodatno, posebno aktivnostjo? Na tej točki vpletete še koga?
3. Morda na tej točki razmišljate o iskanju novih priložnosti, partnerjev? Npr. licenciranje, prodaja ipd?
4. Ali patente, modele, kako klasificirate po pomembnosti? Je kakšen patent oz. model za podjetje pomembnejši od drugega? Če ja, kako klasificirate, imate kakšen poseben postopek razvrščanja?

Naknadno vrednotenje

1. Se po uspešni registraciji čez čas vprašate, kaj s patentom, modelom ali ga boste še imeti ali ne? Razmišljate o tem ali bi ga še obdržali ali morda uporabili kakšno drugo strategijo? Kdo? Kdaj?
2. Preverjate ali je še vedno znotraj produktne strategije podjetja? Je dovolj donosen? Kako se umešča v portfelj podjetja? Je prav to tisto, kar podjetje rabi?
3. Obdržite patent v veljavi, dokler mu veljavnost ne preneha ali ga predčasno nehate vzdrževati, ker so morda stroški preveliki in ni donosen?
4. Razmišljate o prijavi sorodne PIL po izteku prejšnje?

Zaščita PIL

1. Kako pa je z uporabo in izrabo patenta, redno spremljate za morebitne kršitve? Imate, kakšen postopek spremljanja? Pristopite analitično, kdo to naredi in kaj vsebuje analiza?
2. Ali se kršitve morebiti slučajno ugotovi?
3. Ali je pri kršitvah za vas pomembno za katero podjetje gre, koliko je močno na trgu? Je pomembno, kje se geografsko nahaja in kakšna je ta kršitev?
4. V takem primeru postopate? (Pravno, morda s pismom).
5. Kako se po vaših izkušnjah PIL spor konča? Ali: imate kakšno izkušnjo...?

Dodatna vprašanja

1. Koliko časa traja aktivnost od same ideje do odločitve, da se nekaj formalno zaščiti?
2. Koliko časa preteče od registracije patenta ter vse do komercializacije?
3. Uporabljate še kakšne druge formalne ali neformalne oblike zaščite intelektualne lastnine?
4. so v kakšnem delu postopka vključeni tudi zunanji sodelujoči? Kdo so in pri katerih korakih sodelujejo? Kakšni stroški nastanejo?
5. Ali je kdaj formalna prijava IL izvedena kasneje kot bi bila sicer oz predvidoma, zaradi kakršnihkoli omejitev? Katerih?

PKP

Znanja svetovno najuspešnejših menedžerjev intelektualne lastnine za slovenska podjetja in samostojne inovatorje

Specifikacija spletnega mesta

Tehnologije:

- Ruby on Rails
- HTML5, CSS3
- Javascript, JQuery

Link do spletne strani:

- <http://www.ipm.fis.unm.si/>

Link do admin sekcije:

- <http://www.ipm.fis.unm.si/admin>
- Email: admin@email.com , Geslo: password123


1. Domov

1.1 Verzija 1 (Google sites)

[Preview page as viewer](#)


PKP

[Domov](#) [O Projektu](#) [Ekipa](#) [Novice](#)



Google Sites Slider - Basic Chevron Template

This is a template for a presentation to use as a Google Sites Slider/Slideshow. All of the images or content should appear above this text box. The visible area's aspect ratio is 7:2 so if you want the slide to be 700 pixels wide then you need to make the height 200 pixels






Image One

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In tincidunt nisl felis. Praesent laoreet mollis justo id omare. Curabitur congue, odio vel faucibus interdum, felis magna euismod ante, id dignissim lectus libero id nisl. Nunc justo arcu, eleifend in congue id, tempus et lorem. In ultricies tincidunt posuere. Duis ut commodo urna. Vestibulum tellus felis, faucibus eget blandit eu, egestas eu mi. Proin posuere adipiscing mollis. Nam sit amet neque erat. Nulla ac fringilla est. Suspendisse lacinia cursus imperdiet. Maecenas id ultricies eros. Mauris lacinia nibh et nunc porta laoreet facilisis ipsum consequat. Praesent id felis in ligula vestibulum hendrerit. Suspendisse tincidunt velit ut mi bibendum nec commodo sem consequat.

Tip: How to insert objects like these in your page.

Messages




Image One


One last rally... Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras sem nunc, vehicula et tincidunt ac, sagittis eget risus. Nullam ac nunc sem, non varius felis. Praesent eleifend scelerisque urna, in ...
Posted Mar 31, 2017, 3:17 PM by Jernej Gabrč

We're on target... Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc tristique tortor eget nulla eleifend feugiat. Donec nulla felis, vulputate fringilla ultricies id, congue et odio. Integer urna orci, pellentesque eget ...
Posted Mar 31, 2017, 3:17 PM by Jernej Gabrč


The results of our survey... Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc tristique tortor eget nulla eleifend feugiat. Donec nulla felis, vulputate fringilla ultricies id, congue et odio. Integer urna orci, pellentesque eget ...
Posted Mar 31, 2017, 3:17 PM by Jernej Gabrč

We only have 10 days left... Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc tristique tortor eget nulla eleifend feugiat. Donec nulla felis, vulputate fringilla ultricies id, congue et odio. Integer urna orci, pellentesque eget ...
Posted Mar 31, 2017, 3:17 PM by Jernej Gabrč


Showing posts 1 - 4 of 4. [View more »](#)




REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT



Javni štipendijski, razvojni,
invalidski in preživninski
sklad Republike Slovenije



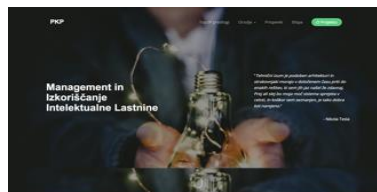
EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI SKLAD
Razvojna v vašo prihodnost



Fakulteta za
informacijske študije
Faculty of information studies

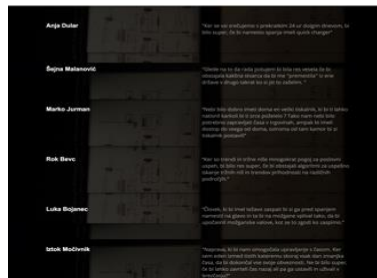
[Sign in](#) | [Recent Site Activity](#) | [Report Abuse](#) | [Print Page](#) | Powered By [Google Sites](#)

1.2 Verzija 2



Naša Ekipa

*Doma študentov Fakultete za strokovnopravne študije v Novem mestu. Vse uvedeni podatki predstavljajo le približne, saj se je v preteklih letih izmenoval naslov študijskega programa, zaradi česar je težko ugotoviti, koliko študentov je bilo vključenih v študij pravnih študijskih programov v Sloveniji.



Prispevki

the company will continue to develop its innovative financial management programs and programs (continued)



DOI: 10.1002/anie.201500000



IPR TAD Tabela

© 2002 Blackwell Publishing Ltd *Journal of Internal Medicine* 252: 399–405

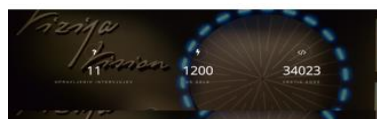


Uporaba IPR TAD tabele

Tabela kot prilogi

Downloaded from <http://www.jstor.org/stable/2346122>

Improving on the 1980s



Respondenti pravilno

¹⁰ "Dilectus est nobis, per nos, per omnes nos homines, & omnes nos omnes homines per nos omnes homines, per omnes nos omnes homines."¹¹

¹⁰ "The fact that the defendant's conduct was negligent is not a defense to the claim of strict liability." *Restatement (Second) of Torts* § 402A, cmt. d.

"Not problems, problems, problems, problems!"

1000 "But he asked, 'Are you attempting to communicate?'
1001 He gave silence. Then, once, he gave perfection."

^aFor groups, the average confidence, but only, in their verbal answers during, compared the overall confidence, the two to the videotape. For *p*-values. ^bUpper confidence confidence, but only, in their verbal answers during, compared the overall confidence, the two to the videotape. For *p*-values. ^cUpper confidence confidence, but only, in their verbal answers during, compared the overall confidence, the two to the videotape. For *p*-values.



2. TOP IP Predlogi

Podstran s Predlogi top IP managerjev:

PKP

Top IP predlogi

Orodje +

Prispevki

Ekipa

O Projektu

Predlogi top IP managerjev

"Pravica intelektualne lastnine ni namenjena temu, da nekaj narediš, ampak da preprečiš drugemu da nekaj naredi. Zaradi tega je potrebno predvideti in videti kaj lahko drugi počnejo."

1

"Dober portfolio intelektualne lastnine je lahko dobra reklama za morebitne interese, katerim se lahko podeli licenca, zato bi bilo dobro vprašanje, če se podjetja temu posvečajo in ali imajo kakšen postopek, ki jim pomaga narediti dober portfolio."

2

"Ker je potrebno, da ideje ostanejo zaupne bi bilo dobro vedeti ali se v podjetjih ukvarjajo z načini kako znotraj podjetja zvišati mero zaupanja, da ne bi informacije uhajale"

3

"Ker ima vsako podjetje različen model za management intelektualne lastnine, če ga sploh ima, bi bilo dobro vedeti ali imajo svoj program za izboljšavo modela managementa intelektualnih pravic, ki ga izboljšujejo glede na prakso, ki jim pomaga izboljšati in poenostaviti proces vodenja IL."

4

"Za boljši management intelektualnih pravic je potrebno boljše zunanje in boljše interno komuniciranje. Vzorec ali model sporazuma bi morda včasih pospešil postopke licenciranja."

5

"Osebnost ne bi nikoli omejila patenta ali se odrekel pravic do varstva za določene države, ki so pomembne za poslovanje."

6

"Ščitimo tako, da zadev ne prikazujemo dobaviteljem, ne prikazujemo kupcem in pač povemo, da je to izhod, kako smo pa prišli do tega, jim pa ne razkrijemo."

7

P PKP

© 2017 Pkp.
Vse pravice pridržane.
Developed by The Team
Images: Unsplash

LINKS

[Predlogi](#)
[IPR Tabela](#)
[Prispevki](#)
[Poročilo?](#)

FIŠ

[FIŠ](#)
[Facebook](#)
[Twitter](#)
[Instagram](#)

O PROJEKTU

Projekt je financiran s strani:
Ministrstvo za izobraževanje, znanost
in šport Republike Slovenije, Javni
študijski, razvojni, invalidski in
preživalski sklad Republike Slovenije
in Evropski socialni sklad Evropske
unije.

PREBERI VEČ

REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT

Javni študijski, razvojni,
invalidski in preživalski
sklad Republike Slovenije


EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI SOCIALNI SKLAD
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

Fakulteta za
informacijske študije
Faculty of Information Studies

Admin sekcija za dodajanje TOP IP predlogov:

- Vsi predlogi, dodani skozi admin ploščo, se dinamično prikazujejo na podstrani Predlogi top IP managerjev

IL Predlogi + Dodaj nov predlog

ID	Title	Description	Icon	Actions			
2	Title 2	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing...	/	Prikazi	Uredi	Zbrisi	14 Jun 11:51
3	title 3	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing...	/	Prikazi	Uredi	Zbrisi	14 Jun 11:51
6	naslov	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing...	/	Prikazi	Uredi	Zbrisi	14 Jun 11:52
4	title 3	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing...		Prikazi	Uredi	Zbrisi	14 Jun 11:51

Nov Predlog

Naslov

Opis

Icon

Kako vnesem ikonco? Na [Font Awesome](#) izberi ikono ter prilepi class icone v polje zgoraj.

Npr: *fa fa-facebook-official* =

SHRANI

PREKLIČI

3. Orodje

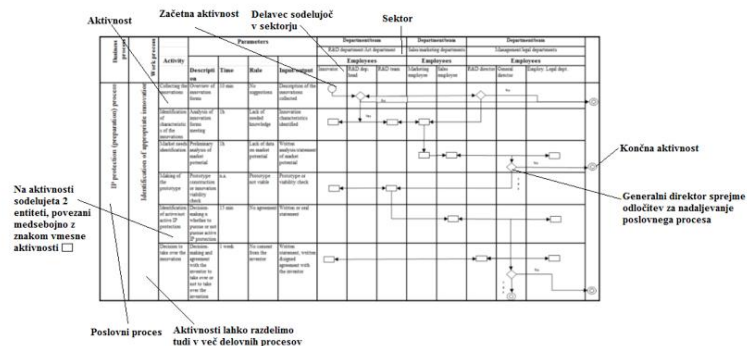
3.1 Uporaba IPR TAD tabele

Podstran **uporaba** IPR TAD tabele:

- Ta podstran vsebuje navodila za uporaba tabele aktivnosti



TAD tabela vsebuje strukturirano zbirko aktivnosti, ki prinesejo rezultate za izbrani poslovni proces. Poslovni proces lahko vsebuje enega ali več delovnih procesov, delovni procesi pa eno ali več aktivnosti. Aktivnosti potekajo v določenem zaporedju in se med seboj povezujejo. Aktivnostim lahko v TAD tabeli pripišemo vse povezave k ostalim aktivnostim s katerimi se povezujejo, opredelimo osebe, ki na aktivnosti sodelujejo, opredelimo ali gre za začetno, vmesno, končno aktivnost ali odločitev. Lahko jo obogatimo tudi z različnimi parametri kot so naprimer opis, čas trajanja, pravila, ki veljajo za aktivnost in njeni vhodi in izhodi. Aktivnosti med seboj povezujejo s puščicami. Da pa bi vedeli katera oseba sodeluje na aktivnosti pa vpišemo opisni znak za aktivnost v presek med aktivnostjo in osebo, ki na aktivnosti sodeluje. V primeru, da gre za začetno ali končno aktivnost je ta znak krog, za vmesno aktivnost je to kvadrat, če pa gre za odločitev vpišemo romb. Tudi entitete oziroma osebe, ki na aktivnostih sodelujejo lahko razdelimo v več sektorjev, ki so lahko eksterni ali interni, katerih del je ena ali več oseb, ki lahko sodelujejo na aktivnostih. Vsako polje, ki vsebuje katerega od znakov pomeni, da oseba sodeluje na določeni aktivnosti. Aktivnosti, ki so potrebne za izvedbo poslovnega procesa pridobimo z intervjuvanjem oseb, ki imajo izkušnje in znanje v poslovnem procesu za katerega se TAD tabela izpolnjuje.



Slika predelana po VIR

Simbol Kvadrat \square pomeni, torej da je entiteta resurs oziroma izvajalec aktivnosti, ki se nahaja v križišču z njo. Puščica se lahko uporabi vodoravno ali navpično. Vodoravna povezava poveže vse entitete, ki na aktivnosti sodelujejo, z navpično puščico pa povežemo zaporedne aktivnosti. Simbol Romb \diamond pomeni odločitev, katerih povezave lahko razpršimo na toliko poti kolikor možnih je odločitev. Simbol krog \circ pa označuje, da je označena aktivnost zaključna.

P PKP

© 2017 Pkp.
Vse pravice pridržane.
Developed by The Team
Images: Unsplash

LINKS

Predlogi
IPR TAD tabela
Prispevki
Porocilo?

F18

RS
Facebook
Twitter
Instagram

O PROJEKTU

Projekt je financiran s strani:
Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport Republike Slovenije, Javni štipendijski, razvojni, invalidski in preživninski sklad Republike Slovenije in Evropski socialni sklad Evropske unije.

[PREBERI VEČ](#)

REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT

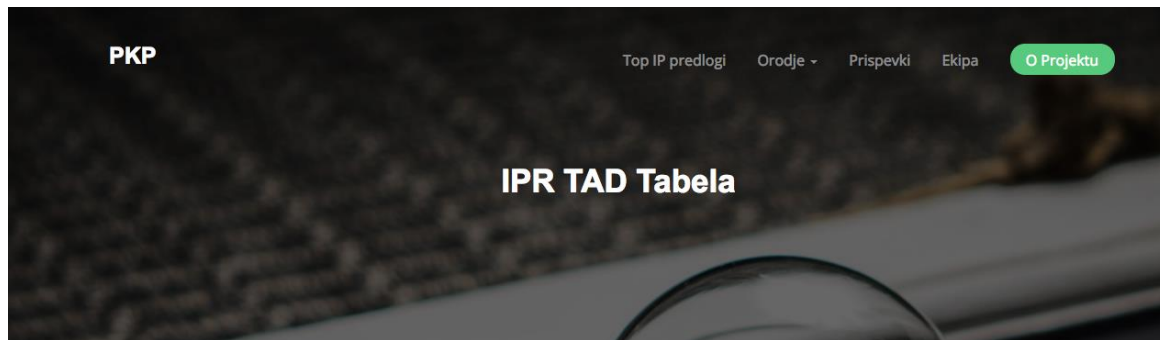
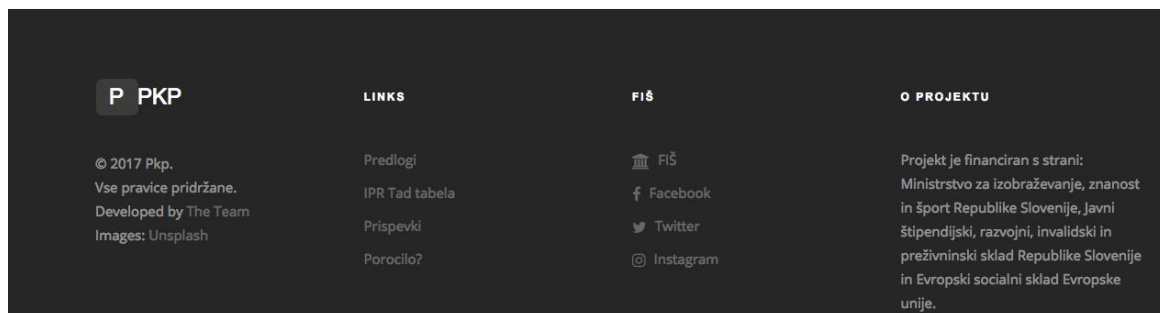
Javni štipendijski, razvojni,
invalidski in preživninski
sklad Republike Slovenije

EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI SOCIALNI SKLAD
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

3.2 IPR TAD tabela

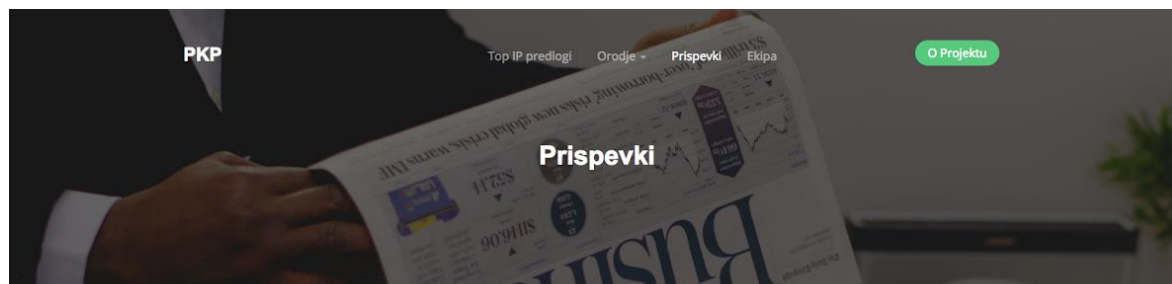
Podstran IPR TAD tabela:

- Orodje tabela aktivnosti z linkom za download tabele v excel obliki

[illegible]

4. Prispevki

Podstran s prispevki:



fdsfds

"On the other hand, we denounce with righteous indignation and dislike men who are so beguiled and demoralized by the...

[Prikazi](#)



fdsfds

"On the other hand, we denounce with righteous indignation and dislike men who are so beguiled and demoralized by the...

[Prikazi](#)



Testni članek

"On the other hand, we denounce with righteous indignation and dislike men who are so beguiled and demoralized by the...

[Prikazi](#)



Drugi članek

"On the other hand, we denounce with righteous indignation and dislike men who are so beguiled and demoralized by the...

[Prikazi](#)



tesetdsf

"On the other hand, we denounce with righteous indignation and dislike men who are so beguiled and demoralized by the...

[Prikazi](#)

P PKP

© 2017 Pkp.
Vse pravice pridržane.
Developed by The Team
Images: Unsplash

LINKS

[Prispevki](#)
[Ekipa](#)
[Predlogi](#)

FIŠ

[FIŠ](#)
[Facebook](#)
[Twitter](#)
[Instagram](#)

ABOUT

Far far away, behind the word
mountains, far from the countries
Vokalia and Consonantia, there live
the blind texts.

[KDO SMO?](#)

REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT

Javni štipendijski, razvojni,
invalidski in preživninski
sklad Republike Slovenije

EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI SKLAD
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

Fakulteta za
Informacijske Studije
Faculty of Information Studies

Admin sekcija za dodajanje prispevkov:

- Zadnji trijednodani prispevki se prikažejo na naslovni strani; vsi ostali pa se prikazujejo na podstrani s prispevki

Članki [+Dodaj nov članek](#)

ID	Naslov	Opis	Actions	
3	Testni clanek	Text Text Text Text Text Text Text Text	Uredi Zbrisi	25 May 11:46
4	Drugi clanek	Nekaj nekaj nekaj Nekaj nekaj nekajNekaj nekaj nekajNekaj nekaj nekajNekaj nekaj nekajNekaj nekaj nekajNekaj nekaj nekaj	Uredi Zbrisi	25 May 11:46
5	Tretji clanek!	lorem ipsum lorem ipsum lorem ipsum lorem ipsum lorem ipsum lorem ipsum lorem ipsum lorem ipsum lorem ipsum lorem ipsum	Uredi Zbrisi	25 May 11:51
7	tete	tete	Uredi Zbrisi	25 May 11:51

Nov Clanek:

Naslov članka:

Opis:

File Edit Insert View Format

Formats B I U S [bulleted list] [numbered list] [decrease indent] [increase indent] [undo] [redo] [list icon] [list icon]

[cut] [copy] [paste] [link] [unlink] [image]

Slika:

No file chosen

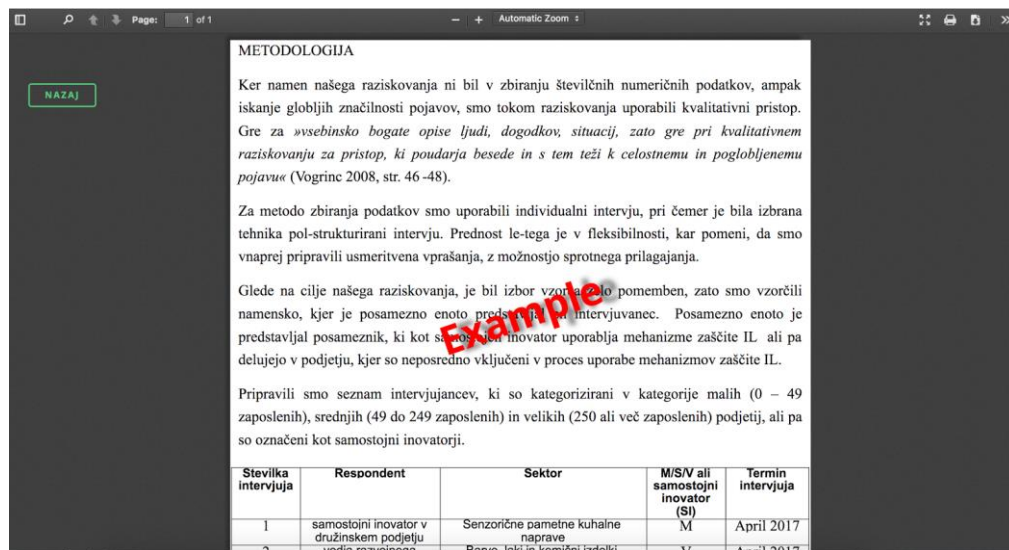
SHRANI

PREKLIČI

5. Poročilo

Podstran poročilo:

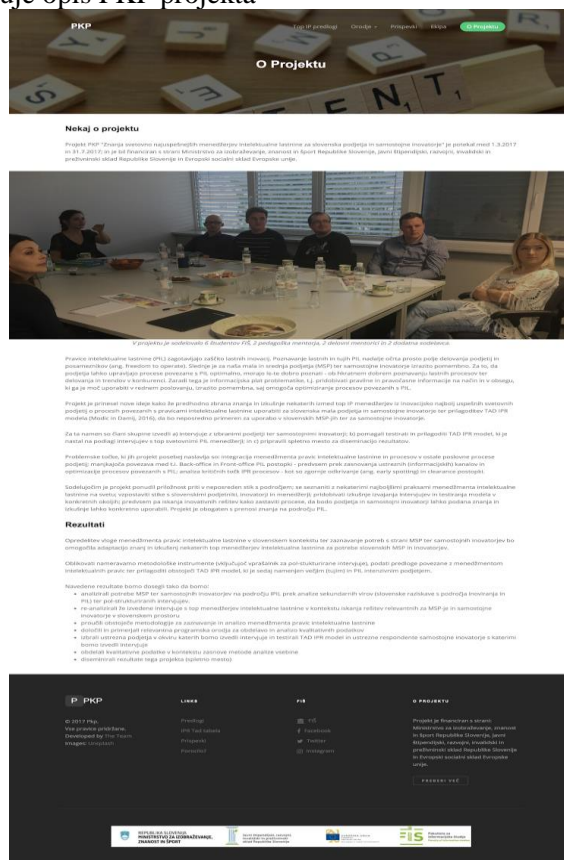
- Ta podstran odpre poročilo v pdf.



6. O Projektu

Podstran O Projektu:

- Ta podstran vsebuje opis PKP projekta



7. Citati

Admin sekcija za dodajanje citatov:

- Citati se prikazujejo samo na naslovni strani pod sekcijo “Kaj pravijo respondenti”

PKP Admin - iztok@email.com

Članki

Citati

Predlogi

Page 3

Citati [+Dodaj nov citat](#)

Trenutno se ni dodanih citatov!

Nov Citat

Citat:

SHRANI

PREKLIČI