



**OD IDEJE DO
IMPLEMENTACIJE
INOVACIJE NA TRG**
➤ *PRIROČNIK ZA INOVATORJE*



Slovenska kreativno inovacijska skupina



Kazalo

Priročnik za inovatorje	3
Ne razkrivajte informacij	3
Novost in stanje tehnike	4
Koraki poizvedovanja po stanju tehnike	5
Tržni potencial ideje	6
Ocena tveganja	6
Stopnja novosti vaše ideje	7
Tržni potencial	7
Koriščenje izuma	8
Dokazovanje izuma	8
Izdelava prototipov	9
Oblikovanje izuma	10
Zaščita intelektualne lastnine	10
Zaupnost podatkov	11
Avtorske pravice	12
Pravica iz neregistriranega modela	12
Registracija modela	12
Postopek patentiranja	14
Kdaj prijaviti patent?	15
Projektna skupina in financiranje	16
Viri pomoči in financiranje	17
Poslovno načrtovanje	18
Iskanje poslovnih partnerjev	19
Poslovno sodelovanje	20
Predstavitvev prototipa podjetju	20
Pogajanja o licenčni pogodbi	20
Licenčnine	21
Kako doseči soglasje?	23
Dokončna pogodba	23
Viri	24

7 Priročnik za inovatorje

Namen priročnika je prikaz vseh pomembnih faz od ideje za inovacijo, do same izdelave inovacije, patentiranja in implementiranja na trg. Priročnik je torej namenjen vsem inovatorjem, kot tudi morebitnim bodočim inovatorjem, ki o tem še razmišljajo.

Zaščita intelektualne lastnine je zelo pomembna, vendar pa so zato, da izum postane uspešen, pomembni tudi drugi dejavniki. Če denimo patentirate svojo zamisel za predmet ali postopek za katerega bo povpraševanje na trgu majhno ali če je oblika predmeta nefunkcionalna ali če se ga ne more izdelati znotraj razumnih stroškovnih okvirjev, je to nesmisel. Ta priročnik vam bo pomagal, da se izognete najbolj pogostim napakam, ki so povezane z izumi.

Pri vsem tem je pomembno, da ves čas zmanjšujete tveganje in nadzorujete stroške! Vsako poslovno naložbo spremlja tveganje, vendar so izumi povezani s še večjim tveganjem, zato je pomembno, da predvsem na začetku nadzorujete stroške in vas navdušenje ne zanese preveč, saj uspešnosti ni mogoče zagotoviti niti s temeljitimi raziskavami trga.

7 Ne razkrivajte informacij

Nevarno je razkriti vsako idejo, če je prej niste ustrezno pravno zaščitili. Še posebej bodite previdni pri osebah, ki jim ne zaupate, saj lahko tvegate sledeče:

- Nekdo, ki vašo idejo pozna, jo lahko izkoristi v svoj prid.
- Če idejo razkrijete zdaj, vam morda kasneje ne bodo odobrili patenta, ki bi se vam izplačal.

Poznamo dve kategoriji tveganj, ko se lahko vaš izum razkrije:

- Razkritja posameznikom med zasebnimi sestanki - takšno tveganje lahko ohranite pod nadzorom, če uporabite določene osnovne varnostne ukrepe, ki so podrobneje navedeni v nadaljevanju.
- Javno razkritje - tovrstne nevarnosti niso tako očitne. So pa problematični zlasti:
 - Medijsko promoviranje in tekmovanja, kar vam lahko koristi po tem, ko ste pravno že zaščitili svoj izum.
 - Izumi na osnovi študentskih projektov, še posebej, če morate svojo delo razstaviti ali objaviti.

Podrobnosti o svoji ideji pa lahko brez strahu razkrijete ljudem, ki so pri svojem poklicu zavezani k zaupnosti pri vseh stikih s strankami, recimo patentnim zastopnikom, drugim pravnikom, osebju Evropskega urada za patente (EPO) in osebju nacionalnega Urada za intelektualno lastnino.



Če nameravate svojo idejo deliti s komerkoli drugim, pa obvezno prej:

- Podpišite pogodbo o nerazkritju informacij ali
- Izkoristite brezplačne oblike pravne zaščite, npr. pravica iz neregistriranega modela in ina avtorske pravice

Prav tako pa se poskušajte izogniti:

- pretirani skrivnostnosti in
- zahtevanju plačila, še preden karkoli razkrijete.

S takšnimi taktikami boste dosegli le to, da vam bo le redko kdo pripravljen ali hotel pomagati. Zato je vsekakor bolje, da:

- se že pred pogovorom s podjetji ali posamezniki, ki jih ne veže zaupnost (strokovni kodeks ali podpisana Pogodba o ne razkritju informacij), odločite natančno koliko jim lahko poveste, ne da bi pri tem opisovali inovativnih delov svoje ideje.
- bolj ko se spuščate v tehnične vidike svoje ideje, bolj tvegate, da boste morda razkrili kakšno skrivnost.
- bodite diplomatski, vendar postavite jasno mejo, koliko boste razkrili.
- tudi če vas ščiti Pogodba o ne-razkritju informacij, pazite, kaj razkrivate strokovnjakom, ki so podkovani na področju vašega izuma.

Novost in stanje tehnike

Da ideja lahko velja za novo, mora biti vsaj en del njene tehnologije popolnoma nov. To pomeni, da nobeni viri ne pričajo o tem, da je bila vaša ideja kadarkoli prej opisana ali uporabljena za isti namen. Ni treba, da je vsa tehnologija vašega izuma nova, saj je ideja lahko izum že, če obstoječe tehnologije združite ali uporabite na način, ki je nov.

Izum lahko predstavlja le majhen del celotne ideje, vendar je ta del lahko zelo pomemben, če prispeva veliko k tržnemu potencialu ideje.

Namen raziskave stanja tehnike je, da ugotovite, ali je vaša ideja nova. Stanje tehnike so namreč katerikoli dokazi, da vaša ideja ni nova.

Ni treba, da stanje tehnike fizično obstaja ali da je na razpolago na trgu. Dovolj je že, da je kdorkoli, kjerkoli in kadarkoli pred vami opisal ali pokazal ali naredil nekaj, ki vključuje uporabo tehnologije, ki je zelo podobna vašemu izumu.

Najpomembnejše mesto za proučevanje stanja tehnike je svetovni patentni sistem oz. njihova podatkovna baza esp@cenet, ki je dostopna na spletni strani <http://si.espacenet.com> in vsebuje več kot 60 milijonov dokumentov.

Ko poizvedujete o stanju tehnike, morate biti pozorni tudi na stanje konkurenčne tehnike. To so ideje, ki so lahko popolnoma drugačne od vaših, vendar opravljajo enako funkcijo.

Konkurenčno tehniko je potrebno preučiti iz dveh razlogov:

- Večina izumov je rešitev nekega problema in večina problemov ima več kot eno možno rešitev. Pomembno je, da preučite druge rešitve, saj imajo lahko nekatere več prednosti kot vaša.
- Če želite idejo uporabiti v tržne namene, so alternativne rešitve lahko pomembna konkurenca. Če želite uspešno dokazovati, da je vaša rešitev boljša od drugih, morate vedeti, katere še obstajajo!

7 Koraki poizvedovanja po stanju tehnike

V nadaljevanju so opisani koraki, ki vas bodo vodili skozi poizvedovanje o stanju tehnike in sicer poizvedovanje po izdelku in poizvedovanje po patentih. Poizvedovati morate namreč po obeh, da boste na koncu lahko prepričani, da ste dobro preiskali stanje tehnike.

Da boste našli stanje tehnike, boste porabili le nekaj časa brskanja po internetu. V kolikor pa poizvedbe ne boste naredili, jo bodo skoraj zagotovo podjetja in investitorji. Težko boste torej dobili denarno ali kakršnokoli drugo pomoč, če najdejo pomembno stanje tehnike, ki ga vi pred tem niste.

1. korak: Iskanje pravih ključnih besed

Da bi se vam kar najbolj povečala možnost, da najdete potrebne in uporabne informacije, nekaj časa razmišljajte o ključnih besedah ali iskalnih pogojih, ki najbolje opišejo vašo idejo. Uporabite tudi izraze, ki opisujejo alternativne tehnologije, sleng in žargone.

2. korak: Iskanje izdelkov

V tem koraku je potrebno poizvedeti, če na trgu že obstaja kakršnikoli izdelek, ki je podoben vaši ideji (stanje tehnike) ali pa da rešuje isti problem (stanje konkurenčne tehnike).

Zastarele tehnologije ali izdelki so prav tako lahko stanje tehnike, zato preverite tako zgodovinske, kot tudi sodobne vire informacij.

Izdelki, ki so v izdelavi, vendar še niso na trgu, so ravno tako lahko stanje tehnike, zato spremljajte podjetniške publikacije, spletne strani, sejme in druge vire informacij. Še posebej bodite pozorni na akademsko raziskovalno dejavnost, saj se ravno tu običajno razvije največ novih izdelkov, ki se velikokrat šele čez nekaj let pojavijo na trgu.



3. korak: Patentna poizvedba

Za številne ideje bo iskanje po patentih veliko bolj pomembno kot iskanje po izdelkih. Čeprav veliko izdelkov na trgu nima patenta, jih je še več takih, ki ga imajo, pa niso nikoli prišli do trga.

Pri patentni poizvedbi je pomembno, da najdete vse dokumente o patentih, ki so relevantni za vaš izum in da razumete pomembnost najdenih rezultatov.

Samo iskanje po podatkovni bazi Evropskega patentnega urada esp@cenet, vam bo vzelo od nekaj minut, če so vaše prve ključne besede dovolj natančne in obstaja veliko podobnih izumov, do več ur. Vodite evidenco, na katerih mestih ste že pogledali in kateri so relevantni podatki, ki ste jih našli. Temeljito in evidentirano iskanje je nujno, saj boste samo tako lahko dokazali, da vašega izdelka ni v trenutnem stanju tehnike.

Tržni potencial ideje

Vsaka ideja mora imeti dober tržni potencial, saj bodo le redki izdelek kupili samo zato, ker je izum. Kupili pa ga bodo, če ima izdelek za njih uporabno vrednost in jim je bolj všeč kot konkurenčni izdelek.

Torej, če želite privabiti podjetja ali investitorje k vlaganju v vašo idejo, jih morate najprej prepričati, da vaša ideja prinaša donosno poslovno priložnost s čim manjšim možnim tveganjem. Ko razmišljate o tržnem potencialu vaše ideje morate razmišljati o tem, ali se lahko kosa s konkurenco. Konkurenco pa morate preučiti še zaradi enega razloga: če je vaša ideja popolnoma nova, so informacije, ki jih dobite o konkurenčnih izdelkih ali podjetjih lahko edini zanesljivi tržni podatki.

Ocena tveganja

Naslednja zelo pomembna naloga, ki jo nekateri izumitelji zaradi svoje neučakanosti pozabijo narediti, je ocena tveganja.

To je pomembno iz treh razlogov:

- Kljub temu, da je ideja novost in je videti, kot da ima dober tržni potencial, to še ne pomeni, da se jo splača izkoriščati.
- Sama ideja vas je verjetno stala bolj malo. Če pa se boste odločili, da jo boste tržili, bodo vaši stroški in tveganje postali veliko večji.
- Razmišljanje o izkoriščanju ideje ni težko, je pa zato toliko težje to tudi dejansko početi. Zato morate biti prepričani v svoje znanje in sposobnosti, preden se odločite, da greste naprej.

V pomoč pri tej veliki odločitvi (Ali naj razvijam to idejo naprej ali ne?) vam bodo naslednja tri vprašanja:

- Je moja ideja izjemna novost?

- Ima moja ideja izjemen tržni potencial?
- Sem pripravljen/a na osebni izziv spreminjanja moje ideje v poslovno priložnost?

7 Stopnja novosti vaše ideje

Kot je bilo že omenjeno, mora biti vaša ideja drugačna od že obstoječih izdelkov ali registriranih idej. Ni pa dovolj, da je vaša ideja samo malo drugačna, ampak mora ponujati jasne tehnične in tržne prednosti, ki jih obstoječi izdelki in ideje ne ponujajo.

Te prednosti morajo biti tudi pravno zaščitene, kajti v večini primerov ima le dobro zaščitena intelektualna lastnina tržno vrednost.

Da ocenite stopnjo novosti vaše ideje, morate podrobno preučiti izdelke in patente, ki ste jih našli. Še tako majhen sestavni del vaše ideje, ki že obstaja v stanju tehnike, bo zmanjšal novost vaše ideje. In karkoli kar zmanjša novost vaše ideje, bo najverjetneje zmanjšalo njeno potencialno tržno vrednost.

Patente morate tudi ovrednotiti. To morate opraviti zelo temeljito, zato boste mogoče potrebovali pomoč patentnega zastopnika, kajti patenti so lahko zelo zahtevni tehnični dokumenti.

Če mislite, da ima vaša ideja dober tržni potencial, se tako pripravite na trženje:

- Zapišite seznam posebnosti vaše ideje, od najpomembnejše do najmanj pomembne.
- Zberite vse patente, ki so podobni vaši ideji.
- Vsak patent posebej dobro pregledajte in poskušajte ugotoviti podobnosti z vašo idejo
- Vsako posebnost vaše ideje, ki jo najdete v stanju tehnike, zbrisate z vašega seznama.
- Na koncu preverite, koliko posebnosti vaše ideje ostane na seznamu. Če ste morali zbrisati enega ali dva najpomembnejša, lahko to pomembno vpliva na tržno vrednost ideje.

Če najdete veliko patentov iz določenega tehničnega področja, ima nova ideja le malo možnosti za uspeh. Zelo pomembno je tudi kdo je lastnik patentov. Če imajo večja podjetja dobro zaščiteno intelektualno lastnino na vašem tehničnem področju, je težko tekmovati z njimi, pa čeprav je vaša ideja boljša ali celo popolnoma drugačna od njihovih.

7 Tržni potencial

Vaša ideja ima lahko dober tržni potencial, vendar pa vam ne pomaga kaj dosti, če tudi ostali ljudje ne mislijo enako. Pričakovati morate takšno prodajo in dobiček, da je le ta večji od tveganja, ki ga izvedba vaše ideje prinaša. Zavedati se morate, da na en izdelek, ki se prodaja dobro, obstaja en izdelek, ki se prodaja slabo.



Izkušeni investitorji bodo raje podprli osebo kot idejo, zato bodo vzeli pod drobnogled tudi vašo sposobnost, da svojo idejo uresničite. Da boste kos temu izzivu, morate znati odgovoriti na naslednja vprašanja:

- Ali veste kako daleč želite iti z vašo idejo?
- Ali imate načrt kako priti do tja?
- Koliko dela boste vi opravili?
- Kdo bo opravil naloge, ki jih vi ne morete?

Pomembno pa je tudi, da razumete da:

- Le malo posameznikov ima vsa znanja in sposobnosti, ki so potrebne za razvoj izuma.
- Veliko investorjev noče podpreti tveganih poslov ene same osebe.
- Veliko poslov ni primernih za eno samo osebo.

7 Koriščenje izuma

Izume lahko v osnovi izkoriščamo na štiri načine:

- Sklenemo licenčni sporazum z nekim podjetjem.
- Ustanovimo podjetje: poskrbimo, da nas naša ideja trži.
- S skupno naložbo.
- Svojo idejo prodamo v celoti.
- Najamemo podjetje, ki bo tržilo naše ideje.

7 Dokazovanje izuma

Sebi, kot tudi potencialnim investitorjem in podjetjem morate dokazati, da vaša ideja deluje. Za izum, ki je proces ali poslovna metoda, fizičen dokaz najverjetneje ne bo mogoč ali potreben. Za izum, ki je snov, pa so na primer dovolj testni vzorci.

Če pa je vaš izum predmet, ki se ga lahko izdelava, mora biti prototip čim podoben končnemu izdelku. Tu se lahko začnejo vaši prvi večji stroški, zato morate načrtovati in nadzorovati aktivnosti, ki so povezane z izdelavo prototipa.

Izdelava prototipov

Prvi prototipi so namenjeni izključno vam, zato ni potrebno, da jih vidi kdorkoli drug, saj jih lahko izdelate iz primernih poceni materialov. Namen prototipa je namreč:

- da se prepričate, da vaša ideja deluje;
- da lahko razrešite ali vsaj odkrijete tehnične in oblikovne težave;
- da lahko idejo izboljšate s poskusi in napakami.

Če je le možno, v začetni fazi za izdelavo prototipov uporabljajte računalniške programe, saj vam to lahko prihrani veliko časa in stroškov, s pomočjo računalniške simulacije pa boste prišli do pomembnih novih podatkov, ki bi jih s fizičnimi prototipi težko zbrali. Priporočamo vam, da ostanete v fazi prvih prototipov, vse dokler ne razrešite vseh težav in čim bolj izboljšate obliko.

Končni ali predstavitveni prototipi pa so tisti prototipi, s pomočjo katerih boste svojo idejo predstavili drugim, še posebej potencialnim investitorjem ali pridobiteljem licence. Vsi prototipi morajo biti, tako po videzu, kot delovanju čim bolj podobni končnemu izdelku predvsem zato, ker:

- hoče večina potencialnih investitorjev oziroma pridobiteljev licence videti ideje, pri katerih je večina težav že razrešenih, saj je zato tveganje zanje manjše;
- si lahko le malokateri človek že ob pogledu na grob prototip predstavlja kakovosten končni proizvod;
- bolj ko bo prototip podoben končnemu proizvodu, več boste že vedeli o oblikovanju, proizvodnji in stroških, ki so povezani z idejo, kar bo neprecenljivo takrat, ko boste morali ljudi prepričati, da je vaša ideja tehnično in tržno izvedljiva.

Morda vam bo moral pri izdelavi končnega prototipa priskočiti na pomoč strokovnjak (kakšen oblikovalec proizvodov ali podjetje, ki se je specializiralo za izdelavo prototipov). Oblikovalec oziroma podjetje bosta vredna svojega denarja, če bodo drugi ljudje zato bolje razumeli potencial vašega izuma in vašo profesionalnost ter predanost.

Za oblikovanje in izdelavo izvirnega prototipa boste morali kar globoko seči v žep, zato uporabite vsaj nekaj standardnih industrijskih komponent ali delov, ki si jih »sposodite« od že obstoječih proizvodov. To vas bo namreč stalo bistveno manj. Najboljša oblika končnega prototipa je proizvod, ki bi se ga dalo prodati.

Če si ne morete privoščiti visokokakovostnega prototipa, lahko med seboj kombinirate najboljše prve prototipe, da pokažete, kako izum deluje ali nedelujoč model, da pokažete njegov izgled. Za model lahko uporabite katerikoli poceni material, ki je primeren za obdelavo, npr. pobarvan les, ki predstavlja plastiko.



7 Oblikovanje izuma

Zelo pomemben segment je oblikovanje izuma, tako v smislu funkcij, kot tudi videza, saj bo le tako lahko proizvod tržno uspel. Prav zaradi tega je potrebno že od prvega dne razmišljati o tem, kako bo vaš izum oblikovan, saj morda drugi ljudje ne bodo prepoznali njegovega potenciala, če bo dajal videz, da je nepraktičen in bo na prvi pogled neprivlačen.

Proizvod seveda lahko oblikujete sami ali pa najamete za pomoč izkušenega oblikovalca, ki vam bo lahko pomagal pri stikih s proizvajalci ali dobavitelji komponent tako v fazi prototipa, kot v fazi polne proizvodnje. Stroški profesionalnega oblikovanja se vam lahko izplačajo, če oblikovalec ugotovi, kako izboljšati proizvod, ali pa izdelava dober model, s čimer se zmanjšajo proizvodni stroški.

Če pa vaš snovalec prispeva ideje, ki vaš izum bistveno izboljšajo, je lahko pravno upravičen do deleža intelektualne lastnine. Zato se najprej posvetujte o tem, kako se bo delilo vsakršno novo intelektualno lastnino v neki ideji, da kasneje ne bi prišlo do sporov. Vaš dogovor naj bo dokumentiran, še preden pričnete z delom, svetuje pa naj vam patentni zastopnik.

Če za izdelavo prototipa potrebujete proizvajalca, se pozanimajte pri več podjetjih, saj se lahko proizvodni stroški močno razlikujejo. Manjša podjetja so običajno cenejša in bolj pripravljena sprejemati zelo majhna naročila. Večja podjetja so običajno cenejša le pri velikih naročilih, vendar vam bo to morda koristilo zato, ker boste vedeli, za kako nizko ceno bi lahko proizvedli vaš proizvod v večjih količinah.

Prosrite za cene, ki temeljijo na podrobnih skicah, ki ste jih izdelali vi ali vaš oblikovalec, vendar pazite, da te skice predstavljajo točno tisto, kar si želite. Če prepozno zahtevate tudi najmanjšo spremembo, se lahko stroški bistveno povečajo.

7 Zaščita intelektualne lastnine

V nekem trenutku svojo intelektualno lastnino morate pravno zaščititi. V nasprotnem primeru se lahko zgodi sledeče:

- da je ne boste mogli varno razkriti;
- biti pravno priznani kot njen lastnik;
- imeti dobička od tržnega izkoriščanja;
- preprečiti drugim ali jih odvrniti od tega, da bi jo nepooblaščenoma uporabljali.

Obstaja več oblik zaščite, ki so znane kot pravice intelektualne lastnine. Običajno neki izum med samim razvojem najlažje zaščitite s strateško kombinacijo pravic intelektualne lastnine.

Marsikateri izumitelj misli, da lahko svojo idejo zaščiti le tako, da jo patentira. Patenti so sicer res bistvenega pomena, vendar je potrebno razmišljati tudi o drugih oblikah pravic intelektualne lastnine, ki lahko odigrajo pomembno vlogo pri zaščiti ideje.

Pri tem ima zelo pomembno vlogo tudi patentni zastopnik. Pravice intelektualne lastnine so namreč kompleksno pravno področje, ki je lahko za neizkušene izumitelje izredno nevarno. Njegov nasvet vam bo v pomoč pri načrtovanju učinkovite strategije za zaščito intelektualne lastnine in ključnega pomena, ko se boste odločili, da idejo patentirate.

Kljub nazivu so patentni zastopniki strokovnjaki za vse oblike pravic intelektualne lastnine. Lahko poskrbijo, da bo vaša ideja ustrezno zaščiten, in ukrepajo v vašem imenu, kadar nastopijo težave.

Vaš patentni zastopnik bi moral imeti dovolj znanja, da vam lahko svetuje pri vseh zadevah, ki so povezane z intelektualno lastnino, tako v vaši državi kot po vsej Evropi. Večina podjetij bo lahko ukrepala v vašem imenu pri zadevah izven Evrope ali pa vam priskrbelo zastopnika kjerkoli po svetu.

Zaupnost podatkov

Čeprav zaupnih podatkov ne pokrivajo nobene zakonsko predpisane pravice intelektualne lastnine, so tesno povezani z njimi in jih pogosto štejemo za intelektualno lastnino.

Zaupne podatke najpogosteje zaščitimo s Pogodbo o nerazkritju informacij, ki vas ščiti zato, ker je v njej dokumentirana obljuba nekoga, da informacij o vaši ideji ne bo uporabljal ali predajal naprej. Kdor krši pogoje take pogodbe, tvega pravne posledice.

Pravica, ki izhaja iz intelektualne lastnine vas lahko zaščiti v vseh fazah razvoja ideje, ne glede na to, katere druge oblike pravic intelektualne lastnine že imate in kako dolgo je že vaš izum na tržišču.

Mogoče boste imeli težavo pri prepričevanju ljudi, da Pogodbo o nerazkritju informacij podpišejo. Mnoga podjetja so prepričana, da je taka pogodba koristna le, če jih ideja zares zanima, kar pa se lahko zgodi šele potem, ko že vedo, za kaj gre! Tovrstno težavo lahko rešite tako, da vadite predstavitev poslovnih koristi, ne da bi razkrili, v čem je ideja nova.

Pogodba o nerazkritju informacij se na široko uporablja pri vseh vrstah poslov, zato je vsekakor pametno, da tovrstno pogodbo uporabite tudi sami, toda zapomnite si, da je takšna pogodba pravno zavezujoča, zato jo uporabite le, če se obe strani strinjata, da je treba idejo razkriti v precejšnji meri.

Poleg tega lahko s pomočjo Pogodbe o nerazkritju informacij prepričate drugim, da bi razkrivali ali izkoriščali specifične in enkratne skrivnosti, ki so jih izvedeli le od vas. Vse splošno znane informacije lahko vsi uporabljajo še naprej, ne glede na Pogodbo o nerazkritju informacij. Podobno velja, da če zaupni podatki, ki jih pokriva Pogodba o nerazkritju informacij, kasneje postanejo splošno znani, izvirnih poslovnih partnerjev Pogodba o nerazkritju informacij ne zavezuje več.



7 Avtorske pravice

Namen avtorskih pravic je, da več let varujejo pred nepooblaščenim kopiranjem ali prilagajanjem narisanih, zapisanih ali fotografskih opisov vaše ideje. Ne varujejo ideje same, ampak v nekaterih primerih, recimo pri računalniških programskih kodah, lahko le tako učinkovito zaščitite svojo intelektualno lastnino.

Avtorske pravice nastopijo samodejno in vas nič ne stanejo. Pomembne so zato, ker se zlahka odkrije, od kod ideja izvira in ali se je medtem spremenila. Vendar vas avtorske pravice ne ščitijo pred nekom, ki popolnoma neodvisno pride do iste ali podobne ideje.

7 Pravica iz neregistriranega modela

Pravica iz neregistriranega modela (PNM) v Evropski uniji ščiti zunanji videz proizvoda, vključno z obliko, vzorcem, teksturo in dekoracijami. Nekateri nacionalni zakoni o PNM ščitijo tudi notranje konfiguracije, čeprav jih uporabnik ne vidi.

PNM je podobna avtorskim pravicam v tem smislu, da je zastoj in da lahko več let preprečuje nepooblaščen kopiranje. Ker pa ni nobenega uradnega registra neregistriranih modelov, drugi za vaš model le stežka izvedo.

PNM lahko ščiti tiste lastnosti modela, ki so nove, individualne narave in ki izhajajo iz »svobode« modela. PNM ne bo nujno ščitila kopiranih ali rutinskih modelov; tistih, ki takoj namigujejo na druge modele; in tistih delov modelov, za katere funkcionalne potrebe zahtevajo, da se skladajo ali ujemajo z drugimi komponentami. Nov čajnik v obliki krila je lahko oblikovan na več različnih načinov in je lahko zaščiteno zato, ker je oblikovalec izražal svojo »oblikovalsko« svobodo. Vendar pa je lahko zavorna ploščica v vozilu le ene oblike, če naj se prilega okviru kolutne zavore. Torej ne gre za »oblikovalsko« svobodo, zato tudi ni zaščitena.

PNM nastopi samodejno, ko je model ustvarjen, vendar upoštevajte isti postopek »zapečatenega kuverta«, opisane pri avtorskih pravicah, da boste imeli dokaz o prednostnem datumu. Pravni spor lahko namreč sprožite le, če uspete dokazati, da je druga stran kopirala vaš model, ne pa da je nekaj podobnega izdelala po naključju.

Čeprav PNM pogosto služi kot koristen del strategije pravic intelektualne lastnine, večine izumov sama po sebi ne ščiti.

7 Registracija modela

Model je izključna pravica, s katero se zavaruje videz izdelka. Zaščita traja do 25 let. Prijave lahko vložite pri večini nacionalnih uradov za intelektualno lastnino ali pri Uradu za harmonizacijo na notranjem trgu Evropske unije (OHIM), kjer se vsaka posamezna prijava registrira v celotni EU.

Za registracijo modela veljajo isti kriteriji kot za Pravice iz neregistriranega modela: da se model lahko registrira, mora biti nov, imeti »individualno naravo« in biti rezultat »svobode« oblikovanja. Z eno samo registracijo lahko zaščitite vzorce, dekoracije, logotipe in okraske, ki se jih lahko uporabi na več izdelkih (recimo cvetlični dizajn, ki se ga lahko uporabi na prtihi, posteljnini, zavesah, posodi itd.).

Pravno smete ukrepati proti vsakomur, ki izdeluje, prodaja, uporablja ali uvaža izdelke, ki so enaki ali v bistvenih značilnostih podobni vašemu. Vendar pa drugače kot pri Pravici iz neregistriranega modela ni treba dokazovati, da je nekdo drug kopiral vaš model – dokazati morate le, da je podoben vašemu. Imetnik registriranega modela lahko izpodbija tudi tiste modele, ki so njegovemu podobni po naključju.

Postopek za prijavo je hiter in dokaj poceni, vendar je registracija modela smiselna le, če zunanji videz vašega izuma pomembno prispeva k prodaji.

Zaščitena blagovna znamka

Zaščitena blagovna znamka je lahko beseda, slogan, logotip ali kombinacija, po kateri se vaš proizvod ali posel razlikuje od drugih. Če zaščiteno blagovno znamko uporabljate pravilno in jo vzdržujete, jo lahko uporabljate v nedogled, zato je zaščitena blagovna znamka, ki jo povezujemo s priljubljeno blagovno znamko, izrednega pomena za njenega imetnika.

Zaščitene blagovne znamke podeljujejo in registrirajo nacionalni Uradi za intelektualno lastnino, kjer vložite prijavo. Če si želite multinacionalno zaščitene blagovne znamke, lahko vložite eno samo prijavo: ali za mednarodno registracijo znamke po Madridskem sistemu pri Svetovni organizaciji za intelektualno lastnino (WIPO) ali za znamko Skupnosti (za zaščito v EU) pri OHIM-u. Težavam se boste najbolje izognili tako, da boste za pomoč poprosili patentnega zastopnika.

Zaščitene blagovne znamke same po sebi ne ščitijo ideje ali proizvodov. Če pa hočete svoj izum tržiti, je lahko zaščitena blagovna znamka zelo umestna dolgoročna naložba. Na koncu bo morda najdragocenejša oblika pravic intelektualne lastnine.

Patent

Sistem patentiranja obstaja v večini držav, namenjen pa je spodbujanju razvoja novih tehnologij. Patent je oblika legalnega monopola – da lahko rečemo: »To je moje in ne smeš ga uporabljati, ne da bi mi za to plačal« –, ki jo podeljujejo vlade v zameno za javno razkritje ideje. In to je vse, kar je.

Pomembno je razumeti kaj patent lahko stori in česa ne more. Če boste svojo idejo patentirali, ne bo nujno imela večje tržne vrednosti. Če vašega izuma nihče noče, patent tega ne bo kaj bistveno spremenil. Če pa ima vaš izum tržni potencial, potem boste morda edinole s patentom lahko poskrbeli, da boste od njega imeli tudi finančno korist. Mnogi izumitelji komercialno uspešnih proizvodov priznavajo, da svoje finančne nagrade skoraj v celoti dolgujejo dobri patentni zaščiti.

Stroški in kompleksnost patentiranja lahko predstavljajo težavo za številne izumitelje. Zato ne sprejemajte odločitev o prijavljanju patenta, ne da bi prej natančno premislili o številnih dejavnikih (v nadaljevanju). Najbolje je, da prosite za nasvet patentnega zastopnika.



Če se odločite, da boste vložili prijavo, naj vas med dolgotrajnim, zapletenim in rigoroznim postopkom vlaganja prijave zastopa patentni zastopnik. Če ga ne boste imeli, boste zelo verjetno delali napake, zaradi česar lahko ostanete brez učinkovite patentne zaščite.

Morda kasneje ne boste imeli več kaj prida možnosti, da bi vam izum kakorkoli še koristil.

Patenti običajno veljajo 20 let, vendar le, če plačujete letne pristojbine za vzdrževanje veljavnosti.

Postopek patentiranja

Izum je patentabilen, če (je):

- nov in še ni bil razkrit;
- drugačen od drugih izdelkov v nekem inovativnem segmentu, ki se tehničnemu strokovnjaku ne zdi očiten;
- industrijsko uporaben – torej, če ga je mogoče fizično izdelati.

Računalniško programsko opremo samo po sebi lahko v Evropi zaščitite le z avtorskimi pravicami in ne s patenti. Patentirate pa lahko nek izum, ki se implementira na računalnikih s pomočjo programske opreme – recimo, boljši sistem za upravljanje s podatki. Če želite patentirati kak izum, ki se uporablja na računalniku, se prej vsekakor posvetujte s patentnim zastopnikom. Poslovne metode je mogoče patentirati v ZDA, drugje to ni tako preprosto.

Če ne veste, ali je vaša ideja možno patentirati, se posvetujte s patentnim zastopnikom.

O čem je med drugim treba razmisliti, preden se odločite za patentiranje:

- Ali patent zares potrebujete? Bi lahko svojo idejo ustrezno zaščitili s pomočjo kombinacije drugih oblik pravic intelektualne lastnine? Bodite iskreni do sebe – vas žene ponos (ob misli na patent na vaše ime) ali vas motivira tržna nujnost?
- Ste preučili celotne stroške patentiranja (kar vključuje tudi letne pristojbine za obnovo veljavnosti v vsaki državi, v kateri imate zaščito)? Ali boste s svojim izumom zaslužili dovolj, da bodo stroški upravičeni? Ne vlagajte prijave za patent vse dotlej, dokler niste preučili tržnega in finančnega potenciala svoje ideje.
- Je trenutek primeren za prijavo patenta? Prijava sproži zaporedje dogodkov, ki se jih ne da preložiti. Ali boste patent prijavi na začetku ali boste počakali, dokler izum ne bo na voljo za tržišče in se vam bodo stroški PIL lažje hitro povrnili? Slej je morda bolje kot prej, vendar so okoliščine lahko različne, zato se vedno posvetujte s patentnim zastopnikom.
- Ima vaš izum kratko življenjsko dobo? Patentiranje običajno traja 3–4 leta. Če s svojim izumom ciljate na trg, na katerem vlada huda konkurenca, kjer se proizvodi hitro zamenjajo ali izboljšajo,

morda vaš patent ob odobritvi ne bo več veliko vreden.

- Kdo bo plačal za uveljavitev patenta? Nacionalni uradi za intelektualno lastnino ne uveljavljajo patentov in niti ne nadzorujejo, ali jih kdo krši. Za to je odgovoren lastnik patenta ali pridobitelj licence. Vse dokler ne pridete do sredstev, s katerimi patent lahko uveljavite – torej do denarja od licenčnine ali do prihodka od prodaje – bo morda v praksi le omejeno zaščiten.
- Kako odporen bo patent na pravno izpodbijanje? Vsekakor vam bo moral glede trdnosti vaših trditev svetovati patentni zastopnik, kar je pomembno, ker se veljavnost patentnih zahtevkov pogosto izpodbija. Običajno to počnejo konkurenti, ki hočejo svojo kopijo uspešnega proizvoda. Če jim uspe, lahko ostanete le s patentom brez vrednosti v rokah, plačati pa boste morali tudi pravne stroške tožitelja.

Vložitev prošnje za patent je pravni postopek, kjer veljajo strogi roki, ki se jih običajno ne da prestavljati. Z vlaganjem prošnje ni pametno hiteti! Da bi si čim bolj povečali svoje možnosti za vreden patent, je priporočljivo, da:

- natančno preučite postopek prijavljanja;
- se ne prijavite v naglici, ampak s strategijo – ob ustreznem času in iz razlogov, ki najbolj koristijo vašim načrtom izkoriščanja;
- uporabite patentnega zastopnika. Ne storite vsega sami – tveganje, da bi storili kaj narobe, je preveliko.

Kdaj prijaviti patent?

Svojo prijavo skušajte umestiti v čim širši okvir razvijanja svojega izuma, saj patentiranje ne pomeni le zadostitve formalnim zahtevam patentnega urada.

Ker je vlaganje prijave zelo formalno, je od časa prijave lahko odvisno, pod kakšnimi pritiski se boste znašli kasneje. Je bolje vložiti prijavo prej ali kasneje? Na to vprašanje ni preprostega odgovora. Marsikateri izumitelj želi patent prijaviti čim prej, vendar številna uspešna podjetja prijavo vložijo šele tik preden začnejo proizvod tržiti.

Slabost zgodnjega vlaganja prijave je, da si boste morda nakopali hude stroške, še preden boste sploh vedeli, ali je vaša ideja tržno izvedljiva. Vložnik je dolžan plačati znatne patentne pristojbine šele po dveh letih od trenutka, ko je vložil prijavo, a le redko uspemo že v tem času podpisati licenčni sporazum z nekim podjetjem. Morda v tem času niti ne utegnemo ugotoviti, kakšne možnosti za tržni uspeh ima nek izum.

Slabost pozne prijave je, da lahko nekdo vloži prijavo za zelo podobno idejo že pred vami. Stroški so pomemben dejavnik pri mnogih zasebnih izumiteljih. Kasneje ko vložiš prijavo, na pozneje preložiš stroške. A kako dolgo si to lahko privoščite? Če vaš patentni zastopnik pozna vsa dejstva, bo lahko



ugotovil optimalen datum za vlogo prijave ali pa vam bo svetoval glede potrebnih vmesnih korakov, s katerimi boste zaščitili svojo idejo.

Morda vas bo imelo, da bi takoj prijavi patent, ker vam poslovni svetovalci ali potencialni pridobitelji licence govorijo, da to morate storiti. Vedno razmislite, v čigavem interesu vam svetujejo.

Od trenutka, ko vložite prijavo, do trenutka, ko zahtevate vsebinski preizkus, razmišljajte o tem, kako bi se dalo izum izkoristiti. Tudi če vam je ljubši licenčni sporazum, bi bilo morda modro, da si določite neki datum, po katerem se boste namesto tega odločili, da ustanovite podjetje. Če nobeno podjetje ne pokaže zanimanja za vašo idejo, najbrž ne želite priti do faze vsebinskega preizkusa in ostati brez nadaljnjih možnosti.

Morda boste pridobili še nekaj časa za sklenitev licenčnega sporazuma, če svojo prijavo umaknete in prošnjo ponovno vložite kasneje. O tej taktiki se morate posvetovati s patentnim zastopnikom, ker boste morda sicer izgubili več kot pridobili.

Patentno prijavo lahko uporabite izključno kot začasno prednost in odklonite vsebinski preizkus. Morda boste želeli zaščititi svojo idejo dovolj dolgo, da lahko uresničite svoje cilje v zvezi z izkoriščanjem. Tudi takrat velja, da se morate o tem posvetovati s svojim patentnim zastopnikom, saj morda obstajajo tveganja, o katerih niste razmišljali. Če boste opustili prijavo, boste skoraj zagotovo težje – dejansko je to praktično nemogoče – izum komurkoli licencirali.

Morda bo dovolj že, če objavite svojo patentno prijavo. Ko bo enkrat objavljena, lahko za vaš izum izvedo potencialne stranke in poslovni partnerji ter stopijo v stik z vami, če jih zanima. Objavljena prijava bo veljala tudi za stanje tehnike, tako da konkurenca morda ne bo mogla patentirati enake ali podobne ideje v prihodnosti. Morda boste lahko svobodno delovali na tržišču, tudi če vaša prijava kasneje ni odobrena. Če to ustreza vaši poslovni strategiji, boste morda postopek patentiranja prekinili, še posebej če si ne morete privoščiti pridobitve ali kasnejše uveljavitve patenta.

Če bo vaš patent odobren, bo to morda prepričalo vlagatelje, da je vaša idejo vredno podpreti. Morda bodo pokrili stroške patentiranja. Zato patenta ne imejte le za sredstvo, s katerim zaščitite svojo idejo, ampak tudi za instrument za pridobivanje finančnih sredstev.

Projektna skupina in financiranje

Veliko izumiteljev potrebuje zunanja sredstva financiranja ali pomoč, ker stroški razvijanja novega izdelka ali tehnologije velikokrat presegajo sredstva enega samega posameznika ali manjšega podjetja.

Žal je na voljo le malo sredstev, ki bi bila posebej namenjena izumom. Zbiranje sredstev lahko temelji na prepričevanju drugih ljudi in organizacij, da je vaš izum dobra poslovna priložnost z odličnim investicijskim potencialom. Da povečate svoje možnosti pri prepričevanju, boste mogoče morali najprej oblikovati projektno skupino. Izkoriščanje nove poslovne ideje običajno zahteva široko paleto znanj in sposobnosti, ki jih ima le redko kdo sam.

V zgodnjih fazah razvoja ideje, mnogi izumitelji delajo sami, zato je velikokrat dovolj že, da projektno skupino sestavljata dva člana. Priporočljivo pa je, da se v projektno skupino vključi tudi ljudi, ki se spoznajo na poslovanje in trženje.

Kakorkoli že boste zgradili vašo skupino, jih morate prepričati, da ima vaša ideja dober tržni potencial. Dogovoriti se morate tudi o delitvi prihodkov in v zvezi s tem tudi podpisati pogodbo. Vsakega člana skupine morate vprašati tudi, da podpiše pogodbo o nerazkritju.

Viri pomoči in financiranje

Cilj vašega podjetja je lahko proizvodnja in prodaja končnih izdelkov ali razvoj izuma do točke kjer veliko podjetje odkupi licenco ali investira v vaše podjetje in s tem običajno pridobi lastniški delež.

Zbiranje denarja je aktivnost v procesu razvoja inovacije, ki je za izumitelje težek, vendar ni nemogoč. Manjše ko je tveganje investitorja, boljše so možnosti za pridobivanje sredstev.

Poznamo dva osnovna načina financiranja in mogoče boste uporabili oba:

- Pomoč prijateljev in družine. V zelo zgodnjih fazah vašega izuma so vaše edino upanje do finančnih sredstev tisti, ki vas poznajo in so pripravljeni tvegati in nekaj investirati v vaš izum ter biti kasneje dobro nagrajeni.
- Prava investicija. Večji zneski financiranja so lahko dosegljivi takrat, ko ima vaš izum upravičeno zagotovljena pričakovanja – mogoče vidna prek prodaje konkretnega izdelka in poslovni načrt.

Mnogi izumitelji zapravijo dobre možnosti za pridobitev denarja s tem, ko zahtevajo nerealne vsote denarja. Pomembno je, da čim bolj temeljito in natančno izračunate stroške razvoja vaše ideje. Mogoče bi bilo pametno na tem mestu poiskati kakšnega dobrega finančnega strokovnjaka, sploh če takšne finančne analize niste še nikoli opravili.

Poslovni cilj je ustvarjati denar in ne trošiti ga, zato razmislite o vseh možnih stroških, ki jih lahko zmanjšate, in šele potem razmišljajte o sofinanciranju.

Ključ do uspeha je v veliko primerih uspešno trženje. Če sprejmeš naročila za izdelavo izdelka preden je izdelan, ne potrebuješ zunanjega financiranja za to aktivnost. Čeprav naročila niso plačana vnaprej, lahko z izvedbo tega naročila dokažete strankam in banki, da ste sposobni zaključiti posel in ga tudi sami financirati vsaj v minimalnem obsegu. Hkrati lahko pri naslednjih naročilih nudite poseben popust pri plačilih vnaprej.

Vaš dobiček bo zato na začetku manjši, vendar boste tako uspešno lansirali izdelek na trg in potrošili boste samo toliko, kolikor znaša okleščena lastna cena izdelka, ne pa toliko kolikor je strošek celotne izdelave izdelka.

Neobičajno je, da banke ali investitorji tveganega kapitala zagotavljajo finančna sredstva za razvoj ali trženje izuma. Banke ne želijo prevzemati tveganja, investitorji tveganega kapitala pa ne bodo



investirali v kolikor poslovanja ne vodi usposobljeni menedžer.

Preostane vam torej, da se obrnete na:

- družino in prijatelje;
- zasebne investitorje, znane kot »poslovni angeli«,
- potencialne poslovne partnerje,
- državne in evropske subvencije in nadomestila,

7 Poslovno načrtovanje

Da vaš izum lahko postane tržni izdelek, nujno potrebujete poslovni načrt. Potrebujete ga zato, da lahko vi in vaša projektna skupina lažje nadzorujete načine izkoriščanja izuma. Potrebujete ga tudi, da lažje prepričate investitorje, da vas podprejo.

Na voljo je veliko pomoči glede poslovnega načrtovanja, veliko jih je tudi brezplačnih, na primer pri bankah. Vendar včasih poslovno načrtovanje za izume zahteva drugačen pristop.

Osnovni namen poslovnega načrtovanja je, da zmanjša tveganje za vas, vašo skupino in potencialne investitorje. To naredite tako, da zabeležite in organizirate vsako pomembno podrobnost v vašem projektu, in sicer na tak način, da se lahko takoj razkrijejo morebitne slabosti in da se jih lahko takoj popravi.

Pomembno je, da se vam poslovni načrt ne zapraši na polici, ampak da ga kontinuirano dopolnjujete glede na spremembe, ki jih doživlja vaš izum, projektna skupina ali poslovno okolje, v katerem živite in delate.

Informacija v poslovnem načrtu je lahko tudi razkritje. Preden komurkoli pokažete poslovni načrt, morate zagotoviti, da je vaš izum primerno zaščiten, na primer s patentno prijavo. Enako velja za kakršnekoli osnutke poslovnega načrta.

Tudi če ste že vložili patentno prijavo, omejite vpogled v poslovni načrt. Ne dajajte ga na primer na svojo spletno stran, kajti to bi lahko odvrnilo vlagatelje, ki jih vaš izum privlači ravno zato, ker je javnosti še neznan.

V kolikor vaš izum nima patentne zaščite, obvezno razmislite o tem, da bi s partnerji sklenili pogodbo o ne razkritju informacij, preden jim pokažete vaš poslovni načrt.

Ne pišite 100 strani dolgega poslovnega načrta v upanju, da bo to naredilo dober vtis na potencialne investitorje. Poslovni načrt mora biti kratek in jedrnat, pregledno razčlenjen in dolg približno 10–15 strani plus Priloga. Investitorji ga bodo tako lažje brali in razumeli, vi pa ga boste lažje posodabljali skozi razvojne faze izuma.

Vedno morate biti pozitivni glede svoje ideje, vendar vseeno ne obljublajte velikih obetov, če za to nimate dokazov. Ravno tako ne skušajte prikriti pomanjkljivosti izuma, temveč raje skušajte najti primerne rešitve zanje. Tako si boste pridobili kredibilnost pri investitorjih.

Iskanje poslovnih partnerjev

Če želite s podjetjem skleniti licenčno pogodbo, morate najti primerna podjetja in pristopiti k njim na pravi način. Najti primerna podjetja je lahko težje, kot si mislite. Večja, znana podjetja običajno niso zainteresirana za sodelovanje z izumitelji.

Nekateri izumitelji naredijo tudi to napako, da stopijo v kontakt s podjetji prehitro. Imeti morate:

- Podrobno znanje o trgu, ki je najbolj primeren za vašo idejo.
- Končan prototip.
- Dokaze, da ima vaša ideja tržne (ne tehnične) prednosti.
- Dobro pripravljeno predstavitev, s katero lahko ob katerikoli priložnosti prikažete te dokaze.

Čeprav je vaš temeljni cilj podpisati licenčno pogodbo z velikim podjetjem, se lahko izkaže kot dobra strategija, da začnete z manjšim. Manjša podjetja se običajno lažje prilagajajo spremembam, poleg tega pa je na trgu več manjših kot večjih podjetij, tako da imate več možnosti.

Večino večjih podjetij oskrbujejo manjša podjetja, tako da je lahko najlažja pot do velikega podjetja prek enega od njihovih dobaviteljev.

Lahko najdete tudi manjše podjetje, ki je specializirano za vaše tehnološko področje in ima sredstva, prilagojena potrebam novega izdelka. Ena izmed slabih strani manjših podjetij pa je lahko ta, da razpolagajo z manj denarja kot velika podjetja. Zato je bolje, da pri razvoju vašega izuma tesno sodelujete z njimi in si tako delite stroške razvoja. Slaba stran je lahko tudi ta, da so manj znana, zato je mogoče težje ugotoviti katera podjetja bi lahko vaš izum zanimal in katera bi bila pripravljena sodelovati z vami.

Pomembno je, da najdete podjetje prave velikosti, kateremu lahko predstavite poslovno priložnost za povečanje njegovega tržnega deleža ali izboljšanje proizvodnega asortimaja. Mogoče boste imeli željo sodelovati z večjim podjetjem, vendar je lahko manjše podjetje z ambicijami po širitvi še boljša izbira.

Naj bo ugotavljanje, katera podjetja delujejo na vašem ciljnem trgu, vaša naloga. Ugotovite, kako so uspešni njihovi konkurenčni proizvodi, kakšen tržni delež imajo, velikost tržnega deleža in kakšni so njihovi prihodki. Dober vir informacij je podatkovna baza patentov.

Ne glede na to, koliko podjetij ste našli, je rezultat lahko popolno pomanjkanje zanimanja za vaš izum. Če ga vsa podjetja zavrnejo, a vendar vaše zaupanje vanj ostane veliko, je mogoče čas, da začnete resno razmišljati o tem, da namesto strategije licenciranja uberete strategijo ustanovitve vašega novega podjetja.





Splošno pravilo je, da bodite pozorni pri vsakem podjetju, ki je videti preveč navdušeno nad vašo idejo ali preveč pripravljeno dobiti se z vami. Podjetje, ki ga resnično zanima vaš izum, bo veliko bolj previdno in tudi ne bo pričakovalo od vas, da jim za karkoli plačate.

7 Poslovno sodelovanje

Za učinkovito poslovanje s podjetjem, ki je zainteresirano za vašo idejo, je dobro vedeti, kaj je tisto, kar je podjetje pritegnilo za sodelovanje z vami.

Njihov sanjski izum je tisti, ki jim prinaša ogromne dobičke brez tveganja. Vedo, da sami ne morejo priti do takšnega izuma, vendar želijo priti do idej z majhnimi stroški in s čim manj tveganja. Nikoli ne bodo pogledali vašega izuma in rekli: »To je tako dobro, da moramo imeti, ne glede na to koliko nas stane!«

7 Predstavitev prototipa podjetju

Zainteresirano podjetje lahko obdrži vaš prototip, da ga oceni. Če imate samo en prototip, ste omejeni pri pristopanju k ostalim podjetjem. Vaš prototip je vaša last, zato imate vso pravico, da nadzorujete, kaj se z njim dogaja:

- Ne puščajte prototipa podjetju po prvem vašem obisku. Najprej zahtevajte, da podjetje podpiše pravno zavezujočo pogodbo, ki omogoča pogojno izposojanje prototipa. Najbolje je, da vam takšno pogodbo napiše odvetnik.
- Ugotovite, kdo je odgovoren za varovanje vašega prototipa in zahtevajte, da vam povrne stroške v kolikor pride do poškodb ali izgube prototipa.
- Določite čas izposoje prototipa s točno določenim datumom. Običajno je en mesec dovolj dolga doba za izposojanje. Ne izposojajte prototipa za dalj časa brez finančnega nadomestila. Če podjetje zahteva od vas, da v času njihove izposoje ne pristopate z istim prototipom k drugim podjetjem, zahtevajte finančno nadomestilo.
- Plačilo naj se nanaša na oportunitetne stroške vaših pravic intelektualne lastnine. S tem v zvezi vam lahko dobro svetuje patentni zastopnik.
- Zahtevajte plačilo v obrokih in dajte jasno vedeti, da v kolikor plačilo ne zapade v dogovorjenih rokih, se pogodba o izposoji nemudoma prekine.

7 Pogajanja o licenčni pogodbi

Če je podjetje vaš izum ocenilo in si želi sodelovanja z vami, je naslednja stopnja pogajanje o licenčni pogodbi.

Priporočljivo je, da se na pogajanja pripravite in da ste profesionalni. V kolikor menite, da niste kos pogajanjem na tem nivoju, se obrnite na patentnega zastopnika. Vedeti morate, da so licenčna pogajanja običajno dolga, trajajo lahko tudi več mesecev.

Dober pogajalec mora:

- Ob vsakem trenutku vedeti, kaj hoče pridobiti s pogajanjem.
- Poznati mora podjetje, s katerim se pogaja.
- Obnašati se mora profesionalno in samozavestno.
- Biti mora sposoben končati pogajanja, raje kot sprejeti slabše pogoje.
- Biti mora prilagodljiv.

Licenčnine

Mnogi izumitelji ne razumejo, da licenčnina ne pomeni nujno prihodka.

Licenčnina se nanaša na dogovorjeni delež prihodka, ki ga podjetje ustvari z vašim izumom. Ta znesek boste prejemali v skladu s pogoji licenčnega sporazuma. Vendar je prihodek od licence v celoti odvisen od prodaje. Morda ste si priborili višji odstotek licenčnine, a če podjetje ničesar ne proda, ne boste zaslužili nič.

Lahko se zgodi, da podjetje pridobi licenco od vas, vendar nič ne proda ali izdelava. Vaš licenčni sporazum naj torej vključuje minimalni zagotovljeni prihodek. Izumitelj lahko pristane tudi na izredno nizek odstotek licenčnine in bistveno bolj obogati kot tisti, ki se dogovori za visokega. Razlika je odvisna od števila prodanih enot.

Običajno je najvišja licenčnina, ki jo lahko dobite, približno 25 odstotkov bruto dobička, ki ga bo podjetje imelo od prodaje vašega izuma. Bruto dobiček je prodajna cena na enoto minus stroški proizvodnje in prodaje, pomnožena s številom prodanih enot na leto. Bruto dobiček podjetja lahko dokaj natančno napoveste, če poznate napovedano prodajo vašega izdelka in predlagano prodajno ceno.

Večina podjetij vam še zdaleč ne bo hotela dati 25 odstotkov svojega bruto dobička. Podjetja običajno podcenijo izum, da bi znižala odstotek licenčnine, ki so vam ga dolžni plačati. Izumitelji pa običajno precenjujejo svoje izume in zahtevajo nerealno visok odstotek licenčnine.

Da boste lahko določili pošteno vrednost, odgovorite čim bolj objektivno na naslednja vprašanja:

- Koliko ste vložili v izdelek? Če ste podjetju dali v roke visokotehnološki izdelek, ste morda upravičeni do 15 % licenčnine ali več. Če pa je podjetje poskrbelo za celotno preoblikovanje in razvoj, je lahko poštenih 5 % ali manj.
- Kdo prevzema tveganje? Če podjetje vlaga veliko proizvodnih sredstev in tržnih virov za nek



izum, ki na tržišču še ni preizkušen, boste le stežka upravičili visoko licenčnino, če v primerjavi s podjetjem prevzimate nizko tveganje.

- Kako zelo poseben je izdelek? Če ni bližnje konkurence in podjetje lahko zaračuna visoko ceno, potem si zaslužite visoko licenčnino. Če pa bodo dobički zaradi konkurentov ostajali nizki, bo tudi vaš odstotek licenčnine nizek.
- V kolikšnih količinah se bo izdelek prodajal? Več enot ko bo podjetje prodalo, nižji bo vaš odstotek licenčnine. Profitne marže se zmanjšujejo, ko stranke naročajo velike količine, saj vztrajajo pri nižjih cenah. Če pa se prodaja poveča, lahko vaš prihodek skokovito narašča tudi ob nižjem odstotku.

Upoštevati morate tudi bruto dobiček na enoto in na velikost tržišča. Pomnožite bruto dobiček na enoto s številom enot, ki naj bi jih podjetje v enem letu prodalo po lastnih ocenah. Nato si pogledajte velikost in stabilnost tržišča. Se bo vaš izum dobro prodajal le nekaj let ali dlje?

Večji kot je potencialni bruto dobiček na enoto in bolj stabilno kot je tržišče, večja je vrednost izuma.

In kako pretvorimo bruto dobiček v neto prodajno ceno?

S pomočjo bruto dobička lahko izumitelj najbolj natančno in realno izračuna, kolikšna bo njegova nagrada. Vendar se licenčnine v standardni praksi v poslovnem svetu navaja kot odstotek neto prodajne cene izdelka – torej kot prodajne cene, zmanjšane za vse dajatve in druge rabate ter popuste. Terminologija se sicer spreminja, zneski pa ne.

Odstotek bruto dobička boste zlahka pretvorili v neto prodajno ceno, čim boste razumeli, da je prvi (bruto dobiček) odstotek drugega (neto prodajne cene). Na primer:

- Vaši podatki kažejo, da bo podjetje v enem letu imelo 40 % bruto dobička od prodaje vašega izdelka.
- Na podlagi ocene svojega izuma se odločite, da boste kot licenčnino zahtevali 15 % bruto dobička.
- Kar je 15 odstotkov od 40 odstotkov ...
- ... kar je 6 odstotkov neto prodajne cene – ta številka je sicer nižja, vendar znesek ustreza 15 % bruto dobička.

Ko se bo prodaja povečala, bo morda profitna marža podjetja upadla, saj pri velikih naročilih velja nižja cena na enoto. Torej boste morda lažje dosegli svoj cilj, če boste predlagali gibljivo lestvico licenčnin, ki temelji na celotnem prihodu od licenčnine. Recimo: 7% pri največ

20.000 evrih prihodka od licenčnine na leto, pet odstotkov za prihodek od licenčnine med 20.000–50.000 evrov letno in trije odstotki, kadar prihodek od licenčnine preseže 50.000 evrov letno. S tem boste dali vedeti, da ste se pripravljene prilagajati v interesu obeh strani. Poleg tega: če si vzamete manjši delež pri višji prodaji, spodbudite podjetje, ki je od vas odkupilo licenco, da proda več proizvodov.

7 Kako doseči soglasje?

Vi in podjetje, ki bo odkupilo vašo licenco, ne smete nikoli pozabiti, da cilj pogajanj ni zmagati, ampak doseči dogovor. Če ena stran zmaga, druga izgubi. Poraženec (ki ni vedno izumitelj) se lahko začne vesti tako, da se dogovor ne more ustrezno uresničevati. Zato je bistveno bolje za podjetje in za izumitelja, da si prizadevata za izid, s katerim bosta zadovoljni obe strani.

Pri sklepanju licenčnega sporazuma običajno potekata dva kroga pogajanj, pri čemer vsak od njih vodi do podpisa nekega sporazuma. Na prvi ravni so glavne točke pogodbe, na drugi pa dokončna pogodba.

Ko pogajanja že potekajo, se s svojimi pravnimi zastopniki pogovorite o možnih učinkih vsake klavzule posebej. Ne pustite se prisiliti v to, da je treba dogovor doseči hitro. Če je katerakoli klavzula nejasna, vztrajajte pri ponovnih pogajanjih, vse dokler se to ne razjasni. Vendar ne pozabite, da je namen pogajanj doseči dogovor – zato ne pričakujte, da bo vsaka klavzula napisana v celoti v vašo korist.

7 Dokončna pogodba

Potem ko smo določili glavne točke pogodbe, moramo le-te spremeniti v dokončno pogodbo. To je tako kompleksen in dolg dokument, da morate odgovornost zanj prepustiti svojim pravnim zastopnikom, saj lahko le oni poskrbijo, da bo v skladu z glavnimi točkami pogodbe.

Dokončne pogodbe ne imejte za priložnost za ponovna pogajanja! Zopet lahko ponovimo, da cilj pogajanj ni zmagati, ampak doseči dogovor. Nekatere klavzule vam ne bodo tako zelo v korist, kot bi si želeli. Če pa boste skušali spremeniti dogovorjeno (razen napak, ki jih bodo odkrili pravni zastopniki), obstaja večja verjetnost, da boste pogodbo uničili kot izboljšali.

Nekega dne boste tako v rokah končno držali svoj licenčni dogovor. Vendar se s tem vaše sodelovanje ne konča. Skupaj s svojimi pravnimi zastopniki morate stalno spremljati, kako licenčni sporazum deluje. Poskrbeti morate, da vam bodo izplačevali vašo licenčnino in da bo pridobitelj licence dobro prodajal vaš izum.

Paziti morate tudi, kaj počne konkurenca, saj bo nekatere mogoče premamilo, da bi kršili vaše pravice intelektualne lastnine. Drugi bodo morda svoje izdelke izboljšali, zato boste morali tudi vi izboljšati svoje.

Morda bi lahko razmislili o tem, kako še na drugačen način uporabiti svoje pravice intelektualne lastnine in tako priti do novih možnosti za licenciranje – morda v sodelovanju s prvim pridobiteljem licence ali pa kot popolnoma samostojno poslovno dejavnost.

Kakorkoli že, vaše delo kot lastnika dragocenih pravic intelektualne lastnine se ne bo končalo. Vendar se uspešni izumitelji nad tem le redko pritožujejo.

Viri

- <http://www.epo.org>
- <http://www.uil-sipo.si>
- www.inovator.si
- www.inovativnost.si
- <http://www.imamidejo.si>
- <http://www.mestomladih.si/spodbujamo-inovativnost/viri-financiranja-inovativnih-idej/39>
- <http://www.cipra.org/sl/alpmedia/novosti/3235>
- <http://innovastic.net/?p=78&lang=sl>



TRI vozlišče

*Tehnologije za
trajnostno
gospodarstvo*

www.skis.si


SKIS

Projekt delno financira MVZT in TIA

