

Cudze chwalicie, swego nie chronicie

Na codzień chronimy własności na wiele możliwych sposobów. Samochody wyposażamy w alarmy, okna w kraty, podwórko w psie, ulice w monitoring, a dla samych siebie wykupujemy broń bądź polisę. Chronimy rzeczy materialne, to co na codzień dostrzec potrafimy. Tymczasem w regionie bardzo słabo dbamy o inny rodzaj własności – intelektualnej. Taki dokładnie wniosek przedstawiony został przez Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym 24 listopada podczas konferencji prasowej Regionalnej Izby Gospodarczej.

W województwie Śląskim 55% firm nie deklaruje inwestowania w ochronę własności intelektualnej. – Jeżeli przechodzimy już do samych przedmiotów, a mówić możemy tutaj m.in. o oprogramowaniu komputerowym, to co piąta śląska firma posiada je w ramach legalnie wykupionej licencji. Swoje znaki firmowe chroni 14% firm, ochronę knowhow deklaruje 7% firm – mówiła Maria Holeksa z RIG-u.

W ogólnej liczbie przedsiębiorstw śląskich to właśnie firmy usługowe myślą najczęściej o ochronie przedmiotów własności intelektualnej i to one przeznaczają na ten cel najwięcej

środków. Z drugiej strony można powiedzieć, że nakłady na działania inwestycyjne dotyczące ochrony patentowej nie łączą się z małymi kwotami. – Jeżeli myślimy o takim przedsięwzięciu, to oznacza ono zazwyczaj zaangażowanie kadr, konkretnych osób w firmie oraz zaangażowanie finansowe. Jednak jest to bardzo opłacalny proces – tłumaczyła Holeksa.

W przypadku liczby patentów województwo śląskie odnotowuje wprawdzie niską, ale podnoszącą się z roku na rok liczbę ich zgłaszania. Trend ten minimalnie się podnosi, ale na tle krajów rozwiniętych – Wielkiej Brytanii, Niemiec – jest właściwie niewidoczny. W ramach badań tego zagadnienia Krajowa Izba Gospodarcza pytała przedsiębiorców pięciu z województw południowych, w tym ze śląskiego. Wskazania są takie, że 11% przedsiębiorców chroni własność intelektualną swojej firmy.

Jeśli chodzi o koszty ochrony patentowej w Polsce, to nie są one w rzeczywistości wysokie. Schody zaczynają się w momencie, kiedy trzeba asekurować się także poza granicami kraju. – Polska ochrona wynalazku daje nam monopol na jego wykorzystanie tylko w Polsce i nigdzie indziej. Jeśli zależy nam na ochro-

nie na innych rynkach, wtedy trzeba już liczyć się z wyższymi kosztami – mówi Mariusz Grzesiczak rzecznik patentowy Uniwersytetu Śląskiego.

Istnieją jednak pewne bariery utrudniające ochronę własności intelektualnej, które można zarówno odnieść i do prywatnej działalności, i do uczelni wyższych. Pierwsza w kolejności jest bariera wiedzy. Nie wszyscy mają świadomość samej możliwości lub chociażby korzyści płynących z dbania o swoje projekty czy wynalazki. Sama świa-

domość to nie wszystko, bo nawet mając wiedzę o tej procedurze na drodze staje druga bariera. Są nią koszty związane wyłącznie z drogą formalną i odnawianiem takiego ubezpieczenia na kolejne lata. Dla przykładu ochronę patentową w Polsce należy wznawiać co 10, 20 lub 25 lat i pamiętać o tym powinien sam zainteresowany.

Oprócz powyższych istnieją jeszcze dwie bariery. Niska liczba prawników specjalizujących się w tej dziedzinie oraz niskie zapotrzebowanie na takich ludzi z drugiej stronie stwarza

niskie pojęcie o tym obszarze legislacyjnym. Na końcu pozostaje jeszcze bariera typowa dla środowisk naukowych i można ją nazwać ideową lub prestiżową. – Szereg naukowców nie postrzega wynalezionej przez siebie rozwiązania jako coś, na czym można zarobić, co można skomercjalizować. To jest ich dorobek naukowy, którym chcą chwalić się światu. Często wolą ogłosić swoje odkrycie w specjalistycznym czasopiśmie lub periodyku niż zgłosić do ochrony patentowej – wyjaśniał Grzesiczak.

TG

Przedmioty własności przemysłowej, czyli co możemy chronić:

Wynalazki – nowe w skali światowej rozwiązanie posiadające charakter techniczny, charakteryzujące się poziomem wynalazczym i nadające się do przemysłowego stosowania.

Wyróżnia się cztery kategorie wynalazków:

- produkty,
- urządzenia,
- sposoby,

- zastosowania;
- Wzór użytkowy – nowe i użyteczne rozwiązanie o charakterze technicznym, dotyczące kształtu, budowy lub zestawienia przedmiotu o trwałej postaci;

Wzór przemysłowy – nowa i posiadająca indywidualny charakter postać wytworu lub jego część, nadana mu w szczególności przez cechy linii, konturów, kształtów, kolorystykę, strukturę lub materiał wytworu oraz przez jego ornamentację;

Znak towarowy – każde oznaczenie przedstawione w sposób graficz-

ny lub takie, które w sposób graficzny można wyrazić, jeżeli nadaje się do odróżniania towarów lub usług jednego przedsiębiorstwa od towarów lub usług innego;

Przykładowe rodzaje znaku towarowego:

- słowny*,
- słowno-graficzny*,
- graficzny,
- przestrzenny,
- dźwiękowy;

* – najczęściej stosowane

źródło: Urząd Patentowy RP