

XXI wieku przez Petera Druckera. Stwierdził on², że przedsiębiorczość polega na aktywnym podejściu do szans – ich wykorzystaniu i unikaniu zagrożeń. Celem wprowadzania zmian jest określona korzyść ekonomiczna, a kluczowe znaczenie mają innowacje służące zwiększeniu konkurencyjności prowadzonej działalności gospodarczej. Ostatecznej weryfikacji szansy dostarcza rynek. Działają dwa podstawowe kryteria weryfikacji szansy i sposobu jej wykorzystania: czy produkt jest kupowany (wymiar rynkowy innowacji), czy produkcja jest opłacalna? (wymiar produkcyjny innowacji). Drucker formułuje też chyba najprostszą i najbardziej jednoznaczną definicję innowacji. Mówi on, że **innowacja definiowana jest jako pomyslna ekonomicznie eksploatacja nowych pomysłów.**

Nowość nie musi być innowacyjna

Aby mówić o innowacyjnej działalności przedsiębiorstwa, musimy zdefiniować zarówno nowość rozwiązania, jak i pewną nową wartość przez nią kreowaną. Sama nowość nie jest jeszcze innowacją. Rozwiązania innowacyjne mają źródło zarówno w firmie: jej zachowaniach, reakcjach, przyzwyczajeniach, jak i poza nią: w zmianach otoczenia, zmianach nawyków czy czynnikach demograficznych. Innowacją jest zarówno nowy, nie znany wcześniej produkt, nowa metoda wytwarzania produktu, jak i – coraz częściej – nowa organizacja działania. W nowoczesnej gospodarce większe znaczenie mają innowacje organizacji działania. Postęp technologiczny wymusza niejako zmiany w organizacji biznesu.

Wdrażanie projektów innowacyjnych w przedsiębiorstwie staje się coraz ważniejszym wyzwaniem dla gospodarki narodowej.

Obserwujemy znaczne przyspieszenie cyklu życia innowacji. Sprawia to, że coraz mniej czasu pozostaje na reakcje rynkowe. Możemy mówić o kilku czynnikach sprawiających, iż innowacyjność staje się coraz ważniejsza:

- **konkurencyjność wyrobów/usług** zależy od technologii, ponieważ podstawa konkurencji przesuwa się z ceny na czynniki pozacenowe;
- **rosnąca skala i ryzyko rozwoju technologicznego** (globalizacja);
- **rosnące tempo zmian technologicznych** (rozwój nauki i techniki, skracanie cyklu życia technologii);
- **rosnąca złożoność technologii** (rozwój nauki i techniki, nowe technologie);
- **rosnąca konkurencja** (wzrost i zmiana rodzajów konkurencji);
- **rosnące zagrożenia i szanse** (wolny rynek, UE).

¹ Por. Departament Analiz Ekonomicznych i Społecznych Urzędu Komitetu Integracji Europejskiej, „Strategia Lizbońska – Droga do Sukcesu Zjednoczonej Europy” UKIE, 2007, s. 71.

² Drucker Peter F., *Praktyka zarządzania*, Wydawnictwo MT Biznes, 2003.

Zarządzanie własnością intelektualną źródłem sukcesu i innowacyjności przedsiębiorstwa – poszukiwania w bazach danych

dr Agnieszka Podrazik

Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie, Biblioteka Główna

W gospodarce opartej na wiedzy, wykorzystanie informacji patentowej jest czynnikiem odgrywającym istotną rolę w sukcesie każdego przedsiębiorstwa, dużego i małego.

Dokumenty patentowe w porównaniu z jakimikolwiek innymi publikacjami naukowymi czy technicznymi zawierają ogromne bogactwo informacji prawnej i technicznej, ale także bardzo szczegółowej informacji przydatnej dla biznesu. Co więcej, szybki technologiczny rozwój w dziedzinie informacji i komunikacji w połączeniu z darmowymi i komercyjnymi patentowymi bazami danych, stworzył nowe możliwości przede wszystkim dla MŚP, które mogą obecnie korzystać w strategiczny i bardziej systematyczny sposób oraz co ważne często bezpłatnie z ogromnych zasobów informacji patentowej.

Informację patentową cechuje kilka istotnych elementów, które stanowią o jej wysokiej wartości. Do najczęściej przytaczanych należą jej aktualność oraz unikalność. Publikacja zgłoszenia, to często pierwsza publikacja, która pojawia się na temat danego rozwiązania. Monitoring informacji patentowej z interesującej nas dziedziny pozwala śledzić na bieżąco najważniejsze osiągnięcia technologiczne. Dokumentację patentową cechuje także wysoki stopień usystematyzowania danych. Dzięki systemom klasyfikacyjnym jest doskonale uporządkowana i sklasyfikowana według pól technologii.

Oprócz Międzynarodowej Klasyfikacji Patentowej, stosowanej powszechnie na świecie od lat 60., a w pierwszej dekadzie XXI w. gruntownie zreformowanej i przystosowanej do celów elektronicznych zasobów informacji, wymienić należy najnowszy system Cooperative Patent Classification, uruchomiony 1 stycznia 2013. Klasyfikacja CPC będąca owocem współpracy EPO oraz USPTO, zawiera około 250 000 haseł w porównaniu do 77 000 haseł w MKP. Zwiększona ilość haseł uzasadniona jest gwał-

townym rozwojem nowoczesnych technologii w ostatnim 20-leciu.

Dlaczego informacja patentowa potrzebna jest przedsiębiorcy?

Poznając cechy i zalety informacji patentowej wydaje się oczywiste, że powinni korzystać z niej także przedsiębiorcy, szczególnie na etapie podejmowania decyzji istotnych dla rozwoju firmy. Patenty są wyjątkowym źródłem informacji technicznej, stanowiącej wielką wartość w strategicznym planowaniu biznesu. Większość wynalazków jest ujawniana już, kiedy zgłoszenie patentowe jest publikowane. Tak więc opisy patentowe dostarczają wiedzy o najnowszych osiągnięciach na długo przed tym zanim produkt pojawi się na rynku. Bez informacji patentowej trudno wyobrazić sobie jakiegokolwiek badanie stanu techniki, które w każdym przedsiębiorstwie powinno odgrywać istotną rolę, prowadzić do określenia przyszłego kierunku rozwoju produktu, ułatwiać prace projektowe konstruktorom poprzez wskazywanie tych rozwiązań technicznych, które podlegają ochronie prawnej, umożliwiać prowadzenie ukierunkowanej i spójnej polityki wynalazczo-racjonalizatorskiej. Badania stanu techniki pozwalają efektywnie zaplanować działalność R&D bez narażania się na duplikację prac, wyznaczyć kierunek badań, zidentyfikować konkurencję lub potencjalnych partnerów, określić, które obszary nie są jeszcze dostatecznie „zajęte” przez firmy działające na rynku w określonej branży, tak, aby podjąć słuszną decyzję o wejściu na rynek.

Światowa Organizacja Własności Intelektualnej WIPO wymienia najważniejsze z biznesowych możliwości wykorzystania informacji patentowej w działalności przedsiębiorstw:

- zidentyfikowanie i ocena technologii, którą firma chciałaby nabyć,
- zidentyfikowanie alternatywnych technologii,

- śledzenie najnowszych technologii z interesującej dziedziny,
- znalezienie gotowych rozwiązań technicznych problemów,
- inspiracja dalszych pomysłów wynalazczych.

Z punktu widzenia strategii komercyjnej przedsiębiorstw informacja patentowa pomoże:

- zidentyfikować partnerów biznesowych,
- zlokalizować materiały i dostawców,
- monitorować działalność konkurencji,
- zidentyfikować nisze na rynku.

W aspekcie ochrony własności praw własności przemysłowej jest niezbędna firmom, aby:

- zidentyfikować stan techniki przed dokonaniem zgłoszenia patentowego,
- uniknąć niepotrzebnych kosztów na prowadzenie badań nad czymś, co jest już znane,
- ocenić zdolność patentową własnych wynalazków,
- uniknąć ewentualnych naruszeń praw wyłącznych,
- zablokować udzielenie patentu, który naruszałby nasze prawa.

Gdzie szukać informacji?

1) INFORMACJE O PRZEDSIĘBIORSTWACH

a. dostawcy niekomercyjni – oficjalne urzędy, instytucje

- Centralna ewidencja i informacja o działalności gospodarczej (CEIDG) – www.ceidg.gov.pl
- Baza Głównego Urzędu Statystycznego (GUS)/REGON – www.stat.gov.pl/regon
- Krajowy Rejestr Sądowy (KRS) – <https://ems.ms.gov.pl>
- Ministerstwo Gospodarki wyszukiwarka instytucji – <https://biznes.gov.pl>

b. renomowani KOMERCYJNI dostawcy informacji

- Bisnode D&B Polska – udostępnia darmowo podstawowe informacje o firmach – <http://www.dnb.com.pl>

- Kompass – podstawowe informacje o firmach, <http://pl.kompass.com/>

c. Portale informacyjne

- np. Infor www.infor.pl;
- Puls Biznesu www.pb.pl

2) INFORMACJE NA TEMAT PRAW WŁASNOŚCI PRZEMYSŁOWEJ, OCHRONY PATENTOWEJ, DORADZTWO PATENTOWE

- Urząd Patentowy RP www.uprp.pl
- kancelarie patentowe www.rzecznikpatentowy.org.pl
- Ośrodki informacji patentowej PATLIB www.uprp.pl/osrodki-informacji-patentowej/Lead03,278,297,1,index,pl,text

3) BAZY DANYCH PATENTÓW, ZNAKÓW TOWAROWYCH, WZORÓW PRZEMYSŁOWYCH

a. znaki towarowe

- Register Plus, <http://regserv.uprp.pl/register/regviewer> – znaki towarowe w procedurze krajowej
- Romarin www.wipo.int/romarin – znaki towarowe w procedurze międzynarodowej
- Global Brand Database, <http://www.wipo.int/branddb/en/> – znaki towarowe poszczególnych urzędów patentowych
- eSearch plus www.oami.europa.eu – znaki towarowe Wspólnoty Europejskiej
- TmView www.tmdn.org/tmview/welcome.html – znaki towarowe poszczególnych urzędów patentowych

b. wzory przemysłowe

- Hague Express www.wipo.int/designdb/hague/en/ – wzory przemysłowe w procedurze międzynarodowej WIPO
- Global Design Database www.wipo.int/designdb/en/ – wzory przemysłowe poszczególnych urzędów patentowych

- eSearch plus
www.oami.europa.eu
– wzory przemysłowe Wspólnoty Europejskiej
 - DesignView
www.tmdn.org/tmdsview-web/welcome
– wzory przemysłowe poszczególnych urzędów patentowych
- c. patenty
- UPRP – Register Plus
– <http://regserv.uprp.pl>
wyszukiwarka przedmiotów chronionych
 - <http://grab.uprp.pl>
serwer publikacji UPRP
 - <http://pubserv.uprp.pl>
 - Baza danych Espacenet
– <http://worldwide.espacenet.com>
 - Europejska Organizacja Patentowa oferuje łatwy w użyciu bezpłatny serwis, który zawiera informacje o ponad 90 mln wynalazków w różnych krajach. Niektóre z nich pochodzą nawet z roku 1836.
 - Baza danych PatentScope WIPO
– <http://patenstscope.wipo.int/search/en/search.jsf>
WIPO oferuje dostęp do bazy zgłoszeń międzynarodowych PCT oraz do wielu innych patentowych kolekcji krajowych, zawiera ponad 40 mln rekordów
 - Baza danych Depatisnet,
<http://depatisnet.dpma.de/DepatisNet>
 - Baza Niemieckiego Urzędu Patentowego zapewnia dostęp do niemieckiej dokumentacji patentowej (patenty i wzory użytkowe), dokumentacji międzynarodowej, oraz wielu kolekcji krajowych, w tym także polskiej.
 - Bazy danych innych urzędów patentowych

Każdy urząd patentowy ma własne bazy danych zawierające tylko jego publikacje, np. zgłoszenia i/lub patenty tylko ze Stanów Zjednoczonych <http://patft.uspto.gov>, Japonii <http://www.j-platpat.inpit.go.jp/web/all/top/BTmTopEnglishPage>, Korei <http://eng.kipris.or.kr>

Empatia jest najważniejsza w design thinking

Wojciech Karcz

Design Thinking Warsaw

Na pierwszym etapie procesu *design thinking* naszym zadaniem jest odkrycie potrzeb użytkownika, dla którego tworzymy nowe rozwiązanie. Często ta faza nazywana jest „empatią”, ponieważ chodzi nam dosłownie o wczucie się w rolę drugiego człowieka, dzięki czemu jesteśmy w stanie poznać jego potrzeby.

Takie podejście jest jednym z fundamentów procesu *design thinking*, ponieważ projektujemy nowe produkty i usługi, z których będą korzystać normalni ludzie (*human centered design*). Bardzo często zdarza się bowiem, iż tworzymy jakieś rozwiązanie opierając się tylko na naszym punkcie widzenia i nie uwzględniamy perspektywy użytkowników, którzy z tego rozwiązania będą później korzystać. Czasami zaś nasze rozumienie konkretnego problemu kompletnie różni się od sposobu myślenia końcowych użytkowników. Dlatego pierwszym krokiem przy tworzeniu nowego produktu lub usługi jest wyjście na zewnątrz do normalnych ludzi i odkrycie, jakie są ich potrzeby.

Pytaj, aby wiedzieć

Najlepiej zacząć swoją pracę od zadania sobie podstawowych pytań: „czego nie wiem?”, „czego muszę się dowiedzieć?”, „z kim muszę porozmawiać?”, „gdzie znajdę potrzebne informacje?”, „kto może mi pomóc?”, „kto zajmował się podobnym problemem?” itp. Następnie poszukujemy niezbędnych informacji

w Internecie, książkach, publikacjach czy rozmowach z ekspertami oraz zwykłymi ludźmi. Dodatkowo skupiamy się też na odkryciu potrzeb użytkowników, którzy będą korzystać z naszego rozwiązania.

Na tym etapie naszym celem jest zdobycie, jak największej liczby obserwacji oraz informacji dotyczących problemu, którym obecnie się zajmujemy. Chodzi o to, żeby zostać „ekspertem” w tej konkretnej dziedzinie i to jeszcze w stosunkowo krótkim czasie.

Najlepiej wytłumaczyć taki sposób działania na przykładzie. Założmy, że chcemy przeprojektować doświadczenie korzystania z metra w pewnym mieście. W tym celu obserwujemy pasażerów użytkujących na co dzień metro przy dojazdach do pracy. Rozmawiamy z tymi, którzy sporadycznie korzystają z metra, jeździmy razem z pasażerami w porze porannego szczytu. Rozmawiamy z maszynistami prowadzącymi pociągi, ludźmi budującymi składy metra oraz z tymi, którzy zawiadują ruchem pociągów. Również możemy zapytać się, co myślą o metrze ludzie, którzy nigdy z metra nie sko-