

# od POMYSŁU do WDROŻENIA

Poradnik dla pracowników naukowych, doktorantów i studentów  
Uniwersytetu Rolniczego im. Hugona Kołłątaja w Krakowie

Publikacja została opracowana w ramach programu pod nazwą „Inkubator Innowacyjności 4.0” realizowanego w ramach projektu pozakonkursowego pn. „Wsparcie zarządzania badaniami naukowymi i komercjalizacja wyników prac B+R w jednostkach naukowych i przedsiębiorstwach” w ramach Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014–2020 (Działanie 4.4).



UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI FUNDUSZ  
ROZWOJU REGIONALNEGO



# Słowo wstępne

Innowacje przybierają wiele form, podążają wieloma ścieżkami i wywodzą się z różnych dyscyplin. Nasi pracownicy naukowcy mają wspólną pasję do pomysłów i gotowość do podejmowania ryzyka. Ich pomysły mogą również odnieść sukces lub rozwinąć się na różne sposoby. To możliwości, które ekscytują nas wszystkich!

Zaprezentowany Państwu poradnik „od POMYSŁU do WDROŻENIA” przedstawia istotne elementy transferu technologii i komercjalizacji wiedzy na Uniwersytecie Rolniczym im. Hugona Kołłątaja w Krakowie. Został opracowany, aby dać odpowiedź na najczęściej zadawane sobie pytania oraz zapewnić szeroki przegląd procesu współpracy z biznesem i usług dostępnych dla naukowców.

Zapraszamy do zapoznania się z treścią poradnika „od POMYSŁU do WDROŻENIA”!

Zespół Centrum Transferu Technologii URK

oraz

Centrum Innowacji Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie Sp. z o. o.

<b>Słowo wstępne</b> .....	<b>2</b>
<b>Jednostki URK wspierające transfer technologii</b> .....	<b>4</b>
<b>Proces transferu technologii</b> .....	<b>9</b>
<b>Własność intelektualna</b> .....	<b>14</b>
<b>Komercjalizacja</b> .....	<b>36</b>
<b>Współpraca badawcza, badania zlecone</b> .....	<b>46</b>
<b>Model biznesowy, sztuka prezentacji</b> .....	<b>49</b>

#### Opracowanie:

Adelina Kasprzak, Klaudia Kłeczek, Patrycja Witek, Tomasz Czech – Centrum Transferu Technologii URK  
Marcin Polak – Radca Prawny, Kancelaria Radca Prawny Marcin Polak

#### Opracowanie graficzne:

Studio Grafpa, [www.grafpa.pl](http://www.grafpa.pl)

#### Druk:

[druk24h.pl](http://druk24h.pl)

Publikacja powstała przy współpracy Centrum Transferu Technologii z spółką celową – Centrum Innowacji Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie sp. z o. o. oraz z jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu Rolniczego im. Hugona Kołłątaja w Krakowie.

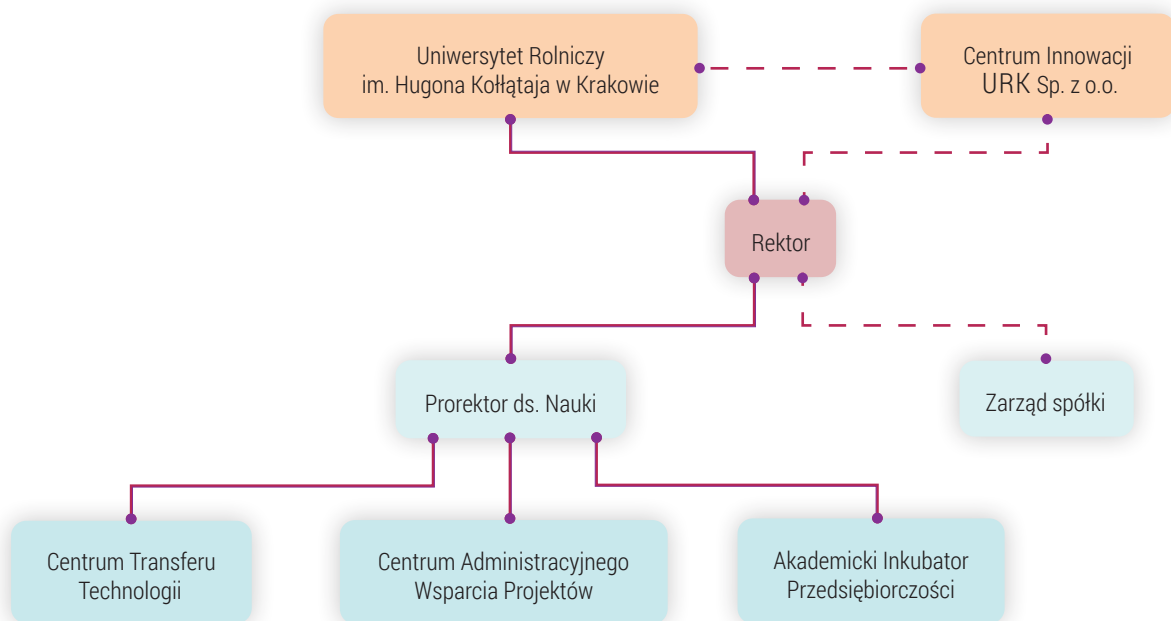
Kraków, 2023 r.

Wszystkie prawa zastrzeżone. Kopiowanie, przetwarzanie i rozpowszechnianie materiałów w całości lub w części bez zgody Centrum Transferu Technologii jest zabronione.

## Jednostki URK wspierające transfer technologii

Jednostkami w strukturze Uniwersytetu Rolniczego im. Hugona Kołłątaja w Krakowie, które odpowiadają za transfer technologii do środowiska gospodarczego są w szczególności: Centrum Transferu Technologii, Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości oraz Centrum Administracyjnego Wsparcia Projektów.

Uniwersytet Rolniczy, zgodnie z Ustawą Prawo o Szkolnictwie Wyższym i Nauce, powołał również odrębny podmiot – spółkę celową – Centrum Innowacji Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie sp. z o. o., której celem jest wsparcie Uczelni w zakresie komercjalizacji i transferu technologii. Uniwersytet Rolniczy posiada 100% udziałów w spółce. Rektor reprezentuje właściciela spółki tj. Uniwersytet Rolniczy w Krakowie.

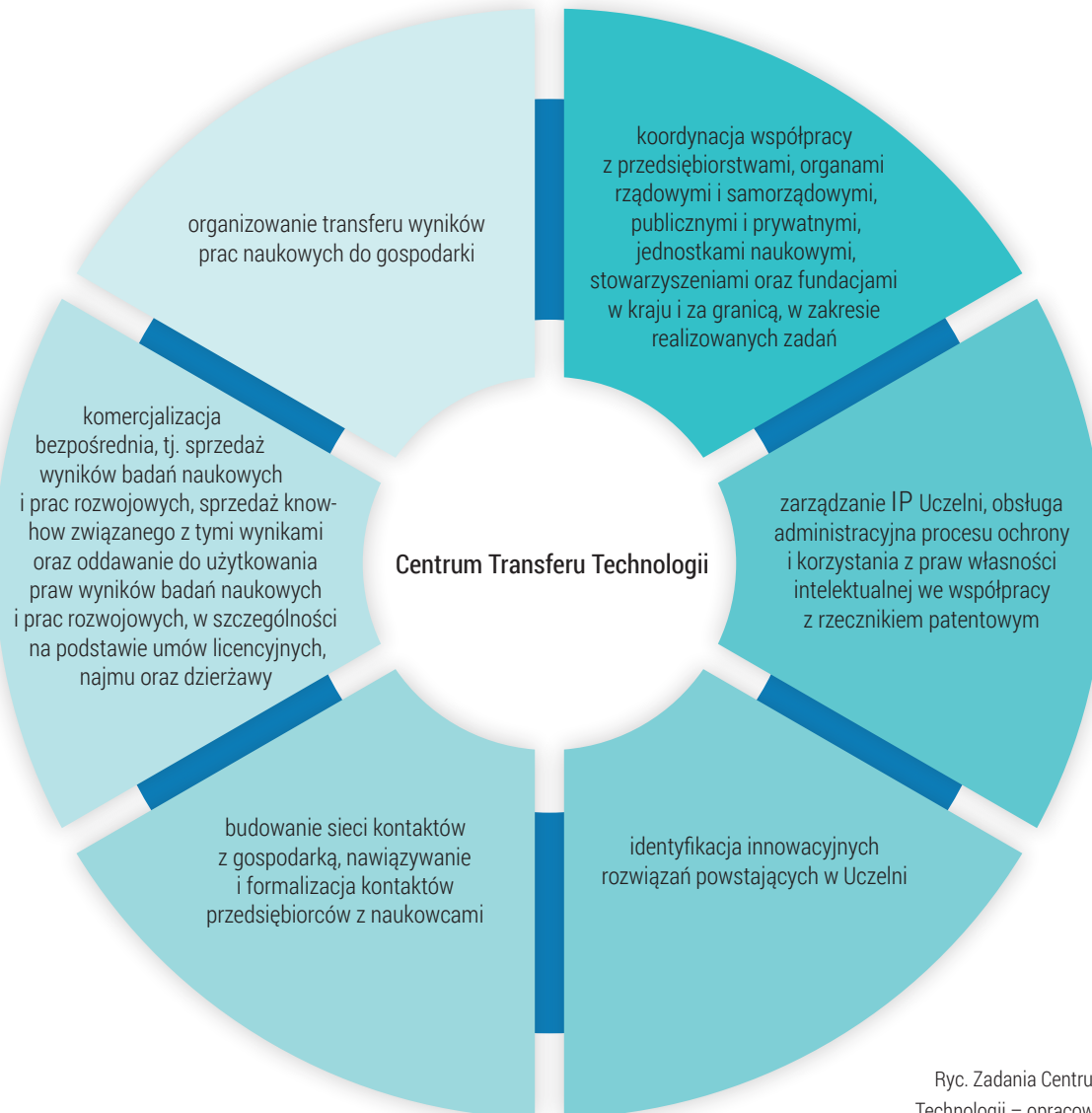


Ryc. Struktura Uniwersytetu Rolniczego im. Hugona Kołłątaja w Krakowie – opracowanie własne



**Centrum Transferu Technologii (CTT)** odpowiada za współpracę nauki z otoczeniem gospodarczym oraz za wykorzystanie w pełni potencjału intelektualnego pracowników naukowych Uniwersytetu.

Do głównych zadań CTT należy:



Ryc. Zadania Centrum Transferu Technologii – opracowanie własne



**Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości (AIP)** wspiera środowisko akademickie, w tym pracowników Uczelni i studentów w rozwoju inicjatyw związanych z działalnością gospodarczą. AIP współpracuje ze wszystkimi jednostkami organizacyjnymi Uczelni, organami administracji publicznej, stowarzyszeniami, fundacjami i innymi podmiotami w kraju i za granicą.

AIP powstał z myślą o młodych, aktywnych i przedsiębiorczych osobach, które chcą założyć własną firmę. Celem Inkubatora jest pomoc w rozpoczęciu aktywności zawodowej a w szczególności w założeniu własnego biznesu.



### **Centrum Administracyjnego Wsparcia Projektów Uniwersytetu Rolniczego im. Hugona Kołłątaja w Krakowie (CAWP)**

CAWP wspiera jednostki Uczelni w procesie pozyskiwania środków i realizacji projektów badawczych, w tym międzynarodowych finansowanych ze źródeł zewnętrznych, w szczególności Komisji Europejskiej i NCBR oraz

projektów dydaktycznych i wspierających rozwój potencjału Uczelni.

Do zadań CAWP należy:

- inspirowanie, organizowanie, administrowanie, realizacja i monitorowanie projektów,
- wspieranie jednostek Uczelni w staraniach o pozyskiwanie środków na badania ze źródeł zewnętrznych,
- pomoc w przygotowaniu wniosków oraz dokumentacji do złożenia wniosku o dofinansowanie projektu,
- weryfikacja formalna wniosków o finansowanie projektów,
- pomoc kierownikom lub koordynatorom projektów na etapie zawierania umów, w tym udział w przygotowaniu dokumentacji warunkującej otrzymanie finansowania,
- wsparcie kierowników lub koordynatorów projektów w bieżącej realizacji projektów,
- monitorowanie realizacji działań projektowych w zakresie zgodności z obowiązującymi przepisami prawa, warunkami umowy o finansowanie oraz zasadami kwalifikowalności wydatków,
- weryfikacja formalna sprawozdań z realizacji projektów,
- współpraca z kierownikami lub koordynatorami projektów w ramach przeprowadzanych kontroli i audytów, w tym udział w przygotowywaniu wymaganych dokumentów oraz nadzór nad wdrażaniem zaleceń pokontrolnych.

## Jaka jest rola spółki celowej w komercjalizacji?

Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie posiada jedną spółkę celową – Centrum Innowacji Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie sp. z o. o.

Spółka zajmuje się komercjalizacją wyników prac naukowo–badawczych powstałych na Uniwersytecie Rolniczym im. Hugona Kołłątaja w Krakowie.



Spółka Centrum Innowacji Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie sp. z o.o. została powołana w marcu 2012 r., w której 100% udziałów spółki należy do Uniwersytetu Rolniczego im. Hugona Kołłątaja w Krakowie.

Główne role Centrum Innowacji URK Sp. z o.o.:

- wspieranie współpracy nauki z biznesem,
- promowanie działalności innowacyjnej – w szczególności identyfikacji, wspierania i wprowadzania do obrotu innowacji i produktów zaawansowanych technologii,
- wspieranie rozwój potencjału adaptacyjnego pracowników, naukowców i studentów Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie, ze szczególnym uwzględnieniem prac badawczo-rozwojowych w zakresie nowych technologii,

- komercjalizacja wyników prac naukowo–badawczych powstałych na Uniwersytecie Rolniczym w Krakowie.

W ofercie Centrum Innowacji URK Sp. z o.o. można znaleźć:

- pomoc i doradztwo w zakresie zakładania i prowadzenia spółek technologicznych, bazujących w głównej mierze na własności intelektualnej wytworzonej na Uczelni (spółki spin-off),
- tworzenie, zarządzanie i ewaluacja projektów B+R we współpracy z podmiotami zewnętrznymi,
- pośrednictwo w zakresie przekazywania praw do własności intelektualnej wytworzonej na Uniwersytecie Rolniczym w Krakowie,
- udostępnianie Preinkubatora Przedsiębiorczości Akademickiej, którego celem jest promowanie i wspieranie przedsiębiorczości akademickiej, m.in. poprzez stwarzanie specjalnych warunków organizacyjno–technicznych, ułatwiających powstawanie nowych i rozwój istniejących małych i średnich firm,
- opracowywanie szkoleń i warsztatów przy współudziale środowiska akademickiego Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie w zakresie nowych technologii, komercjalizacji, modeli biznesowych, a także szkoleń specjalistycznych z zakresu rolnictwa ekologicznego, systemu zarządzania jakością produkcji ekologicznej, systemu GLOBAL G.A.P. i innych,

- wsparcie eksperckie oraz doradztwo w zakresie wdrażania nowych technologii i zarządzania własnością intelektualną, opracowywanie ekspertyz w zakresie innowacyjności technologii, korzystając z zasobów intelektualnych naukowców z Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie,
- opracowywanie raportów i analiz rynkowych z zakresu nowych technologii oraz związanych z nimi produktów i usług, a także tworzenie strategii marketingowych dla nowych marek.

#### Ważne!

Spółka Celowa URK może wynajmować odpłatnie aparaturę Uczelni, a także korzystać z dowolnych usług na rynku bez procedury PZP (Prawo Zamówień Publicznych). Daje to możliwość kupowania niezbędnych materiałów oraz zlecenia usług innym firmom (podwykonawstwa) od dowolnej firmy z rynku (wg zapotrzebowania na rzecz realizacji danego zlecenia od Zamawiającego, w ramach ustalonego w toku negocjacji budżetu na dane zlecenie).

Przychody osiągnięte przez Spółkę z tytułu realizacji badań zleconych zaliczają się do ewaluacji jakości działalności naukowej w zintegrowanym systemie informacji o szkolnictwie wyższym i nauce POL-on oraz do oceny działalności naukowej pracowników Uniwersytetu Rolniczego.



# Proces transferu technologii

**Transfer technologii** to przepływ wszelkiej wiedzy i innowacji do gospodarki. Może to nastąpić poprzez publikacje, absolwentów wchodzących na rynek pracy i relacje z podmiotami zewnętrznymi. W niniejszym przewodniku, transfer technologii odnosi się głównie do sprzedaży technologii, licencjonowania, zakładania spółek spin-off i realizacji usług badawczych na zlecenie podmiotów zewnętrznych.

Transfer technologii może przyjąć następujące formy:

- komercjalizacja bezpośrednia,
- komercjalizacja pośrednia,
- współpraca badawcza, usługi badawcze.

**Innowacje** są to wszelkie zmiany, będące efektem procesu, który rozpoczyna się od powstania pomysłu nowego rozwiązania, produktu, technologii bądź zastosowania. Działalność innowacyjna związana jest z przygotowaniem, uruchomieniem wytwarzania a następnie wdrożeniem w praktyce gospodarczej nowych lub udoskonalonych wyrobów, materiałów, urządzeń lub usług.

Rodzaje innowacji:

- **produktowa** – obejmuje wdrożenie na rynek wyrobów lub usług, które odznaczają się nowymi lub znacząco udoskonalonymi cechami funkcjonalnymi lub użytkowymi,
- **procesowa** – dotyczy wdrożenia nowej lub ulepszonej metody produkcji lub dostawy np. obniżenie kosztów wytwarzania lub dostawy, obejmuje znaczące zmiany w zakresie technologii, urządzeń lub oprogramowania,
- **marketingowa** – polega na wdrożeniu nowej metody marketingowej wiążącej się ze znaczącymi zmianami w projekcie, konstrukcji produktu lub w opakowaniu, dystrybucji, promocji lub strategii cenowej,
- **organizacyjna** – to wdrożenie nowej metody organizacyjnej w zasadach działania jednostki i organizacji miejsca pracy, której celem jest np. optymalizacja kosztów działania firmy czy usprawnienie wewnętrznych procesów np. administracyjnych,
- **społeczna** – dotyczy poszukiwania lepszych, nowatorskich rozwiązań odpowiadających na potrzeby społeczne.

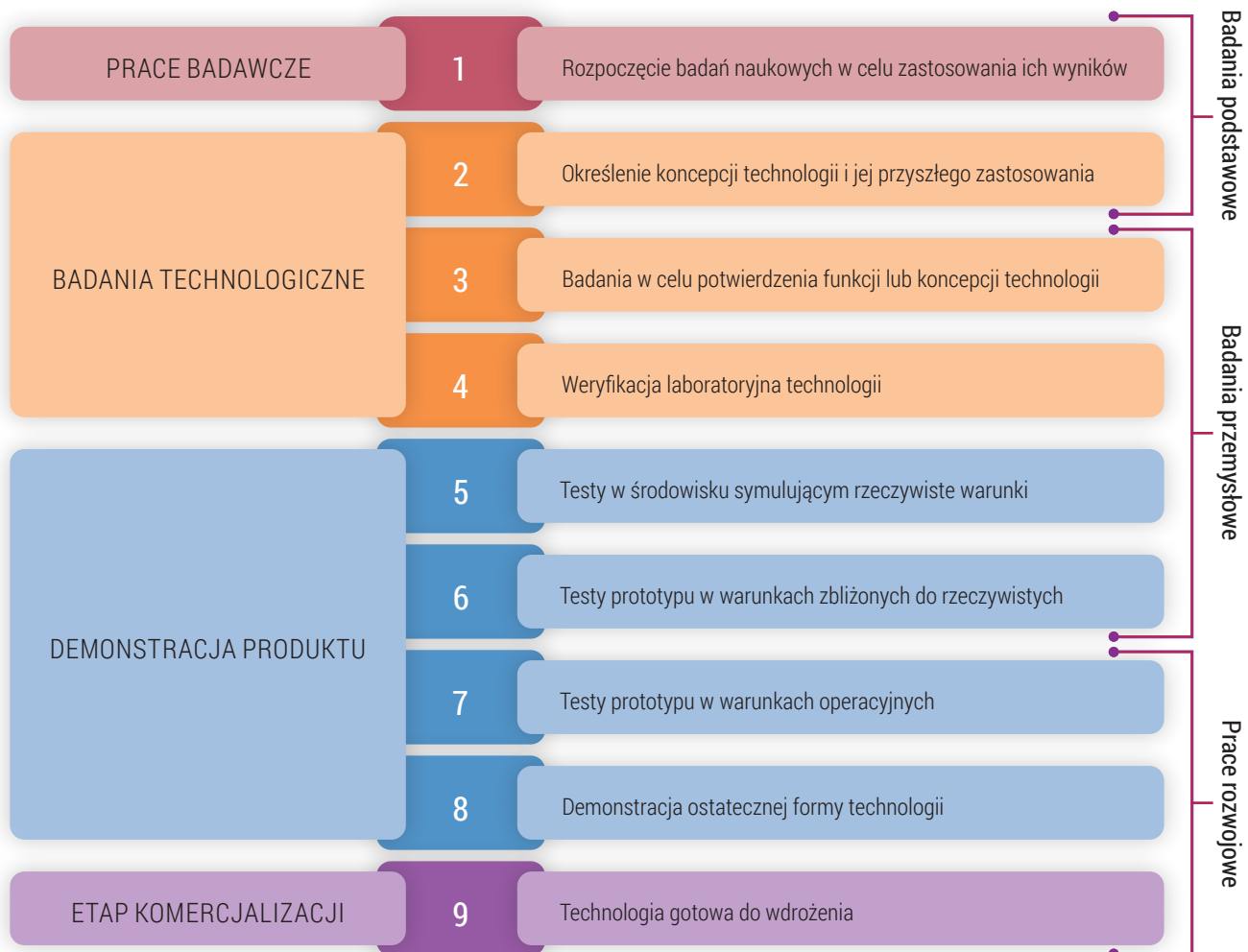


Ryc. Droga od pomysłu do wdrożenia – opracowanie własne

## POZIOM GOTOWOŚCI TECHNOLOGICZNEJ TRL

Zanim innowacja będzie mogła zostać wykorzystana w praktyce musi przejść wiele testów. Etapy przygotowania technologii można klasyfikować według dziewięciostopniowej skali poziomu gotowości technologicznej TRL (ang. Technology Readiness Level). Poziom TRL

pozwała określić, jak daleko od wdrożenia jest dana innowacja. Ta informacja, może być przydatna w szczególności dla potencjalnego inwestora lub nabywcy technologii, jak również gdy ubiegamy się o pieniądze z instytucji zewnętrznych na realizację grantu.



Ryc. Poziom gotowości technologicznej – opracowanie własne

## ROLA NAUKOWCA W PROCESIE TRANSFERU TECHNOLOGII

Środowisko akademickie powinno dołożyć wszelkich starań aby uczelnia była zaangażowana we współpracę z biznesem. Realizacja badań zamawianych, projektów, komercjalizacja wyników badań, nie tylko przynosi korzyści finansowe dla uczelni i twórców ale również przekłada się na ocenę działalności naukowej.

Transfer technologii musi opierać się na kilku zasadach:

- pracownik naukowy ma obowiązek zgłoszenia wyników badań o potencjale komercyjnym do Centrum Transferu Technologii, a w przypadku komercjalizacji przekazania uczelni wszystkich posiadanych przez niego informacji, utworów wraz z własnością nośników, na których utwory te utrwalono, i doświadczeń technicznych potrzebnych do ich komercjalizacji,
- zachowania poufności wyników działalności naukowej oraz know-how związanego z tymi wynikami, także po ustaniu stosunku pracy, jeżeli mogłoby to narazić uczelnię na szkodę,
- interes pracownika naukowego musi być spójny z interesem uczelni,
- uczestnictwo w badaniach zamawianych czy projektach nie może kolidować z obowiązkami pracownika, wynikającymi z etatu,
- nie można realizować zamówień bądź podzlecać części usług podmiotom powiązanim,
- nie można wykorzystywać logo uczelni, pieczęci, papieru firmowego ani służbowego adresu pocztą elektroniczną do kontaktów z firmami, jeśli uczelnia nie jest stroną umowy,
- współdziałanie w procesie komercjalizacji, w tym w postępowaniach zmierzających do uzyskania praw wyłącznych.

## CZEGO OD NAUKOWCA OCZEKUJE PRZEDSIĘBIORCA?

- **zapotrzebowanie ze strony rynku**  
Pracownicy naukowcy, stojąc przed wyborem kierunku badań, powinni wziąć pod uwagę istniejące potrzeby rynku i prowadzić badania zgodnie z zapotrzebowaniem ze strony środowiska gospodarczego. Należy unikać prac o niskim potencjale komercjalizacyjnym.
- **wysoki wskaźnik TRL**  
Gotowość wdrożeniowa technologii jest bardzo istotnym elementem. Dla przedsiębiorcy najbardziej interesujące są technologie o wysokim wskaźniku TRL, posiadające prototyp i te które są przetestowane w warunkach najbardziej zbliżonych do rzeczywistych. Niski poziom gotowości technologicznej rozwiązania wiąże się z dużymi nakładami finansowymi na jej rozwój.

- **uregulowanie zasad współpracy**

Bardzo ważne jest uregulowanie zasad współpracy i podpisanie stosownych umów uwzględniających elementy związane z własnością intelektualną, zachowaniem poufności i harmonogramem współpracy. Z uwagi na możliwość skierowania wyników badań do ochrony patentowej a także tajemnicę przedsiębiorstwa, w trakcie prowadzenia badań, trzeba zachować ostrożność w publikowaniu uzyskiwanych wyników. Biznes działa o wiele szybciej niż jednostka naukowa i oczekuje szybkich efektów, dlatego istotne jest

również utrzymanie stałego kontaktu z przedsiębiorcą i terminowości działań.

- **język korzyści**

Podczas rozmowy z przedsiębiorcą najlepiej jest posługiwać się językiem korzyści płynących ze współpracy, czy inwestycji w produkt i jego wdrożenie. Rozmowa musi być zrozumiała dla osób które nie są specjalistami, unikając nomenklatury naukowej, trzeba opisać technologię i jasno sprecyzować rezultat wdrożenia.

## KORZYŚCI DLA NAUKOWCÓW PŁYNĄCE Z KOMERCJALIZACJI I WSPÓŁPRACY Z BIZNESEM:

- wpływa korzystnie na okresową ocenę działalności naukowej pracownika,
- ma pozytywny wpływ na ewaluację działalności naukowej uczelni i pozycję w rankingu uczelni,
- wpływa na rozwój kariery zawodowej i awans zawodowy,
- daje możliwość rozwoju badań w zakresie zainteresowań pracownika,
- wpływa na poczucie satysfakcji związane z praktycznym wykorzystaniem wyników badań,
- daje możliwość pozyskania grantów i projektów krajowych i zagranicznych,
- stanowi dodatkowe źródło dochodu,
- zachęca studentów do wyboru uczelni, która stawia nacisk na współpracę z biznesem.

### Ważne!

Wszelką współpracę pomiędzy nauką a biznesem powinno rozpocząć się od podpisania stosownych umów. Formalne uregulowanie współpracy, może ochronić przed ewentualnymi nieporozumieniami na jej etapie. Ponadto Uczelnia, będąc stroną współpracy, ponosi odpowiedzialność cywilnoprawną za prowadzone działania.

Umowy te, powinny w szczególności:

- uwzględniać zapisy związane z ochroną informacji poufnych,
- regulować zakres zadań poszczególnych stron umowy,
- zawierać ustalenia praw własności intelektualnej do rezultatów, powstałych w ramach współpracy,
- jeśli w umowie pojawiają się zobowiązania finansowe, kwestie wypłaty wynagrodzenia, terminów, kar umownych.

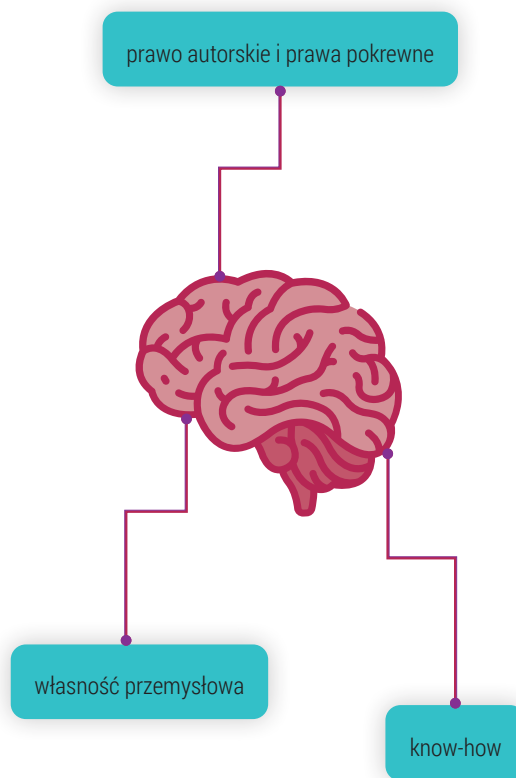
# Własność intelektualna

## Co to jest własność intelektualna? Akty prawne regulujące ochronę własności intelektualnej.

Wytwór ludzkiego umysłu. Tak można w najprostszy sposób zdefiniować własność intelektualną. Istnieje jednak bardziej złożona definicja tego pojęcia, zgodnie z którą jako własność intelektualną rozumie się wszystko to co powstało wskutek procesu intelektualnego i zostało ujęte w postaci materialnej. Może to być książka, tekst piosenki, rysunek, szkic, projekt, skomponowana muzyka, program komputerowy, przedmiot. Własność intelektualną można również definiować jako zbiór praw wynikających z aktywności człowieka, w szczególności wpisującej się w następujące dziedziny: literacką, artystyczną, naukową i przemysłową.

Wymienia się trzy kategorie własności intelektualnej:

- prawo autorskie i prawa pokrewne,
- własność przemysłową,
- know-how.



Ryc. Kategorie własności intelektualnej – opracowanie własne

W Polsce kwestie ochrony własności intelektualnej uregulowane są w następujących aktach prawnych:

- Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej (tekst jednolity – Dz. U. z 2021 r. poz. 324),
- Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tekst jednolity – Dz. U. z 2020 r. poz. 288),
- Ustawa z dnia 27 lipca 2001 r. o ochronie baz danych (tekst jednolity – Dz. U. z 2021 r. poz. 386),
- Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jednolity – Dz. U. z 2020 r. poz. 1913).

Oprócz aktów prawnych ustalonych przez krajowych prawodawców, bardzo istotne są, i należy je brać pod uwagę, źródła prawa międzynarodowego oraz prawo wspólnotowe.

Wspólnym punktem wszystkich praw regulujących ochronę własności intelektualnej oraz jej twórców jest fakt, że właściciel/uprawniony do tych praw ma możliwość zakazania innym czerpania korzyści z ich wykorzystywania, głównie finansowych.

## Prawo autorskie i prawa pokrewne

### Czym jest prawo autorskie?

Prawo autorskie (ang. copyright) stanowi jedną z dyscyplin prawa cywilnego oraz wpisuje się w zakres praw własności intelektualnej. Ustawa z dn. 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych definiuje prawo autorskie jako każdy przejaw działalności twórczej o indywidualnym charakterze, ustalony w jakiegokolwiek postaci, niezależnie od wartości, przeznaczenia i sposobu wyrażenia (utwór).

Efekt intelektualnej pracy człowieka, aby mógł być nazwany utworem, powinien spełniać on, łącznie, następujące cechy:

1. Powinien być rezultatem pracy twórczej człowieka (twórcy).
2. Powinien być przejawiony to znaczy musi być podany percepcji jakiegokolwiek innej osoby oprócz twórcy – nie wystarczy, że utwór jest „w świadomości” twórcy – musi zostać urzeczywistniony w świecie materialnym.
3. Powinien mieć indywidualny charakter to znaczy musi różnić się od innych utworów, a ta różnorodność musi wywodzić się z osobowości twórcy – uproszczając nieco – utwór jest indywidualny jeżeli uznamy, że dwie różne osoby nie są w stanie

stworzyć takiego samego utworu – np. zdjęcie kartki papieru wykonane telefonem raczej zawsze będzie wyglądało tak samo – nieważne kto je wykona – ale jeżeli jeden z twórców wprowadzi do tego zdjęcia dodatkowe elementy graficzne mające charakter twórczy to istnieje możliwość, że takie zdjęcie będzie uznane za utwór.

4. Powinien być ustalony to jest musi być przejawiony i uzewnętrzniiony odbiorcom (choćby jednemu) – co jednak bardzo ważne, utwór nie musi być utrwalony fizycznie – dobrym przykładem dla zrozumienia tego pojęcia jest wygłoszenie wykładu. Prelegent może wygłosić swoją mowę

do choćby jednego słuchacza i niekoniecznie taki wykład musi być utrwalony na nośniku materialnym, aby był uznany za utwór. Jeżeli natomiast taki wykład zostanie nagrany (dźwięk, dźwięk z obrazem) lub zostanie sporządzony stenogram to wówczas mówimy o utrwaleniu utworu.

### Zapamiętaj!

Dzieło podlega prawu autorskiemu od momentu ustalenia jego formy. Nie musi być ono ukończone, a Twórca w tym celu nie musi spełniać jakichkolwiek formalności.

## Co jest przedmiotem prawa autorskiego a czego nie można zakwalifikować jako utwór?

Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych jako przedmiot prawa autorskiego uznaje następujące utwory:

- wyrażone słowem, symbolami matematycznymi, znakami graficznymi (literackie, publicystyczne, naukowe, kartograficzne oraz programy komputerowe),
- plastyczne,
- lutnicze,
- fotograficzne,
- muzyczne i słowno-muzyczne,
- wzornictwa przemysłowego,
- architektoniczne, architektoniczno-urbanistyczne i urbanistyczne,
- sceniczne, sceniczno-muzyczne, choreograficzne i pantomimiczne,
- audiowizualne (w tym filmowe).

Powyższą listę utworów stanowiących przedmiot prawa autorskiego należy traktować jako zbiór otwarty, co oznacza, że utworem mogą być również inne rezultaty twórczej działalności człowieka, nie tylko te które prawodawca wymienił w ustawie.

Dla prawa autorskiego nie ma znaczenia w jaki sposób utwór zostanie utrwalony i czy w ogóle zostanie utrwalony. Jako ciekawostkę można wskazać, że utworami są tatuaże utrwalone na ludzkim ciele.

Mimo spełnienia przesłanek uznania pewnych wytworów intelektu ludzkiego za utwory, przepisy prawa autorskiego z uwagi na interes społeczny, wyraźnie wyłączają spod ochrony prawnej.



Jako utwór nie są traktowane:

- akty normatywne (np. ustawy) lub ich projekty,
- dokumenty oraz materiały urzędowe,
- informacje prasowe,
- opublikowane opisy patentowe lub ochronne,
- proste informacje prasowe.

Prawo autorskie nie reguluje kwestii ochrony idei, odkryć, procedur, metod i zasad działania oraz koncepcji matematycznych.



## Jakie prawa posiadają Twórcy do utworu? Jakie są różnice pomiędzy autorskim prawem osobistym a autorskim prawem majątkowym?

Jako Twórcę utworu traktuję się osobę (a w zasadzie to domniemywa się, że jest Twórcą), której autorstwo zostało podane do informacji publicznej bądź nazwisko zostało utrwalone na egzemplarzach tego utworu. Osoba, o której mowa w zdaniu poprzednim ma w pełni prawo do korzystania z utworu oraz rozporządzania nim a także uzyskiwania korzyści majątkowych z jego korzystania przez inne osoby. Wymienia się dwa rodzaje praw autorskich, które przysługują twórcom. Są to: **autorskie prawa osobiste** oraz **autorskie prawa majątkowe**.

**Autorskie prawa osobiste** charakteryzują się tym, że są nieograniczone w czasie, nie podlegają zrzeczeniu, nie podlegają zbyciu, są niedziedziczne. Oznacza to, że osoba, która stworzyła utwór jest jego Twórcą przez cały czas, niezależnie jak dawno utwór został ustalony, w tym po śmierci Twórcy. Te prawa nigdy nie wygasną. Ponadto Twórca w żaden sposób nie może przenieść ich na kogoś innego. Autorskie prawa osobiste dają gwarancję Twórcy, że nikt poza nim samym nie

ma możliwości zmiany struktury utworu, zmiany jego treści, umożliwiają nadzór nad sposobem korzystania z utworu – chronią więc Twórcy z utworem. Zgodnie z prawem autorskim określone osoby będące spadkobiercami Twórcy mogą występować z roszczeniami opartymi o ochronę tych praw.

### Przykład!

Nabywając w księgarni książkę nie nabywamy autorskich praw majątkowych.

W momencie dokonania zakupu jesteśmy wyłącznie właścicielem egzemplarza i możemy z niego korzystać wyłącznie z poszanowaniem praw majątkowych Twórcy/podmiotu uprawnionego. Co do zasady możemy książkę pożyczyć członkowi najbliższej rodziny ale nie wolno nam zrobić jej kserokopii w celu odsprzedaży.

**Autorskie prawa majątkowe** to prawo Twórcy do korzystania z utworu na wszystkich polach eksploatacji i rozporządzenia nim oraz do uzyskiwania z tego tytułu korzyści, głównie ekonomicznych. Autorskie prawa majątkowe są ograniczone w czasie i wygasają po upływie 70 lat od dnia śmierci Twórcy. W przypadku, gdy utwór jest zbiorowy i jest kilku Współautorów, okres 70 lat naliczany jest od momentu śmierci ostatniego z nich. Ten rodzaj praw można przenieść, w części lub całkowicie, na kogoś innego. Zazwyczaj zbycie tych praw odbywa się na podstawie umowy (sprzedaż, licencja), odpłatnie. Co ważne, na gruncie polskiej ustawy

o prawie autorskim i prawach pokrewnych, aby doszło do skutecznego zbycia autorskich praw majątkowych umowa musi zostać zawarta w formie pisemnej i musi wyraźnie określać pola eksploatacji utworu na których następuje przeniesienie autorskich praw majątkowych. Przeciwną formą eksploatacji autorskich praw majątkowych jest ich licencjonowanie to jest oddanie osobie trzeciej na pewien określony czas i w określonym zakresie, praw do czerpania korzyści z utworu. Aby łatwiej zobrazować te sytuacje można posłużyć się przykładem sprzedaży nieruchomości i jej wynajęcia.

### Co to jest utwór pracowniczy i czym się charakteryzuje?

Szczególnym rodzajem utworu jest **utwór pracowniczy**, który został stworzony przez pracownika w ramach obowiązków wynikających ze stosunku pracy (umowa o pracę). Jako utwór pracowniczy nie można traktować utworu powstałego w ramach umowy cywilnoprawnej (umowa o dzieło, umowa zlecenia) oraz umowy agencyjnej. Do powstania utworu pracowniczego może dojść, gdy z treści umowy i wskazanych w niej obowiązkach znajduje się działalność kreatywna, czyli nic innego jak obowiązek działalności twórczej pracownika. Jeżeli taki obowiązek nie jest wykazany, to utwór stworzony przez pracownika (nawet w godzinach pracy) nie będzie mógł zostać uznany jako pracowniczy.

obowiązków ze stosunku pracy, nabywa autorskie prawa majątkowe do utworu z chwilą jego przyjęcia z tym zastrzeżeniem, że jeżeli pracodawca, w okresie dwóch lat od daty przyjęcia utworu, nie przystąpi do rozpowszechniania utworu przewidzianego w umowie o pracę do rozpowszechnienia, Twórca może wyznaczyć pracodawcy na piśmie odpowiedni termin na rozpowszechnienie utworu z tym skutkiem, że po jego bezskutecznym upływie prawa uzyskane przez pracodawcę wraz z własnością przedmiotu, na którym utwór utrwalono, powracają do twórcy, chyba że umowa stanowi inaczej.

Zgodnie z ustawą o prawie autorskim i prawach pokrewnych pracodawca, którego pracownik jest Twórcą utworu powstałego w ramach wykonywania

**Ważne!**

Aby utwór mógł być zakwalifikowany jako pracowniczy musi spełniać łącznie dwie przesłanki, tj.:

- twórcą musi być pracownik,
- utwór został stworzony w ramach obowiązków wynikających z umowy o pracę.

**Co to jest utwór naukowy?**

Jest to szczególny rodzaj utworu pracowniczego. Zgodnie z art. 14 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych jeżeli w umowie o pracę nie postanowiono inaczej, instytucji naukowej przysługuje pierwszeństwo opublikowania utworu naukowego pracownika, który stworzył ten utwór w wyniku wykonywania obowiązków ze stosunku pracy. Twórcy przysługuje prawo do wynagrodzenia. Pierwszeństwo opublikowania wygasa, jeżeli w ciągu sześciu miesięcy od dostarczenia utworu

nie zawarto z twórcą umowy o wydanie utworu albo jeżeli w okresie dwóch lat od daty jego przyjęcia utwór nie został opublikowany. Co ważne, instytucja naukowa może, bez odrębnego wynagrodzenia, korzystać z materiału naukowego zawartego w utworze, o którym mowa w ust. 1, oraz udostępniać ten utwór osobom trzecim, jeżeli to wynika z uzgodnionego przeznaczenia utworu lub zostało postanowione w umowie.

**Na czym polega przejęcie utworu przez pracodawcę?**

Przejęcie utworu przez pracodawcę jest dorozumiane. Oznacza to, że nawet samo udostępnienie utworu do wiadomości publicznej (np. za pośrednictwem strony internetowej) przez pracodawcę jest jednoznaczne z wyrażeniem woli przyjęcia utworu. Zgodnie z art. 13 Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, jeżeli pracodawca w ciągu 6 miesięcy od

dnia dostarczenia przez pracownika utworu, nie zgłosi żadnych uwag, które będą wymagały od pracownika dokonania poprawek w jego treści, to uznaje się, że taki utwór został przyjęty przez pracodawcę bez jakichkolwiek zastrzeżeń. Z chwilą przyjęcia przez pracodawcę utworu nabywa on autorskie prawa majątkowe co do niego. Ponadto, pracodawca w ciągu 2 lat od chwili

przyjęcia utworu ma obowiązek jego rozpowszechnienia. Jeżeli w trakcie wymaganego ustawą okresu nie zostaną podjęte jakiejkolwiek działania w tym zakresie pracownik może wystosować pismo do pracodawcy, w którym wyznaczy termin na rozpowszechnienie swojego dzieła. W przypadku braku reakcji ze strony pracodawcy na wniosek pracownika, autorskie prawa majątkowe wracają do Twórcy wraz ze wszystkimi nośnikami, na których utwór ten utrwalono.

### **Szczególna sytuacja utworów pracowniczych w kontekście przepisów o komercjalizacji.**

Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce w art. 154 ust. 3 wskazuje, że pracownik uczelni publicznej ma prawo otrzymać od uczelni publicznej ofertę zawarcia umowy przeniesienia praw do stworzonego przez siebie utworu pracowniczego, jeżeli utwór ten spełnia przesłanki jego komercjalizacji, a uczelnia publiczna podjęła decyzję o niedokonywaniu komercjalizacji tego utworu albo

bezsukutecznie upłynął 3 miesięczny termin na podjęcie decyzji przez uczelnię publiczną o jego komercjalizacji. Umowę zawiera się w formie pisemnej, pod rygorem nieważności. Wynagrodzenie przysługujące uczelni za przeniesienie praw nie może być wyższe niż 5% przeciętnego wynagrodzenia w gospodarce narodowej w roku poprzednim, ogłaszanego przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego. Warty jednak zasygnalizowania jest to, że powyższe regulacje doznają ograniczenia gdy działalność naukowa była prowadzona na podstawie umowy ze stroną finansującą lub współfinansującą tę działalność, przewidującej zobowiązanie do przeniesienia praw do wyników działalności naukowej na rzecz tej strony lub na rzecz innego podmiotu niż strona umowy lub z wykorzystaniem środków finansowych, których zasady przyznawania lub wykorzystywania określają inny niż w ustawie sposób dysponowania wynikami działalności naukowej oraz know-how związanym z tymi wynikami.

## **Ochrona własności przemysłowej**

### **Co to jest własność przemysłowa?**

Zastanawiając się czym jest własność przemysłowa, w pierwszej kolejności należy stwierdzić, że jest to zbiór dóbr intelektualnych wpisujących się w szeroko rozumianą własność intelektualną. Czym powinny się w takim razie charakteryzować wyżej wspomniane

dobra intelektualne? Powinny być wykorzystywane w działalności gospodarczej.

Dokumentem regulującym prawo własności przemysłowej jest Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. Prawo

własności przemysłowej (tekst jednolity – Dz. U. z 2021 r. poz. 324). Odnosi się ona nie tylko do projektów wynalazczych m. in. wynalazków, wzorów użytkowych, wzorów przemysłowych, topografii układów scalonych czy projektów racjonalizatorskich, ale również do oznaczeń handlowych tj. znaki towarowe oraz oznaczenia geograficzne.

W przeciwieństwie do przedmiotów prawa autorskiego i praw pokrewnych, aby własność przemysłowa była chroniona prawem należy ją zgłosić do właściwego urzędu państwowego. W Polsce jest to Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej ([www.uprp.gov.pl](http://www.uprp.gov.pl)), a dodatkowo na terytorium wszystkich państw członków Unii Europejskiej w zakresie znaków towarowych i wzorów wspólnotowych jest to Urząd Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej ([www.euipo.europa.eu](http://www.euipo.europa.eu)). Zasygnalizować jednakże należy, że system ochrony

własności przemysłowej jest systemem terytorialnym co oznacza, że prawa ochronne obowiązują po ich zgłoszeniu i uzyskaniu ochrony na danym terytorium – danego kraju lub grupy krajów – np. Unii Europejskiej.

Ochrona własności przemysłowej jest limitowana czasowo. To jak długo chroniona będzie własność przemysłowa zależy od jej rodzaju oraz naszej decyzji. Dla przykładu znaki towarowe rejestrowane są co do zasady na 10 lat i po upływie tego okresu możemy przedłużyć ochronę wnosząc kolejną opłatę, a przy tym brak jest limitu łącznego trwania ochrony. Inaczej jest w przypadku wynalazków i praw ochronnych na wzory użytkowe. W tym pierwszym przypadku okres ochrony wynalazku w Polsce wynosi maksymalnie 20 lat, a w drugim okresie ochrony prawa ochronnego na wzór użytkowy 10 lat.

## Ochrona własności przemysłowej – podstawowe aspekty

Chroniąc własność przemysłową prawem w urzędzie krajowym bądź w urzędach zagranicznych należy mieć na uwadze takie kwestie jak: ochrona za ujawnienie

istoty rozwiązania, ograniczenia czasowe oraz terytorialne a także obowiązek płacenia za ochronę.

Warto zapamiętać, że ochrona własności przemysłowej oparta jest co do zasady na regule – „kto pierwszy, ten lepszy”. Nie warto zatem czekać z uzyskaniem ochrony na nasze dobra, płynącej z własności przemysłowej, jeżeli zamierzamy je

upubliczniać – inne osoby mogą bowiem próbować nas ubiec i dokonać zgłoszenia w pierwszej kolejności, a to może skutecznie zablokować drogę do uzyskania ochrony.

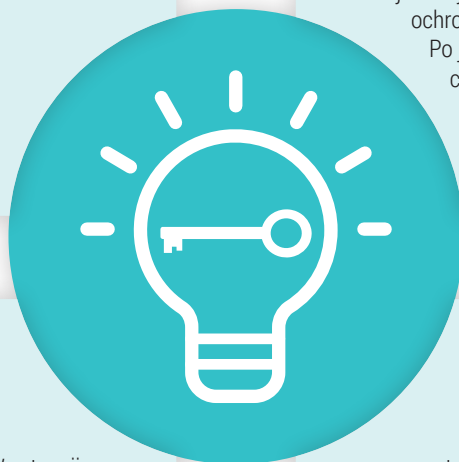


**UJAWNIENIE JAKO KOSZT OCHRONY**

Po wydaniu przez Urząd Patentowy decyzji o udzieleniu patentu, prawa ochronnego, prawa z rejestracji, a następnie po uprawomocnieniu się decyzji, Urząd Patentowy podaje do Wiadomości Urzędu Patentowego informację o przyznanym prawie wyłącznym oraz udostępnia dokument patentowy zawierający między innymi opis rozwiązania oraz zastrzeżenia patentowe. Tym samym istota rozwiązania zostaje w pełni ujawniona.

**OCHRONA WŁASNOŚCI PRZEMYSŁOWEJ JEST OGRANICZONA CZASOWO**

Ochrona patentowa nie trwa w nieskończoność. Jest ograniczona czasowo. To ograniczenie czasowe jest różnorodne w zależności z jakim przedmiotem własności przemysłowej mamy do czynienia. Może ona trwać maksymalnie do 20 lat jak w przypadku wynalazku, do 10 lat, jeśli objęty prawem ochronnym jest wzór użytkowy bądź do 25 lat, jeśli wzór przemysłowy posiada prawo z rejestracji. W odniesieniu do znaków towarowych, ich ochrona trwa przez pewien okres, złożony z 10 lat. Po jego upływie, jeśli uprawniony chce nadal go chronić, to przedłuża ochronę o kolejne 10 lat, uiszczając wymaganą prawem opłatę.

**OCHRONA WŁASNOŚCI PRZEMYSŁOWEJ JEST OGRANICZONA TERYTORIALNIE**

Ochrona własności przemysłowej ma ograniczenie terytorialne. Co to oznacza? W sytuacji, gdy zgłaszający uzyskał patent, prawo ochronne, prawo z rejestracji w Urzędzie Patentowym RP, to wyłączne prawo do korzystania z niego w sposób zarobkowy bądź zawodowy obowiązuje wyłącznie na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Oczywiście, jeżeli rozszerzy on zakres ochrony w trybie europejskim, bądź trybie międzynarodowym (PCT) na inne kraje, to prawo wyłączne do korzystania z patentu będzie obowiązywać na terytorium tych państw, które wybrał z procedury zgłoszenia zagranicznego.

**WYSTĘPUJĘ OBOWIĄZEK OPŁATY ZA OCHRONĘ**

Ubiegając się o ochronę własności przemysłowej należy mieć na uwadze koszty z tym związane. Koszty te, nie tylko powstają na etapie przygotowania dokumentacji zgłoszeniowej i samego zgłoszenia, ale również w późniejszym czasie, po uzyskaniu praw ochronnych. W zależności z jakim przedmiotem własności przemysłowej mamy do czynienia koszty są różne. Powinniśmy jednak pamiętać, że wyrażając chęć ochrony własności przemysłowej w krajowym, bądź zagranicznych urzędach patentowych, zobowiązani jesteśmy do jej opłacenia. W przypadku patentów, oprócz pierwszego okresu ochrony trwającego trzy lata, kolejne okresy ochrony są roczne. Oznacza to, że, aby patent był w mocy, opłaty za ochronę należy uiszczać co roku, z góry za każdy następny okres ochronny. W odniesieniu do praw ochronnych na wzory użytkowe, jeden okres ochrony trwa dwa/trzy lata, natomiast na jeden okres ochronny obowiązywania prawa z rejestracji wzoru przemysłowego składa się 5 lat.

## Jakie są kryteria zdolności patentowej (jakie warunki powinny być spełnione, aby dobro intelektualne uzyskało patent, prawo ochronne, bądź prawo z rejestracji w UP)?

Ustawa o prawie własności przemysłowej zastrzega kilka kryteriów zdolności patentowej, które muszą zostać spełnione, aby zgłaszany do Urzędu Patentowego RP przedmiot własności przemysłowej podlegał prawu ochronnemu.

Pierwszym z tych kryteriów – najważniejszym – jest **nowość**. Jak to rozumieć? Zgodnie z Ustawą o prawie własności przemysłowej, wynalazek uważa się za nowy, jeżeli nie jest on częścią stanu techniki, czyli tego wszystkiego, co przed datą zgłoszenia (datą pierwszeństwa) zostało podane do informacji publicznej w formie pisemnej albo ustnej, było stosowane a także wystawiane.

Kolejnym kryterium jest **poziom wynalazczy**. Wynalazek, który jest zgłaszany do Urzędu Patentowego posiada poziom wynalazczy, jeżeli dla znawcy nie wynika on, w sposób rzeczywisty ze stanu techniki.

W przypadku projektów wynalazczych, należy spełnić również kryterium takie jak **nadający się do przemysłowego stosowania**, czyli może być uzyskiwany wytwór bądź wykorzystywany sposób (w rozumieniu technicznym), w działalności przemysłowej, w tym w rolnictwie.

Jeżeli zgłoszeniu podlega wzór użytkowy, to musi on posiadać **charakter techniczny**, czyli dotyczyć budowy lub kształtu przedmiotu o stałej formie albo przedmiotu, który składa się z kilku części o trwałej postaci, które są ze sobą połączone funkcjonalnie.

Zgłaszany do Urzędu Patentowego RP wzór przemysłowy powinien mieć **indywidualny charakter**. Oznacza to, że na użytkowniku zorientowanym powinien wywołać znacznie odmienne ogólne wrażenie, niż wzory przemysłowe, które zostały upublicznione przed datą pierwszeństwa (datą zgłoszenia).

## Przedmioty własności przemysłowej podlegające ochronie w Urzędzie Patentowym

Zgłaszając własność przemysłową do Urzędu Patentowego, ubiegamy się o otrzymanie do niej prawa wyłącznego, do korzystania z niej w sposób zarobkowy lub zawodowy na terytorium kraju, w którym, ochrona ta obowiązuje. Zgodnie z Ustawą o prawie własności przemysłowej jako przedmiot własności przemysłowej wymienia się: wynalazki, wzory użytkowe, wzory

przemysłowe, znaki towarowe, oznaczenie geograficzne oraz topografie układów scalonych.

**Wynalazki**

Głównym przedmiotem własności przemysłowej zgłaszanym do Urzędu Patentowego jest wynalazek. Na wynalazek przyznawany jest patent pod warunkiem, że spełnia on łącznie następujące warunki: jest nowy, posiada poziom wynalazczy oraz nadaje się do przemysłowego stosowania. Wynalazki zgłaszane do Urzędu Patentowego wpisują się w następujące kategorie: sposoby, zastosowania, wytwory oraz urządzenia.

**Wzory użytkowe**

Na wzór użytkowy Urząd Patentowy przyznaje prawo ochronne. Wzór użytkowy to rozwiązanie o charakterze technicznym, które powinno być nowe oraz nadawać się do przemysłowego stosowania. Wzór użytkowy odnosi się głównie do rozwiązań materialnych, cechujących się trwałą postacią.

**Wzory przemysłowe**

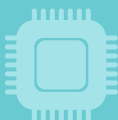
Wzorem przemysłowym określa się postać wytworu bądź jego części, nadana mu poprzez cechy linii, konturów, kształtów, kolorystykę, fakturę lub materiał wytworu oraz przez jego ornamentację. Odnosi się głównie do wyglądu zewnętrznego produktu przemysłowego lub rzemieślniczego. Nie wlicza się do tej kategorii programów komputerowych. Na wzór przemysłowy uzyskuje się prawo z rejestracji, ale muszą zostać spełnione dwa podstawowe warunki. Wzór przemysłowy powinien być nowy oraz posiadać indywidualny charakter. Niniejszy rodzaj własności przemysłowej ma zastosowanie w produktach ekskluzywnych, ale również w rzeczach codziennego użytku np. mebli, samochodów bądź ich części, biżuterii, akcesoriów dla dzieci a także opakowań różnego rodzaju produktów.

**Znaki towarowe**

Znak towarowy definiuje się jako każde oznaczenie, które umożliwia odróżnienie produktów i usług jednego przedsiębiorstwa od produktów i usług innego przedsiębiorstwa. Najczęściej w Urzędzie Patentowym rejestrowane są znaki towarowe słowne (np. nazwa produktu) bądź słowno-graficzne (np. logo produktu), ale w katalogu wymienia się również znaki towarowe graficzne, przestrzenne, multimedialne, dźwiękowe, pozycyjne. Znakiem towarowym może być również kolor. Na zarejestrowany w Urzędzie Patentowym znak towarowy przyznawane jest prawo ochronne.

**Oznaczenia geograficzne**

Oznaczenie geograficzne to oznaczenie słowne. Odnosi się bezpośrednio lub pośrednio do nazwy regionu, kraju, miejscowości bądź miejsca, z którym identyfikowany jest towar. Oznaczeniom geograficznym przyznawane jest prawo z rejestracji, jeżeli produkt jest identyfikowany z danym terenem a wysoka jakość produktu, jego cechy oraz dobra opinia wynika z jego pochodzenia geograficznego. Urząd Patentowy udziela prawa z rejestracji oznaczeniom geograficznym dla wyrobów przemysłowych. W stosunku do produktów rolno-spożywczych obowiązują inne regulacje.

**Topografie układów scalonych**

Przez topografie układów scalonych rozumie się rozwiązanie, które charakteryzuje się przestrzennym oraz wyrażonym w dowolny sposób, rozplanowaniem elementów, z których przynajmniej jeden element jest aktywny, oraz wszystkich lub części połączeń układu scalonego. Oryginalność jest głównym wyznacznikiem zdolności rejestrowej topografii układów scalonych. Na topografie układów scalonych udzielana jest ochrona pod warunkiem spełnienia równocześnie dwóch warunków: są wynikiem intelektualnej pracy oraz w momencie powstawania nie były powszechnie znane.



## Co może być znakiem towarowym i jakie funkcje spełnia znak towarowy?

Znakiem towarowym może być każde oznaczenie umożliwiające odróżnienie towarów jednego przedsiębiorstwa od towarów innego przedsiębiorstwa oraz możliwe do przedstawienia w rejestrze znaków towarowych w sposób pozwalający na ustalenie jednoznacznego i dokładnego przedmiotu udzielonej ochrony. Znakiem towarowym może być w szczególności wyraz, wyłącznie z nazwiskiem, rysunek, litera, cyfra, kolor, forma przestrzenna, w tym kształt towaru lub opakowania, a także dźwięk.

Zgłaszając dane oznaczenie jako znak towarowy musimy wskazać jakich towarów lub usług będzie ono dotyczyło. W tym celu polski ustawodawca stosuje regulacje międzynarodowe odnoszące się do systematyki podziału towarów i usług na klasy. Dokonując zgłoszenia znaku towarowego wskazujemy konkretne nazwy towarów i usług. Opłata za uzyskania prawa ochronnego do znaku towarowego uzależniona jest od tego w ilu klasach dokonamy zgłoszenia i wzrasta z ilością klas dla których staramy się o ochronę.

Polska ustawa prawo własności przemysłowej, analogicznie jak przepisy zagraniczne i akty prawa międzynarodowego zawiera rozbudowany katalog oznaczeń na które nie udziela się praw ochronnych. Można przykładowo wymienić oznaczenia, które składają się wyłącznie z elementów mogących służyć w obrocie do wskazania, w szczególności rodzaju towaru, jego pochodzenia, jakości, ilości, wartości, przeznaczenia, sposobu wytwarzania, składu, funkcji lub przydatności,

składają się wyłącznie z elementów, które weszły do języka potocznego lub są zwyczajowo używane w uczciwych i utrwalonych praktykach handlowych, składają się wyłącznie z kształtu lub innej właściwości towaru, wynikającej z charakteru samego towaru, niezbędnej do uzyskania efektu technicznego lub zwiększającej znacznie wartość towaru, są sprzeczne z porządkiem publicznym lub dobrymi obyczajami, zawierają elementy o wysokiej wartości symbolicznej, w szczególności o charakterze religijnym, patriotycznym lub kulturowym, których używanie obrażałoby uczucia religijne, patriotyczne lub tradycję narodową.

Przed dokonaniem zgłoszenia znaku towarowego wskazane jest dokładne przeanalizowanie publicznie dostępnych baz danych zarejestrowanych lub zgłoszonych do rejestracji znaków towarowych w celu uniknięcia sytuacji kolizji między naszym oznaczeniem, a oznaczeniem, które ktoś inny wcześniej zgłosił do ochrony.

### Wyszukiwarki baz danych międzynarodowe:

Urząd Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej:  
<https://euipo.europa.eu/eSearch/>

Światowa Organizacja Własności Intelektualnej:  
<https://branddb.wipo.int>

Wyszukiwarka baz danych Urzędu Patentowego Rzeczypospolitej Polskiej:  
<https://ewyszukiwarka.pue.uprp.gov.pl/>

## Co nie podlega ochronie w Urzędzie Patentowym?

W prawie własności przemysłowej określony został katalog dóbr intelektualnych, na które może zostać przyznane prawo wyłączne. W treści Ustawy sprecyzowano również zbiór rezultatów pracy intelektualnej człowieka, na które nigdy owe prawo nie będzie przyznane.

W prawdzie odmian roślin nie da się opatentować, ale istnieje możliwość chronić je prawem ochronnym.

W celu ochrony nowopowstałych odmian roślin oraz interesów hodowców, rejestruje się je w Centralnym Ośrodku Badań i Rozwoju Roślin Uprawnych (COBORU). Tak samo jak w przypadku Twórców własności przemysłowej, hodowcy zarejestrowanych odmian roślin uzyskują monopol w odniesieniu do korzystania z niej na

określonych obszarach. Zgodnie z art. 21 Ustawy oraz w art. 13 ust. 2 Rozporządzenia Nr 2100/94 wyłączne prawo hodowcy do odmiany roślin obejmują następujące czynności:

- wytwarzanie/rozmnażanie,
- przygotowanie do rozmnażania,
- oferowanie sprzedaży,
- sprzedaż bądź inny rodzaj zbycia praw,
- import,
- eksport,
- oraz przechowywanie – materiału siewnego odmiany chronionej.

Zgodnie z art. 29 Ustawy o prawie własności przemysłowej ochronie w Urzędzie Patentowym nie podlegają:



wynalazki, których wykorzystywanie byłoby sprzeczne z porządkiem publicznym lub dobrymi obyczajami,



odmiany roślin lub rasy zwierząt oraz czysto biologiczne sposoby hodowli roślin lub zwierząt, a także wytwory uzyskiwane takimi sposobami,



sposoby leczenia ludzi i zwierząt metodami chirurgicznymi lub terapeutycznymi oraz sposoby diagnostyki stosowane na ludziach lub zwierzętach.

## Zagraniczna ochrona patentowa

Ochrona własności przemysłowej nie sprowadza się wyłącznie do jednego państwa. Może być ona rozszerzona na inne kraje. Istnieją dwie procedury, w ramach których można rozszerzyć ochronę własności przemysłowej (m.in. wynalazki, wzory użytkowe, wzory przemysłowe, znaki towarowe). Pierwsza opcja, to dokonanie zgłoszenia bezpośrednio do właściwych urzędów ds. ochrony własności przemysłowej tych państw, na terytorium którego chcemy, aby obowiązywała ochrona. Druga możliwość, to skorzystanie z procedur regionalnych lub międzynarodowych.

Najważniejszą kwestią w odniesieniu do ochrony własności przemysłowej w więcej niż jednym kraju tego samego rozwiązania jest to iż należy tego dokonać w terminie uregulowanym w Ustawie o prawie własności przemysłowej. Wynalazki i wzory użytkowe powinny być zgłoszone do ochrony zagranicznej w terminie do 12 miesięcy od momentu pierwotnego zgłoszenia.

### Ochrona zagraniczna wynalazków/wzorów użytkowych

W procedurze regionalnej, nadrzędnym urzędem ds. ochrony własności przemysłowej jest Europejski Urząd Patentowy (European Patent Office-EPO), który udziela patentów europejskich na podstawie jednego zgłoszenia. Urzędowi tego nie należy mylić z wcześniej opisanym Urzędem Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej. Patent europejski obowiązuje w krajach, które wybrał Zgłaszający spośród 38 państw członkowskich

Termin ten jest znacznie krótszy w przypadku wzorów przemysłowych i znaków towarowych. Zgłaszający mają czas jedynie 6 miesięcy od daty pierwszeństwa. W zależności od przedmiotu własności przemysłowej procedura jej ochrony jest różna. Zgłoszenia wynalazków poza granicami jednego państwa można dokonać w procedurze regionalnej oraz międzynarodowej. Warto przy tym jednakże zaznaczyć, że z uwagi na skomplikowany charakter ochrony patentowej zaleca się korzystanie z usług profesjonalnych doradców – rzeczników patentowych, którzy dysponują wiedzą prawniczą jak i techniczną. Samodzielne próby zgłaszania patentów mogą bowiem skończyć się dla twórcy wynalazku utratą prawa do ochrony patentowej, jeżeli w zgłoszeniu popełni błędy. Ponadto ochrona patentowa jest kosztowna i należy szczegółowo rozważyć zasadność i zakres składanych wniosków patentowych w poszczególnych krajach biorąc pod uwagę zamierzone działania gospodarcze.

Europejskiej Organizacji Patentowej. Zgodnie ze stanem z dnia 10 stycznia 2020 r. są to: Albania, Austria, Belgia, Bułgaria, Chorwacja, Cypr, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Islandia, Liechtenstein, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Macedonia, Malta, Monako, Niemcy, Norwegia, Polska, Portugalia, Republika Czeska, Rumunia, San, Marino, Serbia, Słowacja, Słowenia, Szwajcaria, Szwecja, Turcja, Węgry,

Wielka Brytania, Włochy. Zgłoszenia wynalazku za granicą można także dokonać w trybie międzynarodowym w ramach PCT (z ang. Patent Cooperation Treaty). Procedurę tą administruje Światowa Organizacja Własności Intelektualnej (World Intellectual Property Organization – WIPO). Podobnie jak w przypadku procedury w trybie regionalnym, w trybie międzynarodowym (PCT)

## Ochrona zagraniczna wzorów przemysłowych

Rozszerzenie ochrony wzorów przemysłowych na inne państwa również jest możliwa w dwóch wariantach: na terytorium Unii Europejskiej oraz w trybie międzynarodowym w ramach Porozumienia Haskiego, do którego należą 74 państwa i organizacje, w tym również Unia Europejska. O jednolite unijne prawo wyłączne, które obowiązuje na terytorium wszystkich państw

## Ochrona zagraniczna znaków towarowych

Podobnie jak w przypadku wynalazków, wzorów użytkowych, czy wzorów przemysłowych, ochronę znaków towarowych również można rozszerzyć poza granicę jednego kraju. W tym przypadku również mamy do czynienia z dwoma procedurami: procedurą regionalną oraz procedurą międzynarodową. Rozszerzając ochronę znaku towarowego w trybie europejskim ubiegamy się o jednolite unijne prawo ochronne, które obowiązywać będzie na obszarze wszystkich państw członkowskich Unii Europejskiej. Zgłoszenia w procedurze regionalnej dokonuje się bezpośrednio w Urzędzie Unii Europejskiej

również dokonuje się jednego zgłoszenia, na podstawie którego udzielana jest ochrona w państwach, które Zgłaszający wybrał spośród 152 krajów należących do układu PCT. Zarówno w przypadku zgłoszenia w trybie regionalnym jak i międzynarodowym, należy je dokonać za pośrednictwem krajowego Urzędu Patentowego (w przypadku Polski jest to Urząd Patentowy RP).

członkowskich Unii Europejskiej należy wnioskować bezpośrednio do wyżej wskazanego Urzędu Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (European Union Intellectual Property Office – EUIPO). Natomiast międzynarodowe zgłoszenie wzoru przemysłowego rozpatruje Światowa Organizacja Własności Intelektualnej (WIPO).

ds. Własności Intelektualnej (EUIPO). W procedurze międzynarodowej zgłoszenia dokonywane są w Światowej Organizacji Własności Intelektualnej, za pośrednictwem krajowego Urzędu Patentowego (w przypadku Polski jest to Urząd Patentowy RP) lub Urzędu Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej. Znak towarowy zgłaszany jest w trybie międzynarodowym w ramach Porozumienia Madryckiego oraz Protokołu do tego Porozumienia. Do ww. porozumienia należy 108 państw oraz organizacji, w tym także Unia Europejska.

**Co ważne – jeżeli znak towarowy zgłaszamy równocześnie do rejestracji w procedurze międzynarodowej, opłaty z tytułu rejestracji takiego znaku są niższe, niż gdybyśmy rejestrowali znak towarowy w każdym z państw odrębnie.**

## Czym jest tajemnica przedsiębiorstwa oraz know-how i jak je chronić?

Nie ma ściśle zdefiniowanej definicji know-how w przepisach uregulowanych przez polskich prawodawców. Wyjaśnienie tego pojęcia można znaleźć w treści art. 5a ust. 34 lit. c w ustawie o podatku dochodowym od osób fizycznych. Zgodnie z wyżej wymienionym artykułem know-how definiowane jest jako wiedza udokumentowana, która ma zastosowanie i może być wykorzystywana w działalności naukowej, przemysłowej oraz handlowej. Na temat know-how możemy znaleźć informację również w art. 29 ust. 1 pkt 1 tej samej ustawy, w treści którego pojęcie to określono jako całokształt zdobytego doświadczenia w zakresie działalności naukowej, przemysłowej lub handlowej.

Do niniejszego pojęcia ustosunkowano się w rozporządzeniu Rady Ministrów w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień dotyczących transferu technologii spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję. Najpełniejszą definicję know-how można znaleźć w prawie wspólnotowym a dokładnie w rozporządzeniu Komisji (WE) nr 772/2004 w sprawie stosowania art. 81 ust. 3 Traktatu do kategorii porozumień o transferze technologii. Zgodnie z powyższym dokumentem know-how oznacza posiadaną wiedzę techniczną oraz pozatechniczną rozumianą jako administracyjną,

organizacyjną, handlową i finansową, która będzie mieć swoje zastosowanie w określonej działalności gospodarczej.

Aby zdobyta wiedza oraz doświadczenie określane było jako know-how, powinna być:

- **niejawna**, co oznacza, że uzyskane informacje nie są powszechnie znane a ich zdobycie nie jest możliwe za pośrednictwem dostępnych źródeł,
- **istotna dla procesu produkcji lub wykonywania usługi**, co rozumiane jest jako wiedza, która jest niezbędna i dzięki jej zastosowaniu, towary i usługi oferowane przez przedsiębiorcę w znaczący sposób odróżniane są od towarów i usług oferowanych przez konkurencję,
- **zidentyfikowana**, czyli know-how powinno być w ściśle określony sposób określone poprzez dokładne i czytelne zdefiniowanie, opisanie oraz wskazanie, że są to informacje ważne jak i niejawne.

Wyróżnia się następujące rodzaje know-how:

- **techniczne**, które odnosi się do posiadanej wiedzy w zakresie przepisów oraz zagadnień produkcyjnych,
- **organizacyjne**, czyli doświadczenie w zarządzaniu oraz wiedza na temat metod organizacji,
- **finansowe**, czyli wiedza na temat polityki finansowej przedsiębiorstwa/organizacji (prowadzenie analiz finansowych),
- **handlowe**, które rozumiane jest jako wiedza, doświadczenie oraz umiejętności w obszarze obrotu towarów i usług.

## Jak chronić know-how?

Utwory podlegają ochronie na podstawie przepisów zawartych w ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Ochrona własności przemysłowej uregulowana jest w Ustawie o prawie własności przemysłowej. A co jeśli chodzi o ochronę know-how? Jak skutecznie je chronić? Gdzie można znaleźć informacje na ten temat?

W odróżnieniu do pozostałych kategorii własności intelektualnej, kwestie ochrony know-how nie są uregulowane prawem. Aby know-how podlegało ochronie jako tajemnica przedsiębiorstwa musi spełniać łącznie następujące przesłanki:

- jest poufne,
- w związku z tym, że jest poufne posiada wartość gospodarczą,

Jako przykład know-how najczęściej podaje się: receptury, przepisy, bazy danych, sposoby archiwizacji danych, strategie oraz wszelakie procedury związane z zarządzaniem przedsiębiorstwem.

Często pojęcie know-how utożsamiane jest z pojęciem tajemnicy przedsiębiorstwa, co nie jest poprawne. Tajemnica przedsiębiorstwa to pojęcie bardziej szersze, które nie tylko odnosi się do know-how, ale zawiera również informacje dotyczące prowadzonej działalności a które dotyczą majątku firmy, jej finansowych zobowiązań, danych pracowników, procedury zawierania z nimi umów.

- przedsiębiorca podjął uzasadnione kroki w celu ochrony jego poufności.

Prawo chroni przedsiębiorcę, gdy tajemnica jego przedsiębiorstwa lub know-how zostają naruszone przez czyny nieuczciwej konkurencji. W tym przypadku zastosowanie ma Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jednolity – Dz. U. z 2020 r. poz. 1913), która w swojej treści definiuje czyny nieuczciwej konkurencji oraz reguluje kwestie dotyczące zapobieganiu oraz zwalczaniu nieuczciwej konkurencji w działalności gospodarczej.

## Czyny nieuczciwej konkurencji zgodnie z Art. 3 Ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji

wprowadzające w błąd oznaczenie przedsiębiorstwa

fałszywe lub oszukańcze oznaczenie pochodzenia geograficznego towarów albo usług

wprowadzające w błąd oznaczenie towarów lub usług

naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa

nakłanianie do rozwiązania lub niewykonania umowy

organizowanie systemu sprzedaży lawinowej

naśladownictwo produktów

pomawianie lub nieuczciwe zachwalanie

utrudnianie dostępu do rynku

przekupstwo osoby pełniącej funkcję publiczną

nieuczciwa lub zakazana reklama

prowadzenie lub organizowanie działalności w systemie konsorcyjnym

Ryc. Czyny nieuczciwej konkurencji – opracowanie własne

Czynów nieuczciwej konkurencji nie tylko dopuszcza się nasza konkurencja, ale również byli pracownicy. W związku z powyższym bardzo ważne jest, aby już na etapie zatrudniania osoby do pracy, zadbać o odpowiednie zapisy w umowie dotyczące zachowania poufności oraz wskazać kary umowne z tytułu niedochowania jej. Należy o to zadbać również na etapie rozpoczęcia rozmów z podmiotami zewnętrznymi odnośnie współpracy, w ramach której niezbędne jest ujawnienie know-how. W takich przypadkach niezwykle ważne jest zawarcie stosownej umowy o zachowaniu poufności (z ang. non-disclosure agreement – NDA). Taki rodzaj umowy powinien w swojej treści uwzględnić wzajemne obowiązki stron przy przekazywaniu sobie informacji

poufnych, w tym w szczególności jakie informacje objęte są obowiązkiem zachowania poufności, czy obowiązek zachowania poufności dotyczy wszystkich stron umowy, informacje kto będzie miał dostęp do informacji poufnych, informację o karach umownych oraz okres obowiązywania umowy.

**Należy pamiętać o tym, że tajemnicą przedsiębiorstwa będą objęte tylko takie informacje i dane co do których przedsiębiorca podjął działania w celu utrzymania ich w poufności zarówno na gruncie formalnym poprzez właściwie skonstruowane umowy, jak i na gruncie materialnym poprzez stosowanie odpowiednich środków bezpieczeństwa.**

## Zarządzanie własnością intelektualną na Uniwersytecie Rolniczym im. Hugona Kołłątaja w Krakowie

Zarządzanie własnością intelektualną na Uniwersytecie Rolniczym im. Hugona Kołłątaja w Krakowie jest określone we właściwym regulaminie dotyczącym zarządzania prawami autorskimi, prawami pokrewnymi i prawami własności przemysłowej oraz zasadami komercjalizacji. Regulamin w swojej treści określa zasady przysługiwania własności intelektualnej, zasady, które obowiązują w procesie ochrony prawnej danego dobra intelektualnego, przedstawia procedurę wyboru najodpowiedniejszej formy ochrony własności wytworzonej na Uniwersytecie, zawiera zasady i procedurę komercjalizacji wyników badań naukowych i prac rozwojowych oraz podział środków finansowych uzyskanych z tytułu komercjalizacji pomiędzy Uniwersytetem a Twórcą rozwiązania, a także reguluje prawa i obowiązki osób niebędących pracownikami Uniwersytetu (studentów, doktorantów, stażystów i in.) w zakresie praw autorskich i praw pokrewnych oraz praw własności przemysłowej. Regulamin ma zastosowanie przy ochronie praw własności intelektualnej, której Twórcami są pracownicy Uniwersytetu Rolniczego im. Hugona Kołłątaja w Krakowie, którzy zatrudnieni są na podstawie umowy o pracę a która jest wynikiem prowadzonych w ramach działalności statutowej Uczelni badań naukowych i prac rozwojowych oraz do opracowań powstałych w ramach prac badawczych i rozwojowych, w których uczestniczyli studenci, doktoranci oraz stażyści. Regulamin nie ma zastosowania przy opracowaniach będących twórczością pracowników Uczelni, które nie zawierają wyników

badań naukowych. W tej sytuacji możliwa jest publikacja bez konieczności rejestracji.

Własnością intelektualną powstałą na Uczelni zarządza Rektor. Zadania, które rozumiane są jako zarządzanie własnością intelektualną Uczelni Rektor wykonuje przy pomocy prorektora właściwego do spraw komercjalizacji oraz dyrektora Centrum Transferu Technologii. W zarządzaniu własnością intelektualną Uczelni wpisują się następujące zadania:

- prowadzenie rejestrów własności intelektualnej na Uczelni,
- określenie praw Uczelni i jej pracowników do własności intelektualnej powstałej na Uczelni,
- przygotowywanie wyceny wartości własności intelektualnej na Uczelni,
- podejmowanie decyzji w sprawie rodzaju ochrony, która będzie stosowana w stosunku do określonego przedmiotu własności przemysłowej,
- określenie zasad korzystania z wiedzy,
- komercjalizacja wiedzy będącej własnością Uczelni,
- zapewnienie oraz dbanie o prawidłową ochronę własności intelektualnej Uczelni,
- wykorzystywanie własności intelektualnej Uczelni oraz jej promocja,
- dbanie o prawa Uczelni do własności intelektualnej, które jej przysługują, poprzez zawieranie odpowiednich umów z podmiotami zewnętrznymi.



## Komu przysługują prawa do własności intelektualnej powstałej na Uniwersytecie?

Zgodnie z regulaminem dotyczącym zarządzania własnością intelektualną, Uczelni przysługują autorskie prawa majątkowe do utworów, przedmiotów własności przemysłowej, nowej odmiany roślin oraz know-how, których Twórcami są pracownicy Uczelni zatrudnieni na podstawie umowy o pracę, a które powstały w ramach wykonywania przez nich obowiązków wynikających ze stosunku pracy. Uczelnia może również dokonać na podstawie stosownej umowy, nabycia utworów bądź przedmiotów własności przemysłowej wraz z przysługującymi im autorskimi prawami majątkowymi. W odniesieniu do autorskich praw osobistych, zgodnie z polskim prawodawstwem oraz regulaminem obowiązującym na Uniwersytecie Rolniczym, przysługują one bezwzględnie Twórcom. Są to takie prawa jak: prawo wymienienia jako autora/twórcę w opisach, rejestrach, publikacjach, czy prawo nienaruszalności formy oraz treści.

Ponadto Twórca ma również prawo do wynagrodzenia, w przypadku uzyskania korzyści z komercjalizacji wiedzy, której jest autorem bądź wytworu, którego jest wynalazcą.

Istnieją jednak wyjątki od zasady opisanej w akapicie poprzednim, które odnoszą się do autorskich praw majątkowych. W przypadku prac doktorskich i habilitacyjnych oraz innych publikacji o charakterze naukowym, autorskie prawa majątkowe przysługują pracownikom Uczelni, ale wyniki badań naukowych i prac rozwojowych które są w tych pracach zawarte, należą do Uczelni. Jako wyjątek traktowane są utwory powstałe w wyniku prowadzenia działalności dydaktycznej pracowników, takie jak: konspekty wykładów i ćwiczeń, programy zajęć czy sylabusy. Autorskie prawa majątkowe do tych utworów również pozostają przy Twórcach.

## Regulacje URK w zakresie własności intelektualnej w odniesieniu do studenta/doktoranta

Doktoranci, studenci którzy są Twórcami utworów powstałych w okresie studiów bądź w trakcie realizacji prac dyplomowych, posiadają pełnie praw autorskich, zarówno osobistych jak i majątkowych do utworu. Jednakże powinni oni poszanować prawa własności intelektualnej do prac, których Twórcami są inne osoby, w szczególności promotorzy pracy dyplomowej bądź opiekuni naukowci.

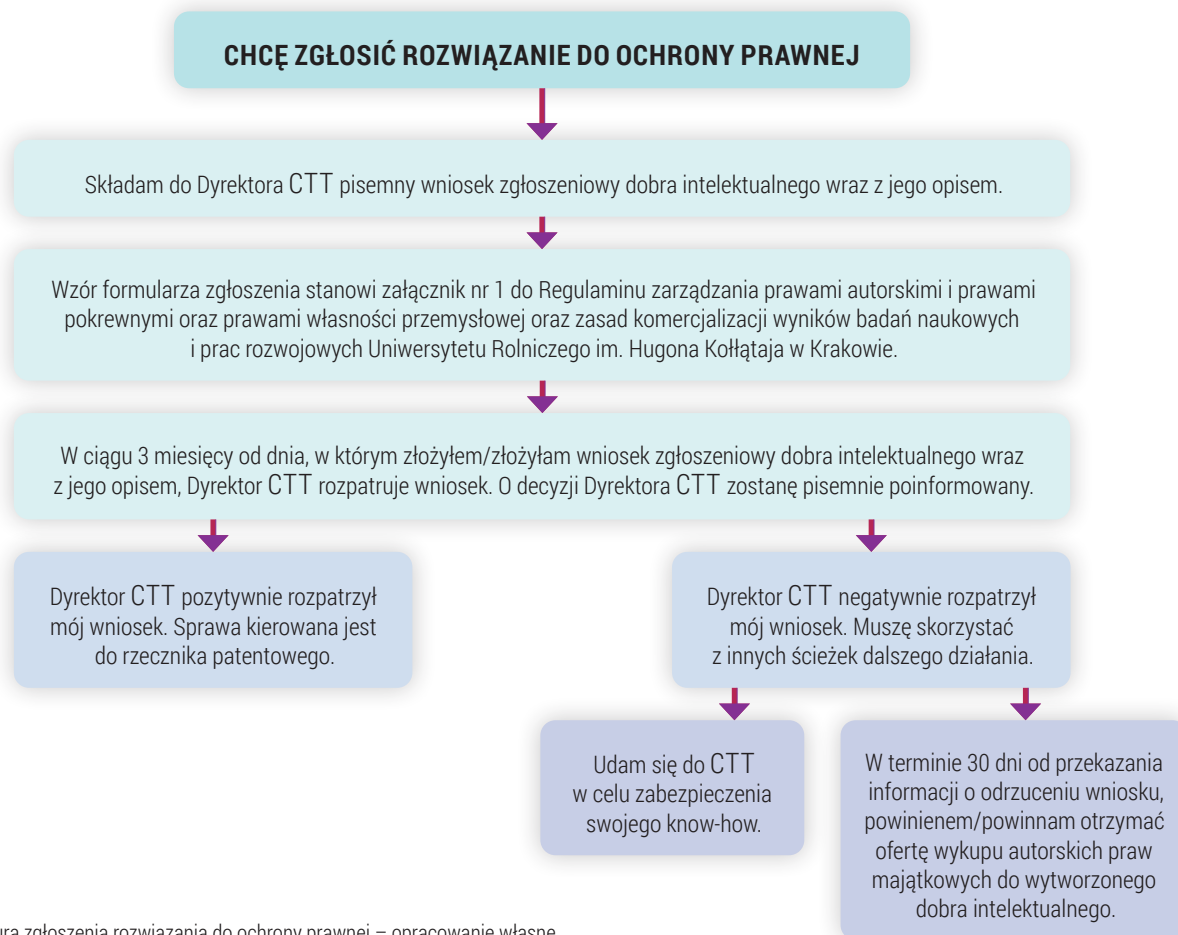
Jeżeli w okresie trwania studiów bądź realizacji pracy dyplomowej student, doktorant bądź stażysta stworzy

przedmiot własności przemysłowej, wyhoduje nową odmianę roślin, opracuje know-how, program komputerowy, czy też bazę danych, posiada on prawo do poinformowania o tym fakcie Centrum Transferu Technologii oraz do zarejestrowania dobra intelektualnego, którego jest Twórcą. Dzięki dokonaniu rejestracji student, doktorant, stażysta otrzyma wsparcie od Centrum Transferu Technologii w celu otrzymania ochrony, powierzenia zarządu i komercjalizacji. Warunki udzielenia takiego wsparcia zostaną uregulowane w stosownej umowie.

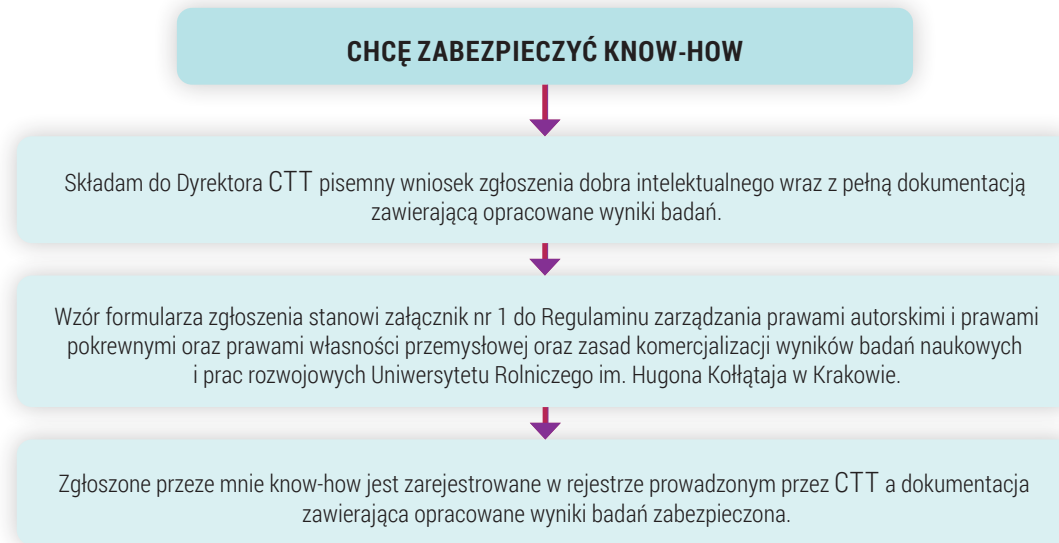
## Procedura rejestracji w Centrum Transferu Technologii dobra intelektualnego

Twórca przedmiotu własności intelektualnej, który powstał w ramach obowiązków wynikających ze stosunku pracy ma obowiązek zarejestrować ją na Uczelni. Jednostka odpowiedzialna za rejestr dóbr intelektualnych na Uczelni oraz wsparcie Twórców w wyborze odpowiedniej dla danego przedmiotu własności intelektualnej metody ochrony prawnej jest Centrum Transferu

Technologii. Poniżej przedstawiono dwie procedury dotyczące zgłoszenia dobra intelektualnego na Uniwersytecie Rolniczym. Pierwsza procedura odnosi się do rozwiązań, które planuje się zgłosić do ochrony prawnej, natomiast druga dotyczy zabezpieczenia know-how powstałego na Uczelni.



Ryc. Procedura zgłoszenia rozwiązania do ochrony prawnej – opracowanie własne



Ryc. Procedura zabezpieczenia know-how – opracowanie własne

## Wyniki badań naukowych oraz prac rozwojowych a zachowanie poufności

Osoba będąca pracownikiem Uczelni ma obowiązek zachowania poufności informacji dotyczących wyników prowadzonych badań oraz prac rozwojowych oraz opracowanego know-how, zawierającego te wyniki. Wyżej przedstawiony obowiązek pozostaje w mocy również po zakończeniu badań oraz prac.

### Pamiętaj!

W przypadku współpracy z osobami lub podmiotami z zewnątrz, w ramach której wykorzystywane będą wyniki uzyskane w ramach prowadzonych badań naukowych oraz prac rozwojowych, w celu ochrony powstałego na Uczelni know-how powinno zawierać się umowy o zachowaniu poufności pomiędzy Uczelnią a podmiotami zewnętrznymi bądź osobami fizycznymi.

# Komercjalizacja

**Komercjalizacja wyników badań naukowych** polega na wprowadzeniu rezultatów badawczych, mających potencjalną wartość komercyjną (rynkową) w celu osiągnięcia zysku.

## Komercjalizacja bezpośrednia

**Komercjalizacja bezpośrednia** – sprzedaż wyników działalności naukowej lub know-how związanego z tymi wynikami albo oddawanie ich w użytkowanie, w szczególności na podstawie umowy licencyjnej.

### SPRZEDAŻ

Przeniesienie prawa własności intelektualnej do wyników badań naukowych na nabywcę. Podpisanie umowy sprzedaży o przeniesienie praw IP, w praktyce oznacza przeniesienie wszystkich praw, które pierwotnie posiadał sprzedający w odniesieniu do danej własności intelektualnej. Po zawarciu umowy o przeniesienie praw IP, sprzedający nie podlega żadnym obowiązkom związanym z daną własnością intelektualną (jak np. uiszczanie opłaty za ochronę), jak również nie otrzymuje korzyści z ewentualnych sukcesów rynkowych produktu lub usługi.

#### Ważne!

Proces komercjalizacji nie może rozpocząć się bez wcześniejszego objęcia wyników badań ochroną!

Ze względu na różny przedmiot przenoszonych praw można mówić o umowach dotyczących przeniesienia na wskazanych w umowie polach eksploatacji:

- praw autorskich majątkowych,
- praw własności przemysłowej,
- praw do know-how, które po przeniesieniu stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa.

Umowy sprzedaży, nabierają mocy z chwilą ich zawarcia lub mogą mieć charakter warunkowy, np. w sytuacji, gdy nabycie praw nastąpi pod warunkiem otrzymania przez kupującego dofinansowania na projekt lub kredytu.

## LICENCJA

Na podstawie umowy licencji, licencjodawca przekazuje licencjobiorcy prawo do gospodarczego korzystania z wyników prac badawczych na zasadach i w czasie określonym w umowie. Prawo własności do wyników badań zachowuje licencjodawca.

Najczęściej wyróżnia się następujące rodzaje licencji:

- **WYŁĄCZNA** – licencjobiorca jest jedynym uprawnionym do korzystania z wyników badań na polu eksploatacji, o którym mowa w umowie licencyjnej lub jedynym uprawnionym do korzystania z nich w określony sposób. Licencjodawcy towarzyszy także zobowiązanie do niekorzystania z patentu, w zakresie udzielonej przez niego licencji wyłącznej.
- **NIEWYŁĄCZNA** – licencjodawca licencji, może w dalszym ciągu samodzielnie korzystać

z patentu, a także udzielać kolejnych licencji nowym Licencjobiorcom, która upoważnia ich do korzystania z patentu na tym samym polu eksploatacji, co licencja licencjobiorcy pierwotnego.

- **PEŁNA** – zakres praw licencjobiorcy jest tożsamy z zakresem praw licencjodawcy.
- **OGRANICZONA** – licencjobiorca otrzymuje tylko ściśle określoną część praw licencjodawcy, licencje ograniczone limitują najczęściej zasięg terytorialny, zastosowanie wynalazku lub branżę gospodarki).

### Ważne!

Powyższe licencje mogą występować w różnych konfiguracjach np. można zawrzeć umowę licencji wyłącznej ale ograniczonej do wskazanego terytorium, rynku lub do konkretnej branży.

## OPLĄTY LICENCYJNE

Źródłem zysków (korzyści) dla licencjodawcy są przede wszystkim opłaty z tytułu licencji. Opłaty za korzystanie z licencji realizowane są jednorazowo lub okresowo. Można również zastosować model mieszany składający się z jednorazowej opłaty wstępnej, ustalonej kwotowo i opłaty okresowej. Opłata okresowa może zostać

określona kwotowo lub procentowo, w zależności od wysokości przychodu lub zysku osiągniętego przez nabywcę licencji, z tytułu wykorzystania jej przedmiotu. Minimalna wysokość opłat licencyjnych zaproponowana jest w wycenie technologii.

## SUBLICENCJA

Sublicencja stanowi upoważnienie do korzystania z przedmiotu licencji, którego udziela licencjobiorca w zakresie uzyskanej przez siebie licencji, a nie właściciel praw. Możliwość udzielania przez licencjobiorcę sublicencji musi zostać określona w umowie.

Licencjodawcy przysługuje dodatkowe wynagrodzenie od Licencjobiorcy za każdą udzieloną przez Licencjobiorcę sublicencję. Opłata ta, najczęściej określona jest procentowo od osiągniętego z tego tytułu przychodu lub zysku.

### ETAPY KOMERCJALIZACJI BEZPOŚRENIEJ

#### 1. Analiza potencjału komercyjnego rezultatów badawczych opracowanych na Uczelni

Analiza potencjału komercyjnego rezultatów badawczych ma na celu określenie możliwych zastosowań technologii, potencjału rynkowego, jego przewagi konkurencyjnej w stosunku do innych rozwiązań,

zapotrzebowania rynku i poziomu gotowości technologicznej (TRL). Istotnym elementem jest ustalenie statusu prawnego własności intelektualnej oraz jej ochrona prawna.

#### 2. Poszukiwanie nabywców technologii

Promocja oferty technologicznej Uczelni, odbywa się poprzez:

- uczestnictwo w targach, wystawach i konferencjach branżowych,
- kontakty z przedsiębiorstwami wskazanymi przez twórców technologii lub zaproponowanymi w analizie rynku,
- za pośrednictwem platformy AgriTech Market (<http://agritechmarket.pl/>), stanowiącej bazę technologii Uczelni.

Działalność marketingowa w procesie komercjalizacji wyników badań naukowych wynika z rynkowego charakteru współczesnej gospodarki, gdzie jednostki naukowe są aktywnymi uczestnikami wymiany rynkowej.

### 3. Wycena technologii

W ramach wyceny technologii ustala się wartość rynkową technologii tj. sprzedaży zewnętrznemu podmiotowi lub komercjalizacji w formie licencjonowania lub prowadzenia działalności gospodarczej. Wyceny dokonuje się na podstawie symulacji finansowej,

uwzględniającej planowane przychody i koszty nabywcy związane z wdrożeniem technologii. Wycena technologii opracowana jest przez niezależny podmiot zewnętrzny, przy współpracy z twórcami technologii.

### 4. Przygotowanie oferty technologicznej

Skierowana oferta do przedsiębiorcy zainteresowanego nabyciem technologii lub licencji powinna zawierać m. in. krótki opis technologii, jej zastosowanie, innowacyjność i przewagi konkurencyjne, status własności intelektualnej, preferowaną formę komercjalizacji oraz

dane kontaktowe do osoby odpowiedzialnej merytorycznie oraz formalnie za przygotowanie oferty. W ofercie należy skupić się na podkreśleniu walorów biznesowych, a nie naukowych technologii.

### 5. Przygotowanie umowy sprzedaży lub licencji

Podpisanie umowy poprzedzone jest negocjacjami dotyczącymi wynagrodzenia za nabycie (sprzedaż) lub zgodę na komercyjne wykorzystanie przedmiotu umowy (licencja). W przypadku licencji, negocjacji podlega również zakres pól eksploatacji, na których licencjobiorca może wykorzystać daną technologię. Ustalenia z zakończonych negocjacji ujmowane są w stosownej umowie.

Umowy powinny zawierać co najmniej następujące elementy:

- określenie stron umowy z właściwą ich reprezentacją,
- wskazanie twórców dóbr intelektualnych,
- precyzyjnie określony przedmiot umowy,
- numery praw wyłącznych jeżeli dobra intelektualne są chronione takimi prawami i został im nadany odpowiedni numer w procesie zgłaszania lub rejestracji,
- pola eksploatacji,
- ustalenia w zakresie zachowania poufności,

- wysokość wynagrodzenia lub sposób obliczenia wynagrodzenia na rzecz uczelni,
- okres obowiązywania umowy oraz zakres terytorialny korzystania z dobra intelektualnego,
- ewentualne obciążenia praw do dóbr intelektualnych,
- warunki ponoszenia kosztów utrzymania praw wyłącznych do dóbr intelektualnych przez osobę trzecią, w przypadku gdy przedmiotem umowy nie jest rozporządzenie tymi prawami przez Uczelnię na rzecz tej osoby trzeciej.

## Komercejalizacja pośrednia

**Komercejalizacja pośrednia** – obejmowanie lub nabywanie udziałów lub akcji w spółkach (bądź uprawniających do nich warrantów subskrypcyjnych) w celu wdrożenia lub przygotowania do wdrożenia wyników działalności naukowej; w polskiej uczelni publicznej realizowana wyłącznie za pośrednictwem uczelnianej spółki celowej, o której mowa w art. 149 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce

**Spółka spin-off** to spółka powołana w celu rozwijania i komercjalizacji wynalazku. Spółka powoływana jest przez twórców technologii – pracowników Uczelni oraz spółkę celową, będącą własnością Uczelni. W tworzeniu spółki spin-off mogą brać również inne podmioty, pełniące rolę inwestora.

**Spin-out** to spółka, której wspólnikiem, akcjonariuszem lub członkiem organów zarządzających jest pracownik naukowy i która korzysta z praw własności intelektualnej, w celu ich komercjalizacji. Spółka spin-out tworzona jest bez udziału kapitałowego uczelni.

### Cechy wspólne spółek spin-off i spin-out:

- produkty lub usługi stanowią efekt wdrożenia nowej, innowacyjnej technologii,
- sprzedaje produkty lub świadczy usługi na bazie własności intelektualnej wytworzonej na Uczelni.

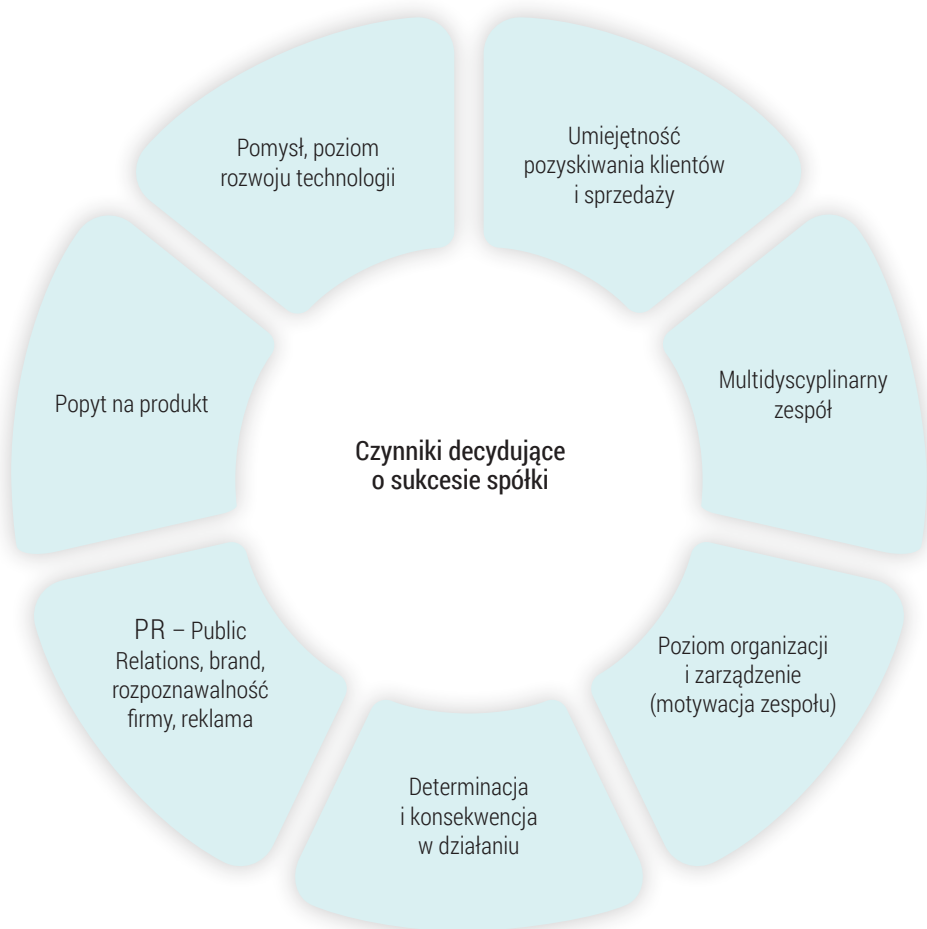
Firmy typu spin-off lub spin-out najczęściej przyjmują formę prawną spółki kapitałowej – z ograniczoną odpowiedzialnością lub rzadziej akcyjnej. Te formy prawne pozwalają efektywnie i sprawiedliwie rozdzielić prawa i obowiązki właścicieli.

Tworzenie spółek jest jedną z najbardziej ryzykownych, ale zarazem najbardziej dochodowych sposobów komercjalizacji. Opracowana technologia, stanowiąca podstawę do stworzenia firmy oferującej konkretny produkt czy usługę, jest o wiele wyższa niż sprzedaż czy udzielenie licencji na korzystanie z patentu lub know-how.



Kluczowe czynniki jakie należy rozważyć przy założeniu spółki:

- **Ryzyko rozwoju** – koszty rozwoju spółki dużo większe niż oczekiwany zwrot z inwestycji
- **Technologia platformy** – niewiele firm przetrwa na jednym produkcie. Technologie, które mogą być skomercjalizowane i zastosowane dla wielu produktów lub usług mają większe szanse na udaną spółkę
- **Przewaga konkurencyjna i rynek docelowy** – muszą być wystarczająco duże, aby odnieść sukces
- **Potencjalne przychody** – muszą być wystarczające rozwijać i utrzymywać firmę



Ryc. Czynniki decydujące o sukcesie spółki – opracowanie własne

## ETAPY KOMERCJALIZACJI POŚRENIEJ

### 1. Wybór technologii o najwyższym potencjale komercyjnym

### 2. Oszacowanie rynkowej wartości technologii – wycena

Wycena własności intelektualnej wnoszonej do spółki jest istotnym elementem. Wycena powinna zostać wykonana przez niezależny podmiot zewnętrzny.

### 3. Przygotowanie oferty inwestycyjnej – w przypadku poszukiwania inwestora

Oferta powinna zawierać m. in. krótki opis technologii, jej zastosowanie, innowacyjność i przewagi konkurencyjne, status własności intelektualnej, poziom gotowości wdrożeniowej, plan dalszego rozwoju technologii,

wysokość niezbędnego kapitału na rozruch spółki, dane kontaktowe do osoby merytorycznie odpowiedzialnej za technologię i pracownika spółki celowej.

### 4. Poszukiwanie inwestorów

Inwestor może zapewnić finansowanie na działalność spółki, zazwyczaj w zamian za udziały lub akcje objęte w spółce.

### 5. Zawarcie umowy spółki i wniesienie IP do spółki

Negocjacje zapisów umowy spółki z twórcami i z ewentualnym funduszem inwestycyjnym, który zainwestuje w spółkę, w celu jej rozwoju i urynkowienia wnoszonej

technologii. Podpisanie umowy spółki pomiędzy wspólnikami, wyznaczenie członków zarządu i rejestracja w Krajowym Rejestrze Sądowym.

Na tym etapie należy ustalić zasady, na których Uniwersytet udzieli zgody na komercyjne wykorzystanie dobra intelektualnego. Może to nastąpić poprzez wniesienie

technologii do spółki w postaci aportu (w zamian za udziały/akcje) lub za pomocą umowy sprzedaży czy umowy licencji.

## 6. Rozwój spółki i bieżąca działalność

Wprowadzenie produktu na rynek, wzrost wartości spółki.

## 7. Wyjście kapitałowe spółki celowej

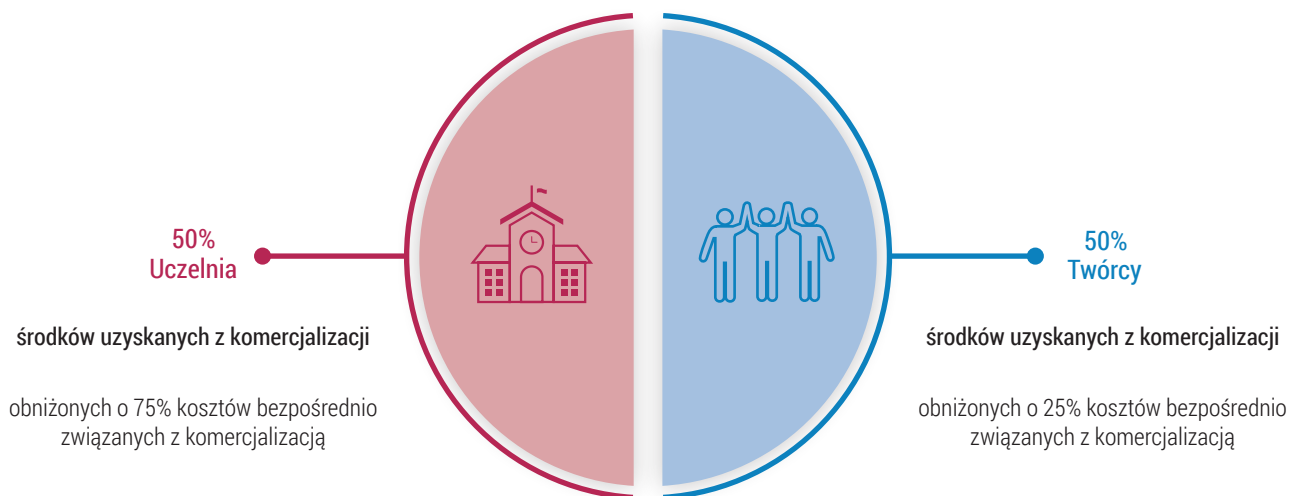
Po kilku latach działalności możliwe jest wyjście spółki celowej ze spółki spin-off poprzez sprzedaż udziałów pozostałym wspólnikom lub nowemu podmiotowi.

## Podział korzyści z komercjalizacji

W przypadku komercjalizacji dokonywanej przez Uczelnię twórcy przysługuje:

**50% wartości środków uzyskanych przez Uczelnię z komercjalizacji bezpośredniej, obniżonych o nie**

**więcej niż 25% kosztów bezpośrednio związanych z tą komercjalizacją, które zostały poniesione przez Uczelnię lub spółkę celową.**



Ryc. Podział korzyści z komercjalizacji – opracowanie własne

W przypadku komercjalizacji dokonanej przez pracownika Uczelni, Uczelni przysługuje 25% wartości środków uzyskanych przez pracownika Uczelni z komercjalizacji, obniżonych o 25% kosztów bezpośrednio związanych z tą komercjalizacją, które zostały poniesione przez pracownika Uczelni.

Po stronie kosztów komercjalizacji można wymienić przede wszystkim :

- koszty związane z uzyskaniem ochrony, w tym: koszty zgłoszenia w trybie krajowym i międzynarodowym, koszty obsługi rzeczownika patentowego (koszty badania stanu techniki, koszty przygotowania dokumentacji zgłoszeniowej, koszty

reprezentacji w postępowaniach przed urzędami patentowymi), koszty tłumaczenia,

- koszty ekspertyz związanych z badaniem rynku, oceną kosztów wdrożenia, oceną braku kolizji z cudzymi prawami, interpretacją podatkową itp.,
- koszty wyceny wartości przedmiotu komercjalizacji,
- opłaty urzędowe, w tym opłaty pobierane w ramach procedur uzyskiwania ochrony, opłaty notarialne pobierane z tytułu zawartych umów, utworzenia spółki spin-off powołanej w celu komercjalizacji itp.

Oceniając stosunek potencjalnych korzyści do ryzyka komercjalizacji w zależności od jej metody można stwierdzić, że maksymalna korzyść finansowa wiąże się z utworzeniem nowej firmy, natomiast najmniejsza z jednorazową sprzedażą.



Ryc. Strategia komercjalizacji a jej efekt – opracowanie własne

## Jak długo trwa proces komercjalizacji?

Proces komercjalizacji oraz znalezienie odpowiedniego partnera do wdrożenia może zająć miesiące, a nawet lata. Czas zależy od etapu rozwoju wynalazku, rozwoju rynku w aspekcie wdrażanej innowacji, konkurencyjnych technologii oraz nakładu pracy potrzebnego do podniesienia poziomu dojrzałości technologii. Poziomy

gotowości technologicznej (TRL) to rodzaj systemu pomiarowego używanego do oceny poziomu dojrzałości konkretnej technologii. Technologie ocenione na poziomie TRL 7 lub wyższym są łatwiejsze do wdrożenia.

# Współpraca badawcza, badania zlecone

**Badania zamawiane** – to badania naukowe lub inne usługi bazujące na wiedzy eksperckiej i infrastrukturze Uczelni, wykonywane na zlecenie podmiotu zewnętrznego. W szczególności opinie, ekspertyzy, opracowanie nowych produktów czy receptur.

Otrzymałem/otrzymałam zapytanie ofertowe w zakresie wykonania usługi badawczej lub chcę odpowiedzieć na zapytanie ofertowe zamieszczone w Bazie Konkurencyjności



Sporządzenie kalkulacji kosztów BZ z uwzględnieniem narzutu i zysku Uczelni oraz przygotowanie oferty

**Pamiętaj!!!**

- w ofercie nie ujawniamy narzutu i zysku Uczelni
- w przypadku składania oferty, w odpowiedzi na zapytanie zamieszczone w Bazie Konkurencyjności, ofertę pod względem formalnym przygotowuje i składa CTT



Moja oferta została wybrana jako najkorzystniejsza



Negocjacje zapisów umowy z Zamawiającym

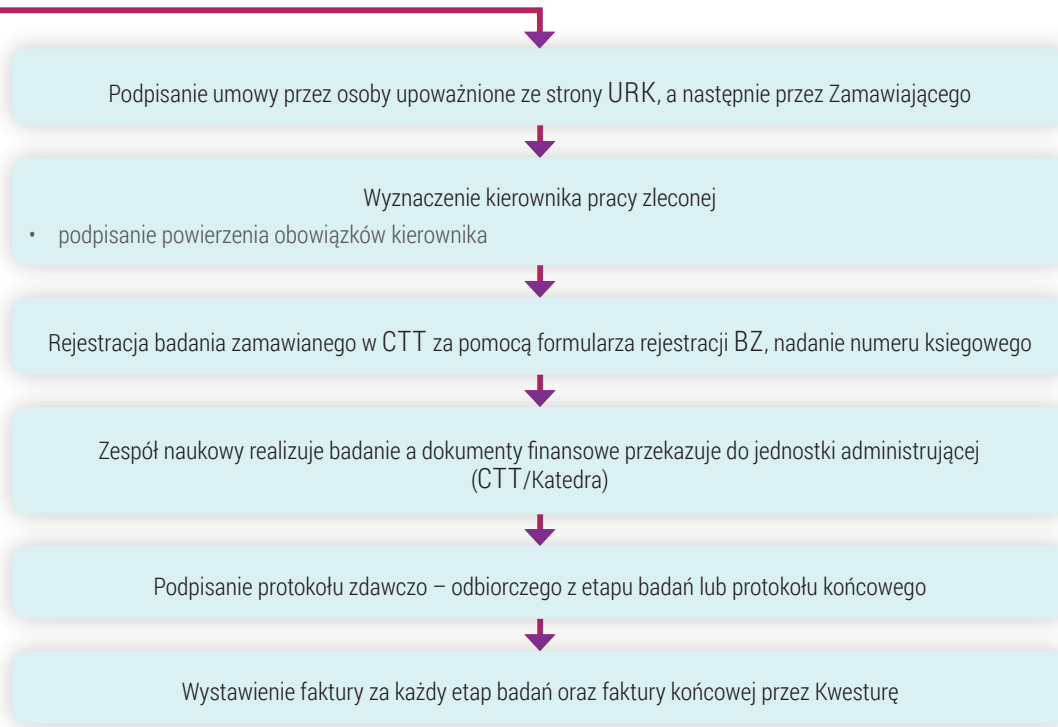
**Zaleca się!!!**

- w przypadku zleceń z okresem realizacji dłuższym niż 12 m-cy, podział badań na etapy
- negocjacje zaliczki na poczet badań



Przygotowanie umowy

- akceptacja przez radców prawnych URK
- rejestracja w Centralnym Rejestrze Umów URK



Ryc. Procedura realizacji badań zleconych – opracowanie własne

Wynagrodzenie za wykonanie badania zamawianego musi zostać oszacowane na zasadach rynkowych. W związku z tym, jeśli kierownik badań kalkuluje koszty bezpośrednio (tj. wynagrodzenie, koszty podróży służbowych, materiały, surowce itd.), w kosztorysie powinien również uwzględnić narzut oraz zysk Uczelni. Usługa świadczona bez uwzględnienia zysku, może stanowić niedozwoloną formę pomocy publicznej, świadczoną na rzecz przedsiębiorcy. Z uwagi na zachowanie tajemnicy handlowej Uczelni, nie ujawniamy wysokości narzutu oraz zysku przedsiębiorcy.

W przypadku zlecenia podwykonawcy części zadań, należy zadbać o przeniesienie pełni autorskich praw majątkowych do wytworzonych dóbr intelektualnych lub conajmniej w zakresie określonym w umowie pomiędzy Uczelnią a zamawiającym.

Współpraca badawcza pomiędzy Uczelnią a środowiskiem gospodarczym to nie tylko zlecenia komercyjne, gdzie zespół naukowy wykonuje zamówienie na konkretne badania na rzecz przedsiębiorcy, których najczęstszą konsekwencją jest przekazanie pełnych autorskich praw majątkowych zamawiającemu.

### Środowiska te, mogą również wspólnie – w konsorcjum, ubiegać się dofinansowanie projektu.

Przy wspólnym realizowaniu grantu badawczego, Uczelnia jest współwłaścicielem części wyników prac. W takim przypadku, na etapie negocjacji zapisów umowy konsorcjum, **należy zadbać o interesy twórcy i Uczelni.**

W szczególności trzeba mieć na uwadze, aby w umowie zostały uregulowane poniższe kwestie:

- jasny podział autorskich praw majątkowych do wyników projektu, najlepiej określony jako procentowy udział w prawach każdego z partnerów,
- ustalenie zasad podziału korzyści i sposobu wykorzystania części praw przez pozostałych partnerów,
- wskazanie jednego z partnerów, jako podmiotu odpowiedzialnego za ochronę patentową oraz działania związane z komercjalizacją (w przypadku pojawienia się kosztów związanych z ochroną praw czy komercjalizacją, koszty te zazwyczaj dzielone się pomiędzy partnerów proporcjonalnie do ich udziału w prawach),
- zdefiniowania technologii wnoszonej (powstałej wcześniej) do nowego projektu, którego celem jest stworzenie innowacji.

### Co warto wiedzieć przy planowaniu budżetu projektu?

Podczas planowania budżetu projektu zaleca się uwzględnienie kosztów ochrony patentowej oraz kosztów związanych z podniesieniem gotowości wdrożeniowej rezultatów projektu, np. kosztów budowy/ulepszenia prototypu, testowania technologii w warunkach rzeczywistych.



# Model biznesowy, sztuka prezentacji

## Model Biznesowy

Czym jest model biznesowy i dlaczego jest tak ważny przy stawianiu pierwszych kroków jako przedsiębiorca, dowiemy się z tego rozdziału.

Model biznesowy obrazuje w jaki sposób przedsiębiorstwo będzie generować przychody. Jest to dokument opisujący cały pomysł, który sprawi, że dana firma będzie zarabiała pieniądze. Model biznesowy zajmuje zatem centralne miejsce w większości biznesplanów i stanowi szansę na stworzenie pręźnie rozwijającego się, rentownego biznesu. W biznesie każde działanie powinno mieć konkretny cel. Inaczej jest pustym przebiegiem: marnowaniem zasobów i sztuką dla sztuki.

Znajomość zagadnienia modeli biznesowych jest konieczna dla osób które stawiają pierwsze kroki w prowadzeniu własnej firmy, bo pozwala samodzielnie poukładać działania w taki sposób, by przekuć pomysł/pasję w biznes, który będzie w stanie utrzymać się na konkurencyjnym rynku.

W praktyce sprowadza się to do określenia: co zamierzamy sprzedawać?, jakim klientom?, w jakim celu? w jaki sposób zamierzamy dostarczać tę wartość klientom?, czy (i ile) firma może na tym zarobić?

Przykładowy model biznesowy obejmuje zatem kwestie finansowe, operacyjne i strategiczne.

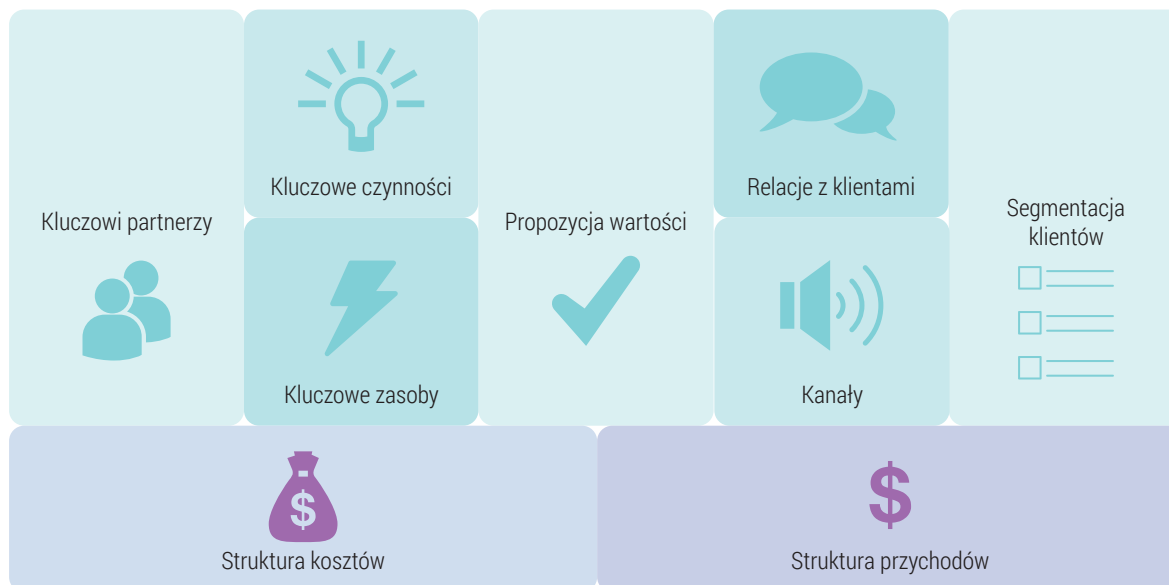
Jedną z najpopularniejszych i najczęściej stosowanych metod opracowywania modelu biznesowego jest Business Model Canvas to proste, a zarazem potężne narzędzie umożliwiające przeprowadzenie podobnej analizy jak w przypadku biznesplanu, jednak nie w formie kilkudziesięciostronicowego dokumentu, a przejrzystej tabeli do użytku samego przedsiębiorcy.

**Model Canvas pozwala tworzyć modele biznesowe, poprzez przedstawienie ich na pojedynczej stronie w formie tabeli. Ten szybki i syntetyczny proces pomaga również przygotować się do przyszłej prezentacji projektu np. przed inwestorem. To narzędzie sprawdzi się w przypadku niemal każdego rodzaju działalności, niezależnie od skali i rodzaju oferowanej wartości.**

Zgodnie z założeniem autorów model Canvas składa się z 9 elementów:

- **segmentu klientów** – czyli grupa ludzi lub organizacje, do której kierujemy produkt, usługę,
- **propozycji wartości** – to zestaw argumentów (wartości), dzięki którym klient wybiera właśnie dany produkt, usługę,
- **kluczowych partnerów** – współpraca m.in. z dystrybutorami, podwykonawcami, inwestorami, jak również innymi grupami wpływu,
- **kluczowych działań** – czynności, dzięki którym firma może zaoferować dany produkt lub usługę,
- **kluczowych zasobów** – to zbiór elementów, bez których nasz biznes nie jest w stanie wystartować,
- **kanałów** – polega na wskazaniu, a także na zweryfikowaniu kanałów dotarcia do klienta,
- **relacji z klientami** – interakcje jakie nawiążemy z klientem podczas przekazywania mu informacji o naszej ofercie,
- **struktury kosztów** – zestaw wydatków, a także inwestycji związanych z wdrożeniem i funkcjonowaniem modelu biznesowego,
- **struktury przychodów** – ten element opisuje sposób, w jaki firma generuje przychód z poszczególnych segmentów klientów. Trzeba zadać sobie pytanie: za jaką propozycję wartości klient naprawdę zechce zapłacić?

Poszczególne bloki modelu biznesowego Canvas tworzą nierozzerwalną całość, która w ostatecznej formie stanowi model biznesowy przedsiębiorstwa. Macierz może się prezentować w następujący sposób:



## Business Model Canvas

Nazwa projektu:

Kluczowi partnerzy	Kluczowe działania	Unikalna propozycja wartości	Sposób obsługi Klientów	Docelowe grupy klientów
<p>Wskazujemy tutaj sieć dostawców oraz kontrahentów, którzy są niezbędni do właściwego funkcjonowania przedsiębiorstwa. Dodatkowo pozwalają znacząco zmniejszyć koszty niż gdyby firma zajmowała się sama, każdym zadaniem.</p> <p>Kim są nasi kluczowi partnerzy?</p> <p>Kim są nasi kluczowi dostawcy?</p> <p>Jakie zasoby możemy pozyskać od partnerów?</p> <p>Jakie działania wykonują partnerzy?</p>	<p>Niezbędne czynności, aby firma mogła prowadzić działalność, aby dostarczyła wartość dodaną, nawiązała relację z klientem oraz wygenerowała przychody. Można podzielić je na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• produkcję,</li> <li>• rozwiązywanie problemów,</li> <li>• prowadzenie platformy internetowej.</li> </ul> <p>Jakich działań wymaga nasza propozycja wartości, kanały sprzedaży, obsługa klientów, źródła przychodów?</p> <p>Jakie działania musimy podejmować, by dostarczyć naszym klientom wartości?</p> <p>Jakich działań wymagają nasze kanały dotarcia do klienta i nawiązywane z nim relacje?</p>	<p>Produkt powinien stanowić jakąś wartość w życiu klienta. Tą wartością jest zaspokojenie potrzeb. Idealną sytuacją jest, gdy pojawia się innowacyjne dobro lub usługa. Wtedy gdy nikt do tej pory nie mógł zaspokoić potrzeb lub rozwiązać problemu. Propozycję wartości można podzielić na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ilościowe np. niższa cena,</li> <li>• jakościowe np. wyższa jakość.</li> </ul> <p>Jaką wartość dajemy klientowi?</p> <p>W rozwiązaniu jakich problemów pomagamy klientowi?</p> <p>Jakie potrzeby klienta spełniamy?</p> <p>Jakie pakiety produktów/ usług chcemy zaoferować poszczególnym grupom klientów?</p> <p>Podsumowując trzeba zastanowić się czego klient potrzebuje a nie skupiać się na tym, co mu oferujemy.</p>	<p>Ta część określa kontakt firmy z klientem. Może mieć ona charakter bezpośredni lub w pełni zautomatyzowany. Zależy to od grupy naszych klientów, np. osoby starsze będą bardziej wolały kontakt bezpośredni.</p> <p>Jakiego rodzaju relacji/ obsługi oczekują od nas docelowe grupy klientów?</p> <p>Ile nas to będzie kosztowało?</p>	<p>Tutaj określamy sylwetkę naszego klienta. Sprawdzamy czym interesuje się nasz klient, w jakim jest wieku, jaki jest jego status ekonomiczno-społeczny. Najlepiej, gdybyśmy posłużyli się narzędziem Persony, by określić grupę docelową naszych klientów.</p> <p>Dla kogo tworzymy naszą wartość? Kto będzie naszym klientem?</p>

	<p><b>Zasoby potrzebne do prowadzenia biznesu</b></p> <p>Ten element odnosi się do zasobów, które są niezbędne do wygenerowania przychodu. Wśród nich można wyróżnić:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zasoby ludzkie,</li> <li>• kapitał,</li> <li>• wartości materialne,</li> <li>• wartości niematerialne.</li> </ul> <p>Jakich zasobów wymaga nasza propozycja wartości, kanały sprzedaży, obsługa klientów, źródła przychodów?</p>		<p><b>Kanały dotarcia do klientów (kanały sprzedaży)</b></p> <p>Pod tym słowem kryje się kontakt klienta z produktem. Zatem należy opisać w jaki sposób firma dociera do klientów. W ramach tego modelu, wyróżnia się pięć faz:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) faza pierwsza – poinformowanie klienta o produkcie lub usłudze,</li> <li>2) faza druga – określenie w jaki sposób zostanie zaspokojona potrzeba,</li> <li>3) faza trzecia – umożliwienie zakupu,</li> <li>4) faza czwarta – dystrybucja produktu/ usługi,</li> <li>5) faza piąta – ocena produktu dokonana przez klienta.</li> </ol> <p>Poprzez jakie kanały będziemy docierali do klientów?</p> <p>Które kanały są efektywne kosztowo?</p>	
<p><b>Struktura kosztów</b></p> <p>Wygenerowane przychody wynikają z poniesionych wcześniej kosztów. Są one łatwe do zdefiniowania, na podstawie wcześniejszych elementów modelu biznesowego.</p> <p>Jakie są najważniejsze koszty związane z modelem naszego działania?</p> <p>Które zasoby są najdroższe?</p> <p>Które działania są najdroższe?</p>		<p><b>Źródła przychodów</b></p> <p>Jest to podobnie jak segmentacja klientów, jeden z najważniejszych elementów. Konieczne jest odpowiedzenie na pytanie za jaką wartość dany segment klientów jest skłonny zapłacić. Zatem koniecznie trzeba stwierdzić w jaki sposób firma będzie generować przychód np. poprzez subskrypcje.</p> <p>Za które wartości nasi klienci będą najbardziej skłonni zapłacić?</p> <p>Za co i jak oni obecnie płacą, a jak chcieliby płacić?</p> <p>Ile pojedyncze źródła przychodów wnoszą wkładu do przychodów ogółem?</p>		

## Efektywna prezentacja w procesie poszukiwania inwestorów

W celu rozwoju pomysłu, innowacji Twórcy poszukują środków finansowych. W odniesieniu do pracowników naukowych uczelni najczęściej starają się o dofinansowanie ze środków publicznych krajowych czy zagranicznych poprzez pisanie i składanie projektów badawczo-rozwojowych. Są jednak sytuacje kiedy produkt, innowacja została opracowana i produkt gotowy jest do wdrożenia albo powstała spółka spin-off i szukamy inwestora dzięki któremu będziemy mogli

wprowadzić nasz pomysł na rynek. Najczęściej w takiej sytuacji poszukujemy inwestorów z sektora prywatnego. W procesie poszukiwań istotna jest prezentacja naszego pomysłu, innowacji. Musi ona być spójna, odnosić się w szczególności do tego co mamy do zaoferowania, ale przede wszystkim ma dać informację potencjalnym inwestorom, jakie osiągną zyski z zainwestowania w produkt, który oferujemy. Bardzo istotnym narzędziem w tym zakresie jest prezentacja pitch deck.

### Co to jest pitch deck?

Pitch deck jest to krótka prezentacja złożona z kilku-, kilkunastu slajdów, której celem jest zainteresowanie potencjalnego inwestora naszym pomysłem na biznes, produktem, innowacją, naszym startupem oraz zachęcenie go do zainwestowania.

## Elementy, które powinna zawierać efektywna prezentacja pitch deck

### 9 kroków do skutecznej prezentacji pitch deck

Przedstawienie firmy

Przedstawienie problemu

Rozwiązanie problemu

Model biznesowy

Potencjalny rynek

Analiza konkurencji

Zespół

Dane finansowe

Dane kontaktowe

**Przedstawienie firmy** – niezbędny element pitch decku. Postaraj się zrobić to w taki sposób, aby wywołać na inwestorze dobre wrażenie już na początku. Przedstaw swoją firmę prezentując logo, główne zadania, cele do których dążysz. Jeżeli twoja firma posiada jakieś motto, którym się kierujecie, to warto je przytoczyć.

**Przedstawienie problemu** – zaprezentuj problem, który zdiagnozowałeś. Dla lepszego efektu możesz to zrobić przy pomocy „opowieści” ze swojego życia, z życia innej osoby.

**Rozwiązanie problemu** – zaprezentuj produkt lub usługę, który/które jest rozwiązaniem zdiagnozowanego problemu.

**Model biznesowy** – w trakcie prezentacji opowiedz inwestorowi jaki masz plan na rozwój swojej działalności i osiągnięcie zysku z tego tytułu. W tej części prezentacji najlepiej jeśli podasz konkretne dane liczbowe.

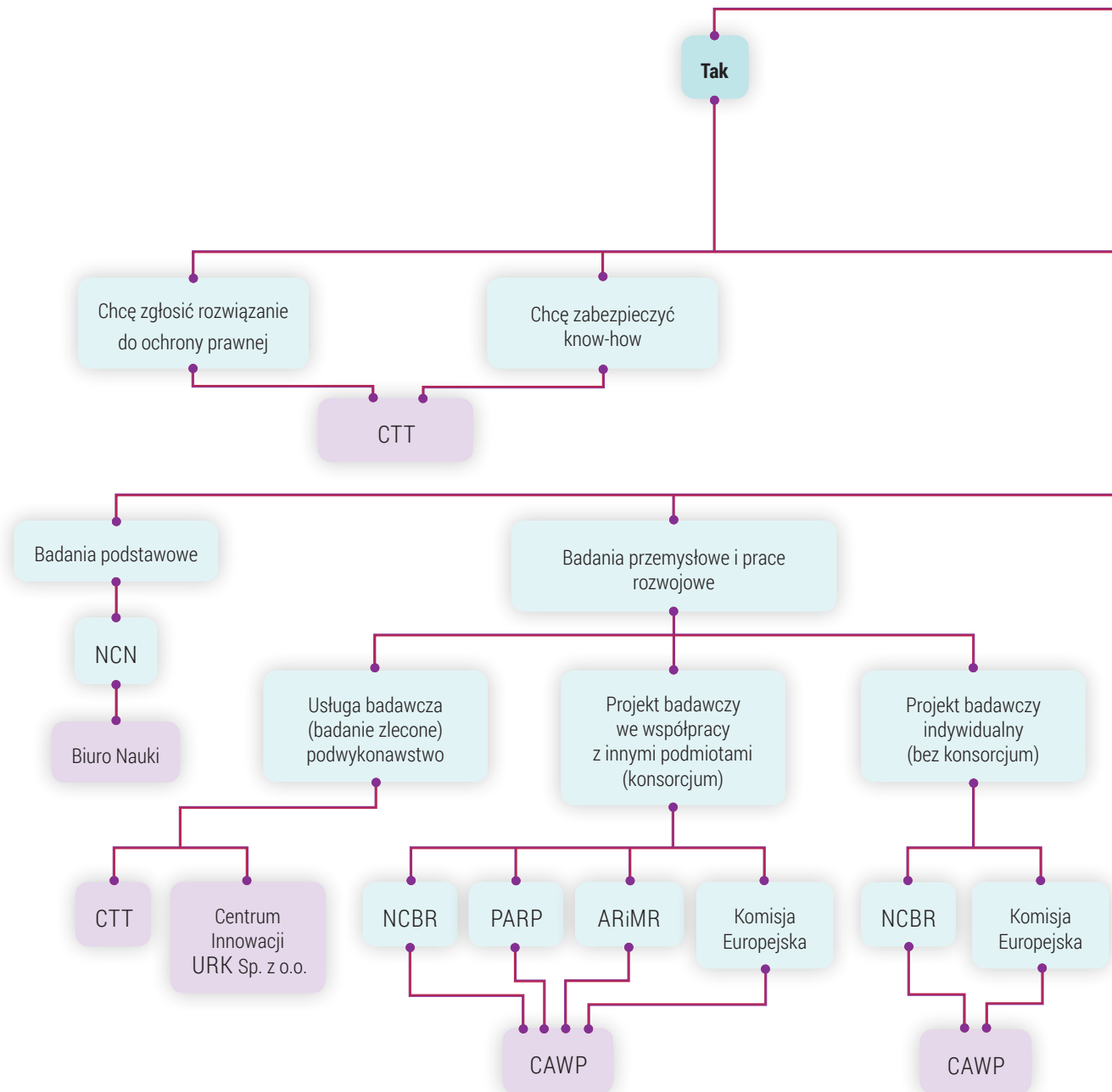
**Potencjalny rynek** – zaprezentuj inwestorowi główne cechy rynku, którego planujesz być częścią, omów grupę odbiorców twojej propozycji.

**Analiza konkurencji** – przedstaw inwestorowi, że masz świadomość z jaką konkurencją przyjdzie ci walczyć o klienta.

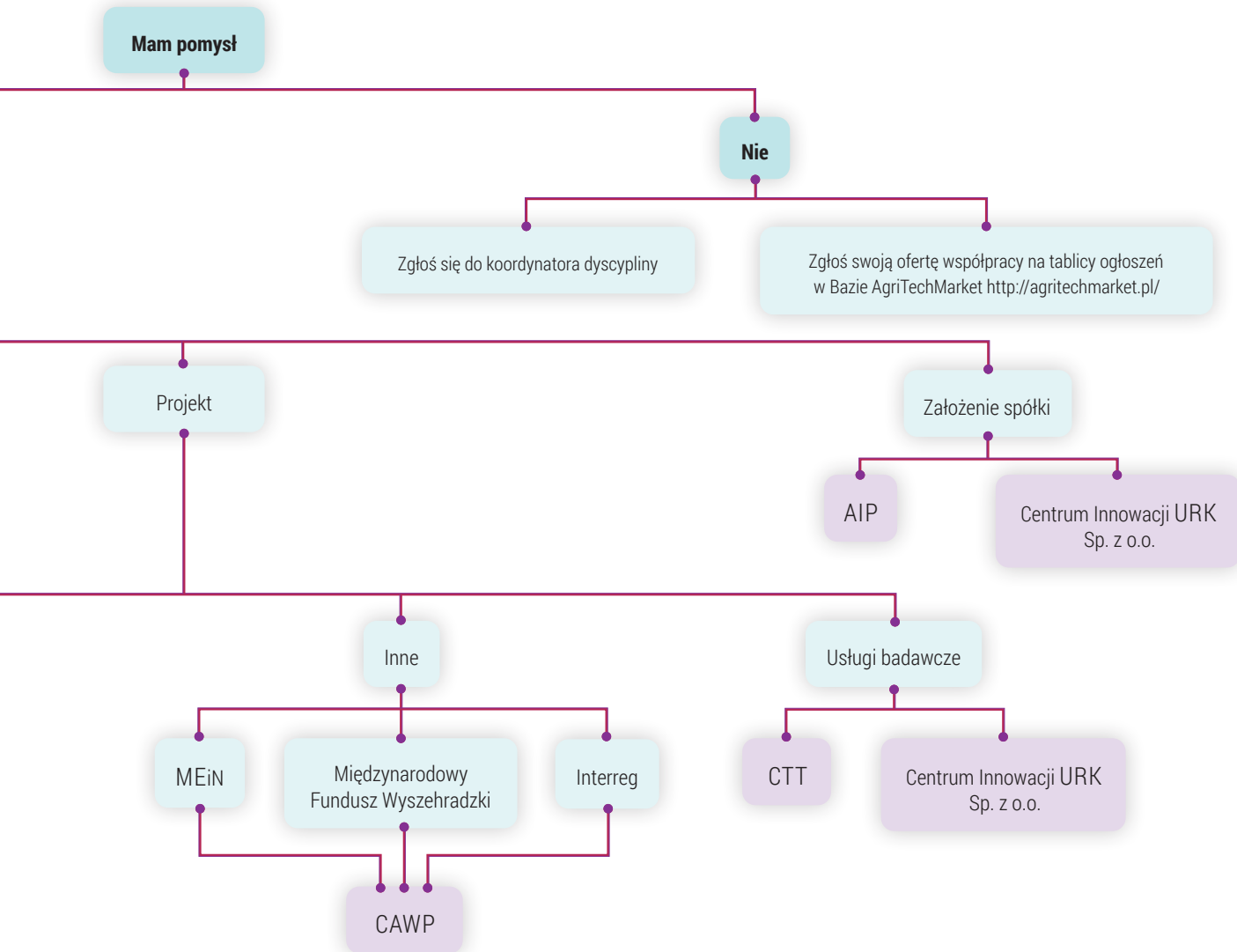
**Zespół** – bardzo istotny element twojej prezentacji. Przedstaw osoby, które wspólnie z Tobą pracują oraz będą pracować na sukces, przedstaw ich specjalizację.

**Dane finansowe** – w sytuacji gdy celem prezentacji jest pozyskanie finansowania, należy uwzględnić informację dotyczącą ilości środków pieniężnych jakie potrzebujesz w celu rozwoju produktu, albo jaki zysk oczekujesz z wdrożenia produktu na rynek.

**Dane kontaktowe** – podanie danych kontaktowych w prezentacji wydaje się być oczywiste, ale łatwo jest to przeoczyć, a jest to bardzo istotne, jeśli chcemy, aby potencjalny inwestor się do nas odezwał.







## Akty prawne wewnętrzne

1. Regulamin organizacyjny Centrum Transferu Technologii Uniwersytetu Rolniczego im. Hugona Kołłątaja w Krakowie wprowadzony Zarządzeniem Rektora nr 180/2019 z dnia 25 października 2019 r.
2. Regulamin Centrum Administracyjnego Wsparcia Projektów wprowadzony Zarządzeniem Rektora nr 61/2019 z dnia 26 września 2019 r.
3. Regulamin Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości Uniwersytetu Rolniczego im. Hugona Kołłątaja w Krakowie wprowadzony Zarządzeniem Rektora nr 205/2020 z dnia 30 października 2020 r.
4. Regulamin zarządzania prawami autorskimi i prawami pokrewnymi oraz prawami własności przemysłowej oraz zasad komercjalizacji wyników badań naukowych i prac rozwojowych Uniwersytetu Rolniczego im. Hugona Kołłątaja w Krakowie wprowadzony Zarządzeniem Rektora nr 10/2015 z dnia 18 marca 2015 r.
5. Regulamin rejestracji projektów, badań zamawianych oraz umów konsorcjum Uniwersytetu Rolniczego im. Hugona Kołłątaja w Krakowie wprowadzony Zarządzeniem Rektora nr 89/2020 z dnia 18 maja 2020 r.

## Urzędowe akty prawne

1. Ustawa Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce z 20.07.2018 r. (Dz.U. z 2022 r. poz. 574 ze zm.)
2. Ustawa Prawo własności przemysłowej z 30.06.2000 r. (Dz.U. z 2021 r. poz. 324 ze zm.)
3. Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych z 04.02.1994 r. (Dz. U. z 2022 r. poz. 2509 ze zm.)
4. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z 16.04.1993 r. (Dz.U. z 2022 r. poz. 1233 ze zm.)
5. Ustawa o podatku dochodowym od osób fizycznych z 26.07.1991 r. (Dz. U. z 2022 r. poz. 2647 ze zm.)

## Literatura przedmiotu

1. Wiśniewska S., Skuteczność niekomercyjnych instytucji otoczenia biznesu we wspieraniu innowacji marketingowych małych i średnich przedsiębiorstw, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2015
2. INNOWACJE GOSPODARCZE. Wybrane aspekty ekonomiczne i prawne. (red.) Ryszard Kamiński, Poznań 2018 (s.13-24)
3. Szturo M., Transfer technologii i wdrażanie innowacji, Studio Graficzne Piotr Kurasiak, Olsztyn 2016
4. Trzmielak D., Byczko Sz., Zagadnienia własności intelektualnej w transferze technologii, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2011
5. Kostański P., Żelechowski Ł., Prawo własności przemysłowej, C.H. Beck, Warszawa 2020
6. Sieńczyło-Chlabicz J. (red.), Komercjalizacja i transfer wyników badań naukowych i prac rozwojowych z uczelni do gospodarki. Komentarz – nowe regulacje, C.H. Beck, Warszawa 2019
7. Krzewiński Z., Organizacja komercjalizacji wyników badań naukowych – nowe wyzwania, CoWinners Sp. z o.o., Warszawa 2014
8. Pucher J., Jak przygotować dobry Business Model Canvas?, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2012

## Źródła internetowe

1. <https://www.mojasocjologia.pl/innovacje-i-rodzaje-innowacji/>
2. <https://siecotwartychinnowacji.pl/baza-wiedzy/poziomy-gotowosci-technologicznej-trl-czyli-od-idei-do-realizacji/>
3. <https://uprp.gov.pl/pl>
4. <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-dane-jako-tajemnica-przedsiębiorstwa>
5. <https://startup.pfr.pl/pl/baza-wiedzy/artykuly/co-to-jest-model-biznesowy-i-jak-go-zweryfikowac/>
6. <https://productvision.pl/2014/business-model-canvas-szablon-modelu-biznesowego/>
7. <https://www.conquest.pl/pitch-deck-prezentacja-inwestorska-ktora-pomoze-ci-pozyskac-finansowanie/>
8. <https://projektstartup.pl/co-to-jest-pitch-deck-poradnik-krok-po-kroku-jak-stworzyc/>

## ODWIEDŹ BAZĘ TECHNOLOGII

AGRITECHMARKET.PL

- zapoznaj się z technologiami opracowanymi w Uniwersytecie Rolniczym im. Hugona Kołłątaja w Krakowie,
- skorzystaj z PLATFORMY E-LEARNING,
- zamieść swoją ofertę badawczą na TABLICY OGŁOSZEŃ,
- rozpocznij współpracę z biznesem!



agritechmarket.pl