

Komercjalizacja produktów kreatywnego myślenia¹

Jest to skrót 1,5 godzinnych warsztatów opracowanych i przeprowadzonych przez mgr *Roberta Utrechtę* na warsztatach Inżynierii Kreatywności dla doktorantów Politechniki Poznańskiej w dniu 19 maja 2012 r., których celem było praktyczne wykorzystanie wiedzy zdobytej na wykładach.

Na wstępie omówione zostały definicje kluczowych pojęć, takich jak: **kreatywność, innowacja, komercjalizacja i transfer technologii.**

Następnie, na podstawie informacji z poradników wydanych przez Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej, uczestnicy warsztatów zostali zapoznani z klasyfikacją wytworów ludzkiej kreatywności i inwencji, czyli własności intelektualnej, na: **własność przemysłową** (wynałazki, wzory przemysłowe, wzory użytkowe, znaki towarowe, topografie układów scalonych, oznaczenia geograficzne) oraz **prawa autorskie i prawa pokrewne** (fotografie, filmy, artykuły, plany architektoniczne, programy komputerowe, bazy danych, know-how i inne).

W trakcie warsztatów podkreślono, że **patent na wynalazek, prawo ochronne na wzór użytkowy, prawo z rejestracji wzoru przemysłowego, prawo ochronne na znak towarowy, prawo z rejestracji oznaczenia geograficznego i prawo z rejestracji topografii układów scalonych** są aktywami wykorzystywanymi przez przedsiębiorstwa w działalności gospodarczej, które m.in. zwiększają dochody przedsiębiorstwa poprzez **udzielanie licencji** na korzystanie z przedmiotu własności przemysłowej na uzgodnionych przez strony warunkach lub poprzez **sprzedaż** przedmiotu własności przemysłowej.

Omówiono zasady udzielania patentów na wynalazki, które są **nowe**, posiadają **poziom wynalazczy** i nadają się do **przemysłowego stosowania** bez względu na dziedzinę techniki.

Uczestnikom zwrócono uwagę, że przed dokonaniem zgłoszenia np. wynalazku należy koniecznie zapoznać się ze **stanem techniki** (wszystkim tym, co przed datą zgłoszenia zostało powszechnie udostępnione w formie pisemnej, ustnej, przez wystawienie lub w każdy inny sposób). Przy zgłaszaniu znaku towarowego należy przeprowadzić **poszukiwanie w rejestrach** znaków towarowych, w tym **badania rynkowe** znaków niezarejestrowanych, ale używanych. Przeprowadzenie odpowiednich poszukiwań i badań, pozwala uniknąć wejścia w kolizję ze zgłoszonymi wcześniej wynalazkami czy znakami towarowymi oraz uniknąć kosztownych procesów sądowych.

Następnie porównano **czas trwania ochrony własności przemysłowej** oraz **koszty ochrony**, a także wskazano rozwiązania alternatywne oraz przykłady **strategii ochrony własności intelektualnej.**

Omówiono **fazy komercjalizacji w modelu Jolly'ego**, takie jak: **Idea, Inkubacja, Demonstracja, Promocja i Utrzymanie.**

W procesie **oceny technologii** wyróżniono następujące elementy:

- Identyfikacja i zapewnienie wsparcia **interesariuszy.**
- Identyfikacja **statusu** własności intelektualnej.
- Określenie potencjalnych **rynków** dla technologii.
- Identyfikacja **zasobów** niezbędnych do komercjalizacji i rozwoju technologii.
- Potencjalne **zagrożenia** związane z komercjalizacją technologii.
- Ocena punktowa technologii i przygotowanie **rekomendacji** w zakresie komercjalizacji technologii.

Rekomendowano uwzględnienie w procesie **oceny technologii** cech, takich jak:

- **Szybkość oceny** - ocena nie może opóźnić przebiegu procesu komercjalizacji.

¹ Więcej na ten temat patrz: WWW.ciritt.put.poznan.pl

- **Wiarygodność** - ocena powinna prezentować rzetelną informację, czy dana innowacja przyniesie oczekiwane efekty i czy możliwe jest jej rynkowe wdrożenie.
- **Obiektywizm** - ocena technologii powinna się opierać na niezależnych danych oraz opiniach, a także wskazywać na alternatywne obszary, w których innowacja może zostać zastosowana.
- **Standaryzacja** - pozwala na porównywanie konkurencyjnych rozwiązań na etapie selekcji oraz gwarantuje, że każdy analizowany przypadek będzie oceniany z uwzględnieniem tej samej procedury.
- **Adekwatność** - pozwala na wybór technologii zgodnie z przyjętymi kryteriami komercjalizacji, co umożliwi np. dopasowanie procesu komercjalizacji do specyficznych warunków funkcjonowania organizacji wdrażającej daną innowację.

Wskazano narzędzie oceny opracowane na Uniwersytecie w Warwick (UK) **Commercial Opportunities Appraisal Process (COAP)** posiadające 10-cio wymiarową skalę wykorzystywaną do oceny i porównywania projektów innowacyjnych:

1. Unikalność technologii
2. Gotowość technologii do uruchomienia produkcji
3. Wartość rynku
4. Spodziewana marża zysku
5. Intensywność konkurencji na rynku
6. Konkurencyjna przewaga produktu lub usługi
7. Łatwość wejścia na rynek
8. Konserwatyzm klientów
9. Zaangażowanie zespołu
10. Doświadczenie biznesowe zespołu

Wybrano **metodę sześciu kapeluszy** stworzoną przez Edwarda De Bono, pozwalającą na twórcze podejście do rozwiązywania problemów rozpatrywanych z sześciu różnych stron, jako preferowaną do zastosowania w pracy grupowej podczas warsztatów. W tej metodzie stosuje się:

- **Kapelusz Czerwony – emocje** (subiektywna ocena, pierwsze wrażenie, irracjonalne podejście),
- **Kapelusz Biały – obiektywizm** (fakty, statystyki, analizy)
- **Kapelusz Czarny – pesymizm** (podejście logiczne i pesymistyczne, ostrzeżenie przed zagrożeniami, oszczędność czasu i środków)
- **Kapelusz Żółty – optymizm** (pozytywne aspekty, wykazywanie korzyści, optymistyczne prognozy)
- **Kapelusz Zielony – możliwości** (nowe punkty widzenia, odrzucenie utartych wzorców, szukanie alternatywnych rozwiązań)
- **Kapelusz Niebieski – organizacja** (bezsronna obserwacja, określenie ograniczeń, ustalenie priorytetów, wyciąganie wniosków)

Plan warsztatów wykorzystujących wiedzę nt. ochrony własności intelektualnej:

- a) podział słuchaczy na sześciuosobowe grupy,
- b) wybór przypadku do omówienia przez każdą z grup:
 - **Przypadek 1 – Student i jego oryginalny temat pracy inżynierskiej/magisterskiej**
 - **Przypadek 2 – Doktorant tuż przed publiczną obroną swojej wysoko ocenionej pracy doktorskiej**
 - **Przypadek 3 – Młody zdolny naukowiec po odbyciu staży w przedsiębiorstwach tuż przed habilitacją**
 - **Przypadek 4 – Profesor z dużą wiedzą teoretyczną i liczbą publikacji bez doświadczenia w biznesie**
 - **Przypadek 5 – Absolwent z zespołem kompetentnych kolegów zatrudnionych na uczelni**
 - **Przypadek 6 – Wynalazca samotnie poszukujący wsparcia na uczelni**
- c) poszukiwanie metody optymalnej do zdefiniowania i rozwiązania problemu:
 - **metoda sześciu kapeluszy De Bono**
 - **metoda DOIT**
 - **metoda SIMPLEX**
- d) omówienie przez lidera każdej z grup rezultatów zastosowania wybranej metody,
- e) podsumowanie wszystkich prezentacji.