

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

KATJA DEBELJAK

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**INOVATIVNOST IN PRAVNA ZAŠČITA INOVACIJ V MALIH IN
SREDNJE VELIKIH PODJETJIH**

Ljubljana, junij 2011

KATJA DEBELJAK

IZJAVA

Študentka Katja Debeljak izjavljam, da sem avtorica tega magistrskega dela, ki sem ga napisala v soglasju s svetovalcem doc. dr. Igorjem Prodanom, in da v skladu s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 13. junij 2011

Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1 INOVACIJE IN INOVATIVNOST	4
1.1 Družba znanja	4
1.2 Inovacijski proces	5
1.3 Vrste inovacij	6
1.3.1 Procesne in proizvodne inovacije	6
1.3.2 Radikalne in inkrementalne inovacije	8
1.3.3 Tehnološko prodirajoče in iz povpraševanja izhajajoče inovacije	9
1.3.4 Disruptivne in vzdržne inovacije	9
1.4 Konkurenčnost in konkurenčna prednost	11
1.5 Mehanizmi zaščite inovacij	12
1.6 Inovativnost v malih in srednje velikih podjetjih	15
2 PODPORNO OKOLJE IN INOVATIVNOST V SLOVENIJI	23
2.1 Podporne institucije v Sloveniji	24
2.1.1 Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije	25
2.1.2 Javni sklad RS za podjetništvo	26
2.1.3 Javna agencija za tehnološki razvoj	26
2.1.4 Služba Vlade RS za lokalno samoupravo in regionalno politiko	26
2.1.5 Tehnološki parki in inkubatorji	27
2.1.6 Inovativnost slovenskih podjetij	28
2.2 Stanje inovativnosti slovenskih podjetij v primerjavi z državami EU	31
2.3 Slabosti slovenskega okolja in možnosti za izboljšanje inovativnosti	34
3 INTELEKTUALNA LASTNINA	36
3.1 Opredelitev pojma intelektualne lastnine	36
3.2 Pravna ureditev varstva intelektualne lastnine	37
3.2.1 Mednarodne pogodbe	37
3.2.2 Evropski predpisi	39
3.2.3 Nacionalni predpisi	40
3.3 Pravice intelektualne lastnine	41
4 PRAVNA ZAŠČITA IZUMOV	43
4.1 Vrste patentnega varstva	44
4.2 Načini patentnega varstva	46
4.2.1 Nacionalna prijava	46
4.2.2 Evropski patent	48
4.2.3 Mednarodni patent	50
4.2.4 Prednosti in slabosti različnih načinov patentiranja v tujini	53
4.3 Učinkovitost patentiranja inovacij	54
4.4 Patentiranje inovacij v malih in srednje velikih podjetjih	56
4.5 Upravljanje intelektualne lastnine v malih in srednje velikih podjetjih	59

4.6 Vpliv intelektualne lastnine na inovativnost podjetij	60
4.7 Intelektualna lastnina v slovenskih podjetjih	62
5 INOVATIVNOST IN PRAVNA ZAŠČITA INOVACIJ V SLOVENSКИH MALIH IN SREDNJE VELIKIH PODJETJIH – ŠTUDIJA PRIMERA IZBRANIH PODJETIJ.....	65
5.1 Podjetje Ham, proizvodnja stolov SpinaliS, d.o.o.....	65
5.2 Podjetje Envit, okoljske tehnologije in inženiring, d.o.o.	67
5.3 Podjetje IzoElektro, proizvodnja in trgovina, d.o.o.	68
5.4 Podjetje KGS Krajnc, kmetijske in gradbene storitve, biomasa in raziskovanje, d.o.o.	70
5.5 Podjetje Uni kristal, podjetje za projektiranje in tehnično svetovanje, d.o.o.	71
5.6 Ugotovitve študije primera.....	72
SKLEP.....	74
LITERATURA IN VIRI.....	77

KAZALO SLIK

Slika 1: Matrika možnih inovacij	7
Slika 2: Radikalne in inkrementalne inovacije	8
Slika 3: Vzdržne in disruptivne inovacije.....	10
Slika 4: Strategije zaščite konkurenčnih prednosti, ki izvirajo iz inovacij.....	12
Slika 5: Število podjetij v Sloveniji v letu 2009 glede na velikost.....	16
Slika 6: Model upravljanja inovacij.....	21
Slika 7: Hiša inovacij.....	22
Slika 8: Delež inovacijsko aktivnih podjetij v Sloveniji, 2001–2008 (v %)	29
Slika 9: Inovacijsko aktivna podjetja v Sloveniji, 2006–2008	30
Slika 10: Število evropskih patentnih prijav na milijon prebivalcev za leto 2005.....	32
Slika 11: Inovacijski indeksi držav EU27, 2008 in 2009	33
Slika 12: Delitev intelektualne lastnine.....	42
Slika 13: Nacionalne prijave slovenskega patenta, 1991–2009	47
Slika 14: Države članice EPO	48
Slika 15: Evropske patentne prijave slovenskih prijaviteljev, 2002–2009	50
Slika 16: PCT prijave slovenskih prijaviteljev, 2000–2009	52
Slika 17: Ameriški patenti v obdobju 1953–2003.....	55
Slika 18: Dilema (ne)zaščite inovacij	57

KAZALO TABEL

Tabela 1: Kriteriji in delitev podjetij po velikosti v Sloveniji.....	15
Tabela 2: Kriteriji in delitev podjetij po velikosti na ravni EU	15
Tabela 3: Razlike med malimi in velikimi podjetji	17
Tabela 4: Delež inovacijsko aktivnih podjetij glede na velikost podjetja v Sloveniji, 2006–2008	31
Tabela 5: Prednosti in slabosti posameznih načinov patentiranja v tujini.....	53

UVOD

Gospodarski napredek zahteva nenehni pritok novih idej in proizvodov, katerih namen je izboljšanje življenjskih pogojev in učinkovitosti proizvodnje. Novi proizvodi in postopki so prav tako pomembni za obnovitev ali nadomestitev industrijskih panog v zatonu in s tem tudi za poln izkoristek proizvodnih sektorjev gospodarstva. Najpogosteje uporabljeno merilo gospodarskega napredka (bodisi za državo ali za posamezno podjetje) je produktivnost, tj. razmerje med enoto ustvarjene proizvodnje (angl. *output*) in enoto vloženih sredstev (angl. *input*). Produktivnost je odvisna od celega spektra gospodarskih in socialnih dejavnikov, vendar pa je tehnološka inovativnost tisti dejavnik, za katerega nasploh velja, da v največji meri prispeva k izboljšanju produktivnosti. Tehnološke inovacije vodijo k bolj učinkoviti izrabi delovne sile, kapitala in naravnih virov, s tem pa podjetju omogočijo, da ustvari enako količino proizvodnje z manjšo količino vloženih sredstev (WIPO¹, str. 53–54).

Inovativna podjetja ustvarjajo vrednost s kombiniranjem obstoječega znanja na inovativen način. Schumpeter (1942) je dejal, da se konkurenčna prednost stalno ustvarja in ruši v kontinuiranem procesu kreativne destrukcije, zato je stalno inoviranje pomembno za ohranitev konkurenčnih prednosti. Stalne inovacije namreč podjetju dajejo možnost, da bolje razume potrošnikove potrebe, ostaja pred konkurenco, izkorišča priložnosti na strateškem trgu in usklajuje organizacijske prednosti s tržnimi priložnostmi (Wagner & Hansen, 2005, str. 837).

Glede na to, da v Republiki Sloveniji (v nadaljevanju RS ali Slovenija) najbolj dinamični del gospodarstva predstavljajo mala in srednje velika podjetja (Duh, 1998, str. 101), je njihova inovativnost velikega pomena za slovensko gospodarstvo, prav tako pa je ključna tudi za njihov uspeh. Z vprašanjem, kako velikost podjetja vpliva na njegovo inovativnost, so se ukvarjali številni strokovnjaki. Schumpeter (1942, str. 106) je predpostavljal, da imajo pri inoviranju velika podjetja prednost pred malimi, ker jim njihova finančna zmožnost omogoča, da so najboljši inovatorji in s tem glavni nosilci inovativnosti. Dejal je, da »sled ne pelje k vratom tistih podjetij, ki poslujejo v razmerah relativno svobodne konkurence, ampak naravnost pred vrata velikih koncernov« (Schumpeter, 1960, v Rebernik, 1990, str. 180). Schumpetrova teza o pozitivnem vplivu tržne moči in velikosti podjetja na inovacijsko dejavnost je spodbudila številne raziskave, s katerimi so avtorji skušali to tezo potrditi ali ovreči. Nekatere izmed njih bom predstavila tudi v svoji magistrski nalogi.

¹ WIPO je kratica za Svetovno organizacijo za intelektualno lastnino (angl. World Intellectual Property Organization).

Ekonomske analize v zadnjih desetletjih kažejo na močno povezanost gospodarstva z intelektualno lastnino, saj je gospodarska rast držav v veliki meri odvisna od intelektualne lastnine (Gould & Gruben, 1996; Ginarte & Park, 1997; Chu, 2009). Živimo namreč v času, ko je znanje ena najpomembnejših lastnosti, potrebnih za uspeh podjetja. Pogosto se zgodi, da sodobna velika podjetja (kot je na primer Microsoft) poleg znanja nimajo ničesar drugega, kar bi jim ustvarjalo vrednost. Bill Gates je tako popoln primer današnje osrednje vloge intelektualne lastnine. Več kot stoletje je bil namreč najbogatejši človek povezan z nafto oziroma naftno industrijo, z uspehom Billa Gatesa pa se je prvič v zgodovini zgodilo, da je najbogatejši človek povezan z znanjem (Thurow, 1997, str. 96).

Pravice intelektualne lastnine so bistvene pri spodbujanju inovativnosti, njihovo varstvo pa je pomembno v vseh gospodarskih sektorjih, še zlasti pa je bistveno za konkurenčnost Evrope (Komisija Evropskih skupnosti, 2009, str. 2). Thurow (1997, str. 96) je celo dejal: »Z rojstvom informacijske revolucije oziroma tretje industrijske revolucije so strokovna znanja in spoznanja postala edini vir trajnostne dolgoročne konkurenčne prednosti. Intelektualna lastnina predstavlja bistvo gospodarskega uspeha in padca modernega podjetja.« Za podjetnika je tako intelektualna lastnina pomembno sredstvo in lahko pomeni veliko prednost, vendar mora podjetnik poznati zakonodajo in razumeti pomen intelektualne lastnine, da zaščiti svojo iznajdbo in uspešno napreduje v svojem poslu. Zaradi pomanjkljivega razumevanja intelektualne lastnine podjetniki (predvsem v malih in srednje velikih podjetjih) prevečkrat zanemarijo pomembne korake, ki bi jih morali storiti, da bi ta sredstva zaščitili. Zato bom velik del svojega magistrskega dela posvetila ravno področju intelektualne lastnine, glede na to, da me bo zanimal predvsem vidik zaščite inovacij, pa se bom najbolj posvetila patentu (kot eni izmed pravic intelektualne lastnine), s katerim lahko posamezniki ali podjetja zaščitijo svoje izume. Predstavila bom različne načine patentnega varstva, med katerimi lahko podjetje izbira, ko se odloči zaščititi svoje inovacije na tujih trgih. V nalogi bom predstavila tudi prednosti in slabosti posameznih načinov zaščite.

Namen magistrskega dela je s pomočjo domače in predvsem tuje strokovne literature proučiti in predstaviti področje inovativnosti in z njim povezano področje intelektualne lastnine, predvsem z vidika malih in srednje velikih podjetij. Preveriti želim, kako teoretični koncepti in dognanja delujejo v praksi, zato bom na primerih malih podjetij, ki za zaščito svojih inovacij uporabljajo patentiranje, preverila, kakšne so njihove izkušnje na tem področju in kako po njihovem mnenju patentiranje vpliva na inovativnost podjetij. Prav tako bom preverila, kakšno je slovensko podporno okolje, saj imamo kar nekaj institucij, ki skrbijo za spodbujanje podjetništva in inovativnosti, vprašanje pa je, kako se namen njihove ustanovitve uresničuje v praksi in kakšna je njihova učinkovitost. Na podlagi intervjujev bom lahko zaključila, kako sta pri malih in srednje velikih podjetjih povezani inovativnost in intelektualna lastnina, ali slednja podjetjem predstavlja pomembno vlogo ali pa je le obrobne pomena. Podala pa bom tudi predloge za

izboljšanje sistema intelektualne zaščite, da bi bil ta blizu malim in srednje velikim podjetjem in spodbujal njihovo inovativnost.

Cilj magistrskega dela je:

1. preučiti ustrezno strokovno literaturo s področja inovativnosti in intelektualne lastnine, tudi (oziroma predvsem) z vidika malih in srednje velikih podjetij;
2. pregledati kvantitativne raziskave in podatke o stanju inovativnosti ter zaščititi intelektualne lastnine v slovenskih podjetjih;
3. na temelju intervjujev s slovenskimi inovativnimi podjetniki ugotoviti težave in pomanjkljivosti v slovenskem podpornem okolju, sistemu zaščite inovacij ter predlagati ukrepe za večjo inovativnost malih in srednje velikih podjetij ter do njih prijaznejši sistem zaščite intelektualnih stvaritev.

Magistrsko delo bo sestavljeno iz petih glavnih poglavij, tematika pa bo dodatno razdelana v podpoglavjih. Pri izdelavi magistrskega dela bom uporabila več znanstvenoraziskovalnih metod, nekatere med njimi pa bom tudi kombinirala med seboj.

V prvih štirih delih bom pripravila poglobljen teoretično-analitičen pregled strokovne literature, znanstvenih razprav in raziskav ter člankov tujih strokovnjakov s področja obravnavane teme. Poleg kritične analize strokovno-teoretičnih dognanj bodo zaradi lažjega razumevanja za ilustracijo navedeni tudi nekateri praktični primeri iz strokovne literature. Ta del magistrskega dela bo analiziran z metodo deskripcije, po metodi kompilacije pa bom povzela spoznanja in poglede oziroma stališča različnih avtorjev, dodala pa bom tudi nekatera lastna mnenja.

Zadnji del magistrskega dela – študija primera bo temeljila na osnovi intervjujev med malimi podjetniki, ki so svoje izume zaščitili s patentiranjem. V intervjujih s podjetniki bom preučila specifične probleme, ki so jih ti zaznali pri zaščiti intelektualne lastnine v praksi in v zvezi z inovativnostjo malih in srednje velikih podjetij. Na podlagi intervjujev bom podala stališča teh podjetnikov o pravni zaščiti inovacij (koristnost in slabosti ureditve), te pa bom strnila v ugotovitve, kako funkcionira sistem patentiranja v slovenskem okolju malih in srednje velikih podjetij ter njegov vpliv na inovativnost takih podjetij. Poskušala bom poiskati tudi rešitve, ki bi pripeljale do boljšega sistema patentiranja za mala in srednje velika podjetja.

V sklepu magistrskega dela bom po metodi sinteze povzela spoznanja in ugotovitve o inovativnosti malih in srednje velikih podjetij, slovenskem podpornem okolju ter urejenosti sistema zaščite intelektualne lastnine za mala in srednje velika podjetja. Podala bom tudi svoje videnje o ukrepih za večjo inovativnost in izboljšanje pravnega sistema varovanja intelektualne lastnine z vidika malih in srednje velikih podjetij.

Pri izdelavi magistrskega dela bom uporabila tudi teoretična znanja, pridobljena v okviru dodiplomskega študija na pravni fakulteti s področja prava intelektualne lastnine in podiplomskega študija podjetništva z vidika posebnosti malih in srednje velikih podjetij.

1 INOVACIJE IN INOVATIVNOST

Brez inovacij si danes težko predstavljamo uspešno podjetje, ki bo na dolgi rok lahko konkuriralo ostalim podjetjem, saj je njihova funkcija v tem, da vnašajo novost, raznolikost oziroma spremembo v ekonomsko sfero. Če ne bi bilo inovacij, bi ekonomija ostala na neki stopnji z malo ali brez napredka (Metcalf, 1998 v Fagerberg, Mowery & Nelson, 2006, str. 20), zato je inoviranje odločilno za dolgoročno ekonomsko rast.

V tem poglavju bom opredelila pojem inovacije, razlikovanje med inovacijo in invencijo, vrste inovacij ter značilnosti inovacijskega procesa. Za zaščito konkurenčnih prednosti, ki izvirajo iz inovacij, podjetja uporabljajo različne mehanizme, ki jih bom podrobneje obravnavala v podpoglavju 1.5.

1.1 Družba znanja

Znanje lahko definiramo kot informacijo, ki je sestavljena iz izkušenj, konteksta, interpretacije in razmišljanja. Je oblika visoke ravni informacije, ki jo lahko takoj uporabimo za odločanje in akcijo (Vaghely & Julien, 2008, str. 74). Medtem ko je znanje in informacije včasih težko razločevati, ima oboje vrednost in vključuje več človeškega vložka kot surovih podatkov (Davenport, DeLong & Beers, 1998). Znanja ne osvajamo zaradi njega samega, temveč z namenom, da ga bomo uporabili v praksi (Caenegem, 2007, str. 2).

Pretnar (2002, str. 29) je razvil razširjeno definicijo znanja in ga opredelil kot sposobnost ustvarjanja novih podatkov in njihove pretvorbe v informacije, s katerimi je obogatena iz zunanjih virov pridobljena zaloga podatkov in informacij, z namenom, da se poveča sposobnost učinkovitega sprejemanja konsistentnih odločitev.

Za prehod v družbo znanja je ključnega pomena oblikovanje okolja, stimulatívnega za ustvarjanje in prenos znanja za pospešen razvoj inovativnih podjetij, produktov in tehnologij ter za njihov prenos na trge, kar predstavlja tudi temelje za konkurenčen nastop podjetij na globalnih trgih (Ložar, 2009, str. 4).

1.2 Inovacijski proces

Novi podatki in informacije se pridobivajo v procesu intelektualne stvaritve, t.i. spoznavnem procesu. Ta je bistvo inovacijskega procesa, ki je značilen za sodobni kapitalizem znanja in na znanju temelječe konkurence (Pretnar, 2002, str. 30).

Schumpeter (1942) je inovacijski proces razdelil na tri faze, in sicer:

- fazo invencije,
- fazo inovacije ter
- fazo difuzije.

»Proces [tehnološke spremembe] sproži **invencija** (ali invencije), ki lahko temelji na novem znanstvenem spoznanju, čeprav pogosteje uporablja znana znanstvena načela. **Faza inovacije** nastopi, ko in če podjetje, pogosto imenovano tudi inovator, prvič uporabi invencijo v gospodarske namene. Takrat, ko je nov proces ali produkt prepoznan kot boljši v primerjavi z obstoječimi tehnologijami, pride do njegove nadaljnje uporabe v inovatorskem podjetju in njegove vpeljave v ostala podjetja v panogi – to se imenuje **faza imitacije oziroma difuzije**« (Davies, 1979, str. 1). Pretnar (2002, str. 31) je na podlagi navedenega inovacijski proces opredelil kot »proces organiziranega ustvarjanja invencij in njihove sistematične transformacije v inovacije«.

Proces se torej začne z invencijo, ki pa je ekonomsko nepomembna vse do tedaj, ko je prvič uporabljena v praksi (Schumpeter, 1951, str. 88). Procesu vpeljevanja inovacij Schumpeter pravi podjetništvo, posameznike v procesu pa imenuje podjetnike. Podjetnik je zanj inovator – pobudnik novih idej, inovacij, proizvodov in storitev, avtor novih proizvodnih metod in tehnologij, raziskovalec novih trgov, ponudbe in povpraševanja ter organizacijskih metod. Podjetnik ustvarja novo vrednost, ko prinese inovacijo na trg. S tem poruši obstoječe ravnotežje, saj ogrozi način ustvarjanja dobička drugih posameznikov na trgu. Ta proces Schumpeter (1942, str. 83) imenuje kreativna destrukcija – »proces industrijske transformacije oziroma 'mutacije', ki jo spremljajo radikalne inovacije«. Podjetniki s svojimi inovacijami, ki jih prinašajo na trge, rušijo obstoječe tržne strukture in ustvarjajo novo povpraševanje in novo vrednost za kupce. Inovacije so torej ekonomska sprememba in rezultat podjetniškega delovanja, ki s procesom kreativne destrukcije sprožajo ekonomski razvoj (Schumpeter, 1951).

Velika napaka je, če bi inovacijo obravnavali kot dokončno opredeljeno, homogeno stvar v točno določenem trenutku – takrat ko je stopila na trg oziroma postala dostopna potrošnikom. Dejstvo je, da gredo pomembne inovacije skozi drastične spremembe v njihovem življenjskem ciklu – spremembe, ki lahko in pogosto tudi resnično popolnoma preoblikujejo njihov ekonomski pomen. Njihove kasnejše izboljšave (po tem, ko je

invencija prvič predstavljena trgu) so pogosto dosti bolj ekonomsko pomembne kot prvotna invencija v svoji izvorni obliki (Kline & Rosenberg, 1986, str. 283). Inovacijska aktivnost je torej dolg in kontinuiran proces, ki vključuje mnogo medsebojno povezanih inovacij, stalne izboljšave inovacij pa so gonilo tehnološkega in ekonomskega napredka družbe.

1.3 Vrste inovacij

Schumpeter je bil tudi eden prvih, ki je definiral pojem inovacije. Pojmuje jo kot novo kombinacijo proizvodnih virov, vrste teh kombinacij pa so naslednje (Sušjan, 2003, str. 101; Rebernik, 1990, str. 122):

- razvoj novega proizvoda (materialov in dobrin) – **produktne inovacije**,
- uvedba novega procesa oziroma metoda proizvodnje – **procesne inovacije**,
- odprtje novega trga – **tržne inovacije**,
- osvojitve novega vira proizvodnje (dobave surovin ali polizdelkov) – **vhodne inovacije** ali
- nastanek novih organizacijskih oblik oziroma panog – **organizacijske inovacije**.

V nadaljevanju bom predstavila še nekaj drugih v množici delitev inovacij. Tipologije inovacij sprožajo različna vprašanja, kot na primer: sprememba česa so inovacije, kaj povzroča inovacije itd., tako da je pristop k vsaki izmed njih drugačen. Na tem mestu pa vseeno velja poudariti, da preveč podrobno opredeljevanje posameznih tipov inovacij ni koristno, saj se s tem zmanjšuje uporabna vrednost inovacij (Rebernik, 1990, str. 125).

1.3.1 Procesne in proizvodne inovacije

Prevladujoča razvrstitev inovacij v današnjem času je delitev inovacij na proizvodne (produktne) inovacije in procesne inovacije. Če na to delitev gledamo iz dveh skrajnosti, omogoča izključno **procesna inovacija** učinkovitejšo izdelavo obstoječega, nespremenjenega izdelka, pri izključno **proizvodni inovaciji** pa imamo povsem nov izdelek, narejen z uporabo obstoječega, nespremenjenega tehnološkega postopka (Pretnar, 2002, str. 32).

Delitev inovacij na procesne in produktne lahko gledamo tudi z dveh različnih vidikov, in sicer z vidika cilja in vidika izvajanja (Kos, 1996, str. 17). Pri prvem so procesne inovacije nove kombinacije dejavnikov, kar pomeni stroškovno ugodnejšo, bolj kakovostno, varno in hitrejšo proizvodnjo, njihov cilj pa je povečanje učinkovitosti. Na drugi strani pa so proizvodne inovacije osredotočene na proces ovrednotenja na trgu s ciljem doseganja zmogljivosti. Z vidika izvajanja se morajo proizvodne inovacije uveljaviti na trgu,

procesne pa znotraj obrata, zato imajo slednje več težav z uvajanjem in so manj obvladljive (Kos, 1996, str. 18).

Procesne inovacije vodijo v večjo učinkovitost proizvodnje s tem, da nastanejo prihranki dela in/ali kapitala, omogočajo pa tudi znižanje cen. Običajni rezultat je večja produktivnost in zmanjšanje zaposlovanja; vendar pa se lahko s tem, ko povečajo kakovost produkta ali zmanjšajo cene, poveča povpraševanje (v primeru visoke elastičnosti), kar lahko pomeni tudi povečanje zaposlovanja. Proizvodne inovacije pa splošno povečujejo kakovost in raznolikost dobrin, lahko odpirajo nove trge ter vodijo (če je elastičnost visoka) do večje proizvodnje in zaposlovanja. Novi produkti pa lahko enostavno nadomestijo stare in z namenom, da zmanjšajo stroške, povzročijo podobne učinke kot procesne inovacije (Fagerberg, Mowery & Nelson, 2006, str. 572).

V realnosti se oba tipa inovacij ne izključujeta, ampak vzajemno povezujeta, saj proizvodna inovacija zahteva tudi inovacijo procesa, pa tudi inovacija procesa praviloma ne pusti izdelkov nespremenjenih. Tako lahko sestavimo matriko možnih inovacij, saj lahko pri obeh tipih inovacij nastopajo tako postopne oziroma prirastne (inkrementalne) kot tudi radikalne inovacije (Rebernik, 1990, str. 121).

Slika 1: Matrika možnih inovacij

		KAJ	
		Produkt	Proces
KAKO	Postopno	IZBOLJŠAVE NA IZDELKIH	IZBOLJŠAVE V PROCESIH
	Radikalno	RADIKALNE NOVOSTI IZDELKOV	RADIKALNE NOVOSTI PROCESOV

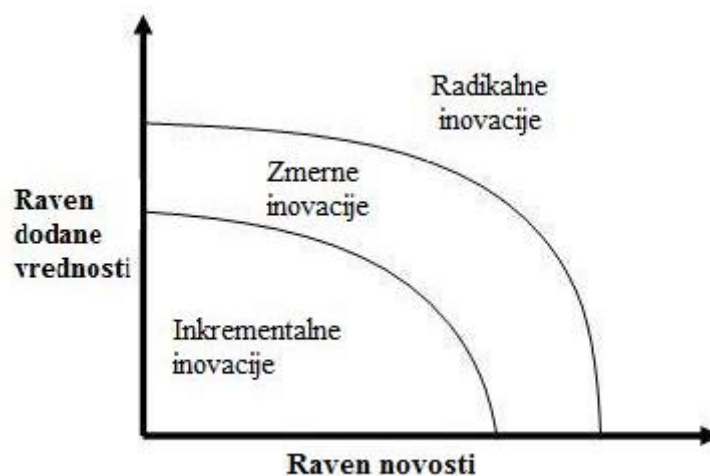
Vir: M. Rebernik, *Ekonomika inovativnega podjetja*, 1990, str. 121.

Nekatere delitve poleg proizvodnih in procesnih inovacij opredeljujejo še trženjske inovacije (angl. *marketing innovation*) in organizacijske inovacije. **Organizacijske inovacije** uvajajo nove organizacijske metode v poslovanje podjetij, v organizacijo delovnega mesta ali odnos s kupci in dobavitelji. **Trženjske inovacije** uvajajo nove trženjske metode, vključno s spremembami v oblikovanju, pakiranju, oglaševanju proizvodov in oblikovanju cen (Bloch, 2005 v Bučar & Stare, 2007, str. 30, opombe).

1.3.2 Radikalne in inkrementalne inovacije

Novi produkti ali storitve so lahko radikalne inovacije, ki so nove v svetovnem merilu, inkrementalne izboljšave predhodnih inovacij ali imitacije dobrin, ki že obstajajo v ostalih državah ali podjetjih (Fagerberg et al., 2006, str. 572). Delitev inovacij na radikalne in inkrementalne je tako utemeljena z vidika radikalnosti oziroma novosti in dodane vrednosti inovacij v primerjavi s trenutnim stanjem (glej Sliko 2). **Radikalne inovacije** ustvarjajo velike spremembe v aktivnosti organizacije in pomenijo velik odmik od dosedanje prakse, **inkrementalne inovacije** pa vodijo do majhnih odmikov od dosedanje prakse (Damanpour, 1991, str. 561).

Slika 2: Radikalne in inkrementalne inovacije



Ettlie, Bridges in O'Keefe (1984, str. 682) so v raziskavi živilskopredelovalne industrije potrdili model, da struktura in strategija podjetja vplivata na vrsto inovacij. Inkrementalne procesne inovacije in razvoj novih produktov tako spodbujata tradicionalna struktura in strategija, ki sta značilni za velike, kompleksne in decentralizirane organizacije s strategijo rasti in prevladujočega tržnega položaja, medtem ko bolj unikatna strategija in struktura pospešujeta radikalne procesne inovacije. Radikalno novi procesi in načini pakiranja so posledica predvsem agresivne tehnološke politike, koncentracije tehničnih specialistov in centraliziranega sprejemanja odločitev.

Schumpeter (1942) poseben pomen pripisuje predvsem radikalnim inovacijam (novim tehnologijam oziroma prelomnim izumom), ki lahko s svojo radikalnostjo uničijo obstoječe trge v že opisanem procesu kreativne destrukcije ter ustvarijo nove tržne segmente. Med sodobnimi ekonomisti in strokovnjaki na področju inovacij pa prevladuje prepričanje, da so inkrementalne inovacije za dolgoročne ekonomske in družbene posledice prav tako, če ne celo bolj pomembne kot radikalne inovacije (Fagerberg, et al., 2006, str. 8). Podjetja, ki so sposobna hitro uvajati inkrementalne inovacije, lahko ostanejo

konkurenčna, dokler se ne spremeni tehnologija posredovanja osrednjih koristi kategorije izdelkov, vendar pa so ranljiva glede konkurentov, ki uvajajo radikalne inovacije (Baker & Sinkula, 2002, v Bodlaj, 2009, str. 59).

1.3.3 Tehnološko prodirajoče in iz povpraševanja izhajajoče inovacije

Pred nekaj desetletji se je med ekonomisti pojavila razprava o tem, ali na stopnjo tehnološkega napredka bolj vplivajo spremembe v povpraševanju na trgu ali napredek v znanosti in tehnologiji (Nemet, 2009, str. 701). S tem je nastala delitev inovacij na **tehnološko prodirajoče** (angl. *tecnology-push*) in **iz povpraševanja izhajajoče** (angl. *demand-pull*) inovacije. Prve izhajajo neposredno iz tehnološkega napredka, šele za tem se razvije povpraševanje na trgu, zato se tudi imenujejo tehnološko prodirajoče inovacije. Najpogosteje nastajajo v razvojnih laboratorijih, ki so del večjih podjetij in tehnoloških centrov. Druge pa so nastale kot neposreden odgovor na prepoznano povpraševanje, gre namreč za imitacije in izboljšave obstoječega. Prihajajo s trga s predlogi uporabnikov in pa tudi iz analiz znotraj podjetij, ko se odločajo o novih posodobljenih izdelkih (Pretnar, 2002, str. 32; Chidamber & Kon, 1994, str. 94).

Uporabnost te delitve je dvomljiva, saj je inovacija tržno uspešna le ob sintezi povpraševanja in tehnološkega napredka (Pretnar, 2002, str. 32). Pri inovacijah sta namreč istočasno potrebna ponudba in povpraševanje, kar izhaja tudi iz definicije inovacije kot prve komercialne rabe določene novosti. Dejstvo, da mora podjetnik povezati nove ideje in trg, pomeni, da gre pri inovacijah za povezavo povpraševanja (trg) in ponudbe inovacij (nove ideje) (Rebernik, 1990, str. 114). Tako je skrajnosti zelo malo, saj večina inovacij zajema kombinacije novih tehnoloških in novih tržnih možnosti.

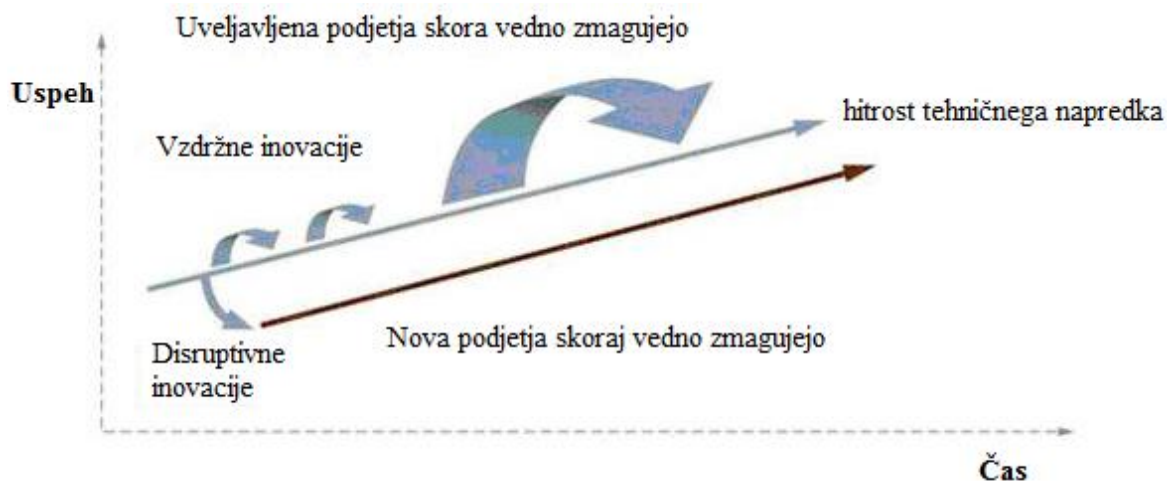
1.3.4 Disruptivne in vzdržne inovacije

Glede na vpliv, ki ga ima inovacija na obstoječe trge in podjetja, lahko inovacije razdelimo na vzdržne in disruptivne. Ta delitev je novejša narave, njen avtor pa je Clayton M. Christensen, profesor na harvardski univerzi. Sprva je govoril o disruptivnih tehnologijah, šele kasneje pa je spregovoril o disruptivnih inovacijah, saj je spoznal, da je nekaj tehnologij resnično disruptivnih, druge pa so vzdržne narave.

Vzdržne inovacije so tiste inovacije, ki izdelek ali storitev naredijo boljšega v očeh kupcev na osrednjem trgu v primerjavi z že obstoječimi izdelki ali storitvami ter tako ustvarjajo evolucijske spremembe na trgih. **Disruptivne inovacije** pa ustvarjajo popolnoma nov trg s tem, ko predstavijo novo vrsto produkta ali storitve, ki je dejansko na začetku slabši v očeh osrednjih kupcev. Te inovacije so disruptivne v tem, da se ne obračajo na potrebe naslednje generacije glavnih kupcev na obstoječih trgih, imajo pa

druge lastnosti, ki omogočajo nastajanje novih trgov in so tako izboljšane, da lahko prav tako zadovoljujejo potrebe kupcev na osrednjem trgu. V primeru disruptivnih inovacij gre za revolucionarne spremembe na trgih (Christensen & Overdorf, 2000, str. 71). Disruptivne inovacije bodisi ustvarjajo nove trge bodisi preoblikujejo obstoječe trge z razmeroma preprostimi in poceni proizvodi z namenom zadovoljiti stranke, prezrte s strani obstoječih podjetij.

Slika 3: Vzdržne in disruptivne inovacije



Vir: C. Christensen, *Disruptivne inovacije*, 2010.

Slika 3 prikazuje uspeh disruptivnih inovacij skozi čas. Disruptivne inovacije sprva zadovoljujejo manj zahtevne kupce, saj preoblikujejo komplicirane in drage produkte v preprostejše in cenejše, ki zaradi tega postanejo zanimivi tudi za stranke z nižjimi dohodki, ki si prej podobnih proizvodov niso mogle privoščiti. Počasi se disrupcija izboljšuje, dokler produkti ne pokrivajo precej večjega trga, kot so ga na začetku (Christensen & Horn, 2008). Značilnosti disruptivnih poslov, vsaj v njihovi začetni fazi, so na primer nižje marže, manjši ciljni trgi in enostavnejši izdelki ali storitve, ki morda niso tako atraktivne kot obstoječe rešitve, če jih primerjamo s tradicionalnim merjenjem uspešnosti. Sčasoma zadovoljujejo čedalje bolj zahtevne kupce in imajo moč, da na dolgi rok izpodrinejo obstoječo dominantno tehnologijo s trga. Raziskave, ki jih je opravil Christensen na področju proizvodnje trdih diskov, so pokazale, da so disruptivne inovacije povzročile preoblikovanje številnih družb, verjetnost za uspeh pa se je za kar šestkrat povečala, če je podjetje sprejelo disruptivni pristop k inovacijam.

Thomond in Lettice (2002, str. 1–4) menita, da disruptivne inovacije omogočijo premik uporabnikov iz neke slabše (dražje) tehnologije v cenejšo. Ta pa potrebuje tudi miselni preskok uporabnikov, zato je potrebno daljše časovno obdobje, da se takšna inovacija uporablja širše, saj je med uporabniki veliko skeptikov. Uporabnost in moč disruptivnih

inovacij se skriva predvsem v tem, da omogočajo razmišljanje o dimenzijah, o katerih se prej ni razmišljalo. Pomagajo pri širjenju znanja ter pri reševanju problemov, ki pred disruptivno inovacijo niso bili zaznani.

1.4 Konkurenčnost in konkurenčna prednost

Konkurenčnost pomeni sposobnost podjetja, da konkurira v danem okolju, konkurenčna prednost pa je prednost, ki jo posamezno podjetje uživa v primerjavi s svojimi tekmeci, na primer z boljšo kakovostjo izdelkov ali distribucijo (Pretnar, 2002, str. 33). Pri konkurenčni prednosti gre za dinamični, kratkoročni pojav, zanj pa je značilno, da na prednostni položaj podjetja v očeh kupcev gledamo relativno, in sicer v primerjavi s konkurenti. Podjetje lahko pridobi konkurenčnost in konkurenčno prednost na različne načine, na primer z nizkimi cenami proizvodnih dejavnikov, z geografsko lokacijo ipd., nedvomno pa velja, da danes konkurenčnost temelji predvsem na znanju in inovaciji (Pretnar, 2002, str. 34). Tudi Tidd, Bessant in Pavitt (2001, str. 4) so mnenja, da ima lahko podjetje konkurenčno prednost zaradi svoje velikosti, zaradi posedovanja določenih redkih virov, vendar je vse bolj pogosto dejstvo, da je v največji prednosti tisti, ki uspe najbolje mobilizirati znanje, tehnologijo in izkušnje v smislu kreacije novih proizvodov, procesov ali storitev, zato je skupna točka uspešnih podjetij nenehno inoviranje. Strokovnjaki so si tako enotni, da je bolj kot cenovna konkurenca pomemben proces uvajanja in širitve inovacij, na kar je prvi opozoril Schumpeter, ki je namesto ravnotežja, kot ga je proučevala neoklasična teorija, vpeljal konkurenco v smislu procesa inovacijskega rivalstva med podjetniki (Sušjan, 2003, str. 101).

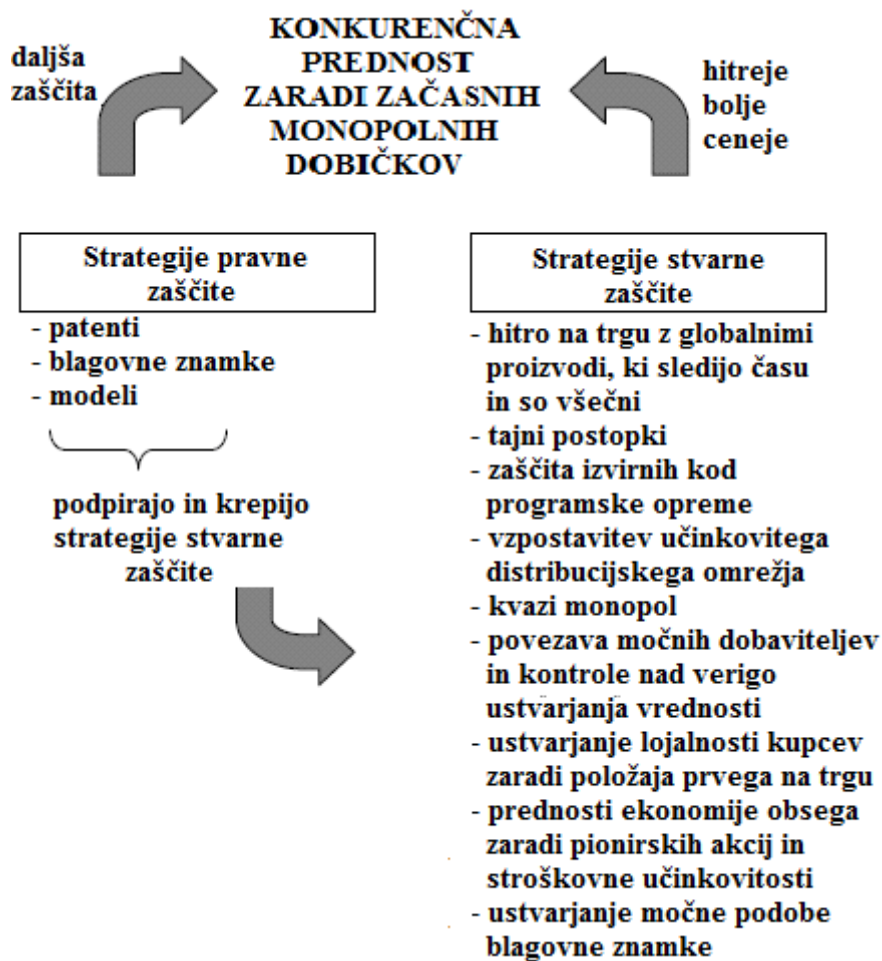
Raziskave kažejo na močno povezavo med tržnim uspehom in novimi produkti; slednji namreč podjetjem pomagajo pri osvajanju in ohranjanju tržnih deležev ter povečanju dobičkonosnosti na teh trgih. V primeru zrelejših in bolj uveljavljenih izdelkov konkurenčna rast prodaje ni rezultat samo sposobnosti podjetja ponuditi nižje cene, temveč tudi različnih necenovnih dejavnikov, na primer oblikovanje izdelka, kakovost ipd. (Tidd & Bessant, 2009, str. 6).

Z vidika konkurenčnosti moramo torej ustvariti takšno podobo podjetja, ki bo lahko privabila kupca, pri čemer ni toliko pomembna cena kot to, da vzbudimo zanimanje kupca za novost oziroma da na nov način zadovoljimo njegove potrebe in zahteve (Kos, 1996, predgovor). To storimo z inovacijo, s pomočjo katere lahko dosežemo pomembne konkurenčne prednosti.

1.5 Mehanizmi zaščite inovacij

Gassman in Bader (2006, v Cvelbar, Marc & Knežević Cvelbar, 2008, str. 11) mehanizme ščitenja konkurenčnih prednosti, ki izvirajo iz inovacij, delita na pravne in stvarne strategije (glej Sliko 4). Stvarne strategije za zaščito inovacij so usmerjene v preprečevanje imitiranja proizvodov ali postopkov, pravni instrumenti za zaščito intelektualne lastnine pa jih pri tem podpirajo.

Slika 4: Strategije zaščite konkurenčnih prednosti, ki izvirajo iz inovacij



Vir: U. Cvelbar, M. Marc in L. Knežević Cvelbar, *Intelektualna lastnina v slovenskih podjetjih*, 2008, str. 11.

Za zaščito konkurenčnih prednosti, ki izvirajo iz inovacij, lahko podjetja torej uporabijo različne mehanizme, med katerimi so najpogostejši (Cvelbar et al., 2008, str. 12).:

1. položaj vodilnega inovatorja na trgu (angl. lead time),
2. mehanizem zaščite v obliki komplementarnih tržnih in/ali proizvodnih zmogljivosti,

3. strokovno znanje in izkušnje (angl. know-how),
4. poslovna skrivnost in
5. pravni instrumenti za zaščito intelektualne lastnine (patenti, modeli, znamke, licence...).

Položaj vodilnega inovatorja na trgu je strategija podjetij, ki skušajo biti s stalnimi inovacijami vedno korak pred konkurenco in na ta način zaščititi konkurenčno prednost, ki jo ima podjetje zaradi inovacije. Uporaba tega mehanizma je značilna za panoge, kjer imajo proizvedeni kratko življenjsko dobo in kjer patentiranje ni smiselno, saj inovacije prehitro zastarijo (na primer mobilna telefonija, MP3 in iPod predvajalniki ipd.) (Cvelbar et al., 2008, str. 12).

Mehanizem zaščite v obliki komplementarnih tržnih in/ali proizvodnih zmogljivosti se nanaša na močno specifičnost na primer znanja o trženju, servisiranju in nadgrajevanju inovativnega proizvoda (tehnologije) ali opreme in strojev za proizvodnjo inovativnega produkta, ki onemogoča konkurenci, da bi enako uspešno izkoriščala inovacijo. Če ima inovativno podjetje zelo specifične tržne ali proizvodne kapacitete, ki so komplementarne inovaciji, jih bo konkurenčno podjetje težje razvilo samo ali pridobilo na trgu. Takšne specializirane kapacitete namreč v največji meri nastanejo v interakciji med ljudmi iz različnih delov podjetja in v daljšem času, zato jih je težko posnemati in niso lahko dostopne na trgu (Cvelbar et al., 2008, str. 12).

Strokovno znanje in izkušnje so nedokumentirani podatki, ki jih je nemogoče prenesti na formaliziran način (na primer, kako bistveno zmanjšati proizvodne stroške tako, da se običajno upremo uporabi na nekonvencionalen način ipd.). Obstaja v glavah strokovnjakov in se prenaša na druge z učenjem z opazovanjem ali v okviru sistema mojster-vajenec od mojstra na vajenca. Strokovno znanje je lahko zelo učinkovit način zaščite inovacije, saj ga je težko prenašati, če to ni odobreno s strani podjetja. Po drugi strani pa je tak način zaščite tudi zelo tvegan, saj je konkurenčna prednost podjetja odvisna od (običajno) majhnega števila strokovnjakov, kar postavlja podjetje v zelo ranljiv položaj v primeru odhoda teh ljudi (Cvelbar et al., 2008, str. 12–13). *Know-how* je lahko tržno dragocen in se ga lahko vključi v licenčne sporazume, ne more pa se registrirati in pogosto je težko dokazati, ali je bil ukraden (običajno s strani zaposlenih ali podjetij, s katerimi podjetje s strokovnim znanjem sodeluje).

Poslovna skrivnost oziroma poslovna tajnost je vsak podatek o gospodarski dejavnosti ali gospodarskem položaju družbe, ki je in ki po zakonu in/ali volji nosilca sme biti znan le določenemu krogu oseb (Bavcon, 2003, str. 257) in s pomočjo katerega lahko podjetje ohranja ekonomsko prednost pred konkurenco ali kupci. Kateri podatki se lahko štejejo za poslovno skrivnost, določa Zakon o gospodarskih družbah (Ur.l. RS, št. 65/2009-UPB3, 33/2011, v nadaljevanju ZGD-1), ko definira pojem poslovne skrivnosti. V 39. členu določa, da se za poslovno skrivnost štejejo podatki, za katere tako določi družba s pisnim

sklepom. Ne glede na to, ali so določeni s sklepom, se za poslovno skrivnost štejejo tudi podatki, za katere je očitno, da bi nastala občutna škoda, če bi zanje izvedela nepooblaščen oseba. Obstaja pa zakonska omejitev, da se za poslovno skrivnost ne morejo določiti podatki, ki so po zakonu javni, ali podatki o kršitvi zakona ali dobrih poslovnih običajev (ZGD-1, 39. člen, 3. odst.).

Pogosto v praksi nastane dilema, ali določeno inovacijo zavarovati s patentom ali s poslovno skrivnostjo. Ključno vprašanje pri tej izbiri je, ali imetnik s patentom zavarovanega izuma lahko kontrolira morebitno kršitev ali ne. Patentno varstvo je smiselno in potrebno vselej, kadar je inovacija neizogibno razkrita z izdelkom samim, saj je odkrivanje možnih kršiteljev tako izvedljivo z opazovanjem konkurenčnih izdelkov. Če pa izuma ni možno razbrati z izdelka na trgu, je poslovna skrivnost boljša izbira (Pretnar, 2002, str. 185). Poslovna skrivnost je kot način zaščite inovacij še posebej primeren za zaščito inovacij na proizvodnih postopkih, saj jo je lažje varovati kot za proizvodne inovacije. V tem primeru je pogosto celo zaželeno, da se kupce informira o vseh prednostih novih ali izboljšanih proizvodov, saj jih tako bolj opazijo, zato je bolje, da se takšne izdelke zaščiti s patentom.

Patent skupaj z ostalimi pravnimi instrumenti zaščite inovacij sodi na področje **intelektualne lastnine**, ki ga bom podrobneje obravnavala v naslednjem poglavju, zato bom opis pravnih mehanizmov za zaščito inovacij na tem mestu izpustila.

Najbolj primerni mehanizmi za zaščito konkurenčne prednosti iz inovacij se razlikujejo od panoge do panoge, od proizvoda do proizvoda in tudi po fazah inovacijskega procesa. Podjetja zato običajno uporabljajo kombinacijo mehanizmov za zaščito inovacij. Rezultati študije Cohena, Nelsona in Walsha (2000) so pokazali, da je od vseh mehanizmov med ameriškimi proizvodnimi podjetji najmanj zastopan patent (in druga pravna zaščita), najbolj pa poslovna skrivnost in mehanizem vodilnega inovatorja na trgu. V primerjavi s predhodno študijo Levina, Klevoricka, Nelsona in Winterja (1987) so Cohen et. al (2000, str. 1) ugotovili, da je pri večjih podjetjih patent sedaj bolj pogosto uporabljen kot v zgodnjih osemdesetih letih 20. stoletja, pri zaščiti proizvodnih inovacij pa je v večini podjetij tudi bolj pogost mehanizem poslovne skrivnosti. Zaradi povezanosti mehanizmov komplementarnih zmogljivosti in vodilnega inovatorja na trgu je bilo ugotovljeno, da dejansko nimamo pet ali šest različnih mehanizmov zaščite, temveč podjetja najpogosteje izberejo kombinacije treh različnih »strategij«, in sicer (Cohen et al., 2000, str. 8):

- izkoriščanje komplementarnih zmogljivosti in položaj vodilnega inovatorja na trgu,
- uporabo pravnih instrumentov (patentov) in
- uporabo poslovne skrivnosti.

1.6 Inovativnost v malih in srednje velikih podjetjih

Velikost podjetja v Sloveniji je na podlagi ZGD-1 opredeljena na osnovi naslednjih kriterijev:

- povprečno število delavcev v poslovnem letu,
- čisti prihodki od prodaje in
- vrednost aktive.

Ob upoštevanju teh kriterijev so podjetja po ZGD-1 razvrščena na mikro, mala, srednja in velika, kar prikazuje Tabela 1.

Tabela 1: Kriteriji in delitev podjetij po velikosti v Sloveniji

Merilo	Mikro	Majhno	Srednje	Veliko
Število zaposlenih	< 10	< 50	< 250	≥ 250
Ustvarjen prihodek	< 2 mio EUR	< 8,8 mio EUR	< 35 mio EUR	≥ 35 mio EUR
Vrednost aktive	< 2 mio EUR	< 4,4 mio EUR	< 17,5 mio EUR	≥ 17,5 mio EUR

Vir: Zakon o gospodarskih družbah (ZGD-1, Uradni list RS, št. 65/2009-UPB3), 55. člen.

Merila v ZGD-1 so drugačna od meril, ki so določena za trg Evropske unije (v nadaljevanju EU). Enotna merila za določanje velikosti podjetij na ravni EU so bila sprejeta z Uredbo Komisije Evropskih skupnosti (v nadaljevanju ES) št. 800/2008, prikazana pa so v Tabeli 2.

Tabela 2: Kriteriji in delitev podjetij po velikosti na ravni EU

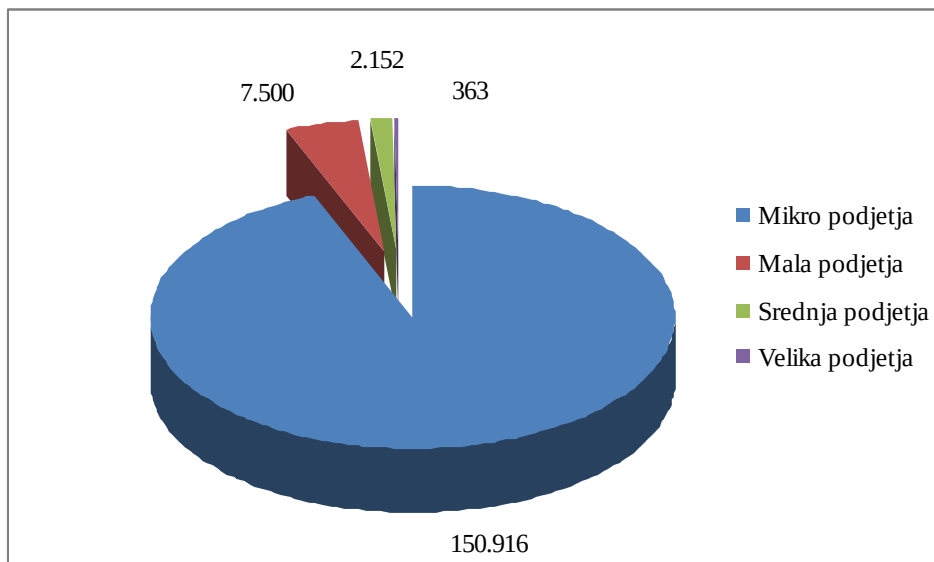
Merilo	Mikro	Malo	Srednje	Veliko
Število zaposlenih	< 10	< 50	< 250	≥ 250
Letni promet	< 2 mio EUR	< 10 mio EUR	< 50 mio EUR	≥ 50 mio EUR
Bilanca stanja	< 2 mio EUR	< 10 mio EUR	< 43 mio EUR	≥ 43 mio EUR

Vir: Uredba Komisije ES št. 800/2008, Priloga 1, 2. člen.

Primerjava zgoraj naštetih podatkov nam pove, v katero kategorijo podjetij se uvršča določeno podjetje, pri izračunu velikosti podjetja pa je treba upoštevati tudi povezave, ki jih ima to podjetje z drugimi podjetji, na primer: partnerska podjetja, povezana podjetja

ipd. Razlikovanje v merilih glede velikosti podjetij na nacionalni in evropski ravni je pomembna predvsem pri javnih razpisih, ko je treba paziti, po katerem kriteriju se določa velikost podjetja.

Slika 5: Število podjetij v Sloveniji v letu 2009 glede na velikost



Vir: Statistični urad Republike Slovenije, Podjetja v Sloveniji po dejavnosti in velikosti glede na število oseb, ki delajo, 2010c.

V letu 2009 je bilo v Sloveniji registriranih 160.931 družb, od tega so največji del predstavljala mikro podjetja (kar 93,8 % vseh podjetij), ki so jim sledila mala podjetja (4,7 %), najmanjša dela pa so predstavljala srednja in velika podjetja (glej Sliko 5). V Sloveniji tako mikro in mala podjetja predstavljalo največji, posledično pa tudi najbolj dinamični del gospodarstva (Duh, 1998, str. 101).

Mala in srednje velika podjetja so znana kot motor dinamične učinkovitosti in so kot takšna pomemben vir ne le tehnološkega napredka in zaposlovanja, temveč tudi inovacij. Pri inovacijskem procesu imajo vrsto prednosti v primerjavi z velikimi podjetji, in sicer (Tidd & Bessant, 2009, str. 61; Olander, Hurmelinna-Laukkanen & Mähönen, 2009, str. 355):

- hiter odziv na zunanje priložnosti in nevarnosti ter hitro sprejemanje odločitev,
- neformalna kultura,
- učinkovita notranja komunikacija,
- skupna in jasna vizija,
- fleksibilnost in agilnost,
- interaktiven stil vodenja,
- podjetniški duh in sprejemanje tveganja,

- energija, entuziazem in strast za inovacije ter
- sposobnost zunanjega in notranjega mreženja.

Slabosti malih podjetij, ki lahko vplivajo na inovativnost, pa so naslednje (Tidd & Bessant, 2009, str. 61):

- pomanjkanje formalnih sistemov nadzorovanja,
- pomanjkanje dostopa do ključnih virov (tudi finančnih),
- pomanjkanje ključnih veščin in izkušenj,
- pomanjkanje dolgoročne strategije in usmeritev,
- pomanjkanje organizacijskega in nasledstvenega načrtovanja,
- slabo upravljanje tveganja oziroma nezmožnost razpršitve tveganja med portfeljem novih proizvodov ter
- težave pri vstopu na nove trge ter pri investiranju v dolgoročne raziskave in razvoj (v nadaljevanju R & R) ter inovacijske aktivnosti.

Čeprav se najpogosteje kot slabost malih podjetij poudarja pomanjkanje finančnih sredstev, iz zgoraj naštetih lastnosti vidimo, da je kar nekaj teh nematerialnih. Zaradi omenjenih slabosti so mala podjetja pogosto prisiljena v sodelovanje oziroma povezovanje, da jim ostali pomagajo pri njihovih aktivnostih, tudi pri ustvarjanju inovacij in njihovi komercializaciji (Olander et al., 2009, str. 355).

Velikost oziroma majhnost podjetja vpliva na vsak del organizacije, oboje pa prinaša tako pozitivne kot tudi negativne posledice. V Tabeli 3 so po posameznih področjih poleg lastnosti malih podjetij navedene še lastnosti velikih podjetij, ki lahko predstavljajo prednosti ali slabosti in so pomembne za delovanje podjetja, predvsem pa za njihovo inovativnost.

Tabela 3: Razlike med malimi in velikimi podjetji

Področja	Mala podjetja prednosti	Mala podjetja slabosti	Velika podjetja prednosti	Velika podjetja slabosti
Upravljanje oziroma management	Odsotnost birokracije. Dinamični, podjetni managerji iščejo in reagirajo na nove priložnosti, pripravljeni so prevzemati tveganje.	Težave z obvladovanjem hitre rasti in prilagajanjem na večjo kompleksnost.	Profesionalni managerji so sposobni obvladovati kompleksne organizacije in uvajati strategije.	Velika birokracija. Pogosto kontrolirajo računovodje, ki odklanjajo tveganje. Managerji lahko postanejo »administratorji«, ki jim manjka dinamičnosti.

Področja	Mala podjetja prednosti	Mala podjetja slabosti	Velika podjetja prednosti	Velika podjetja slabosti
Marketing	Sposobnost hitrega odzivanja na spreminjajoče se zahteve trga.	Pomanjkanje sredstev za vzpostavljanje dragih distribucijskih sistemov (tržni nastopi v tujini znajo biti dragi).	Visoka stopnja tržne moči z obstoječimi izdelki. Vsestranske distribucijske in servisne zmogljivosti.	Marketing manj seznanjen z dogajanjem na trgu.
Finance		Težave pri privabljanju tveganega kapitala. Inovacije predstavljajo velik finančni riziko. Nesposobni razpršiti riziko.	Lažje si priskrbijo tvegani kapital, razpršijo tveganje po portfelju projektov. Bolj sposobni financirati diferzifikacijo v nove tehnologije in nove trge.	
Kvalificirana tehnična delovna sila		Pomanjkanje tehničnih specialistov. Niso sposobni v zadostni meri podpreti R&R.	Privlačni za tehnične specialiste. Lahko financirajo velike R & R laboratorije.	
Komunikacije (notranje in zunanje)	Učinkovite in neformalne komunikacijske mreže (omogočajo fleksibilnost pri reševanju notranjih težav).	Težave pri povezovanju z zunanjimi viri znanstvenih in tehnoloških ekspertiz.	Lahko kupijo tehnične informacije in storitve, se povežejo s specialističnimi R&R centri.	Notranje komunikacije so pogosto okorne, kar lahko vodi v počasno reagiranje na zunanje izzive in priložnosti.
Patenti		Težave pri obvladovanju patentov in morebitnih tožb. Ne morejo si privoščiti časa ali stroškov, ki jih zajema patentni proces.	Lahko zaposlijo patentne specialiste. Lažje branijo patente in razpršijo stroške povezane s tem.	

Vir: Povzeto po M. Rebernik, *Ekonomika inovativnega podjetja*, 1990, str. 184.

Kot lahko ugotovimo, ima tako velikost kot majhnost svoje prednosti in slabosti, vendar ni tista, ki bi določala stopnjo inovativnosti podjetja, saj sama po sebi ne prinaša ničesar. Lahko samo nekoliko pripomore ali ovira podjetje pri njegovi inovativnosti, ključno pri tem pa je, s kakšnim znanjem in veščinami razpolaga podjetje.

Raziskave so pokazale, da imajo uspešna mala in srednje velika podjetja naslednje lastnosti (Tidd & Bessant, 2009, str. 5):

- inovativnost je vedno najpomembnejši element uspeha,
- inovativna podjetja navadno dosežejo večjo rast oziroma so uspešnejša od podjetij, ki ne inovirajo,
- podjetja, ki osvajajo tržni delež in povečujejo dobičkonosnost, so tista, ki so inovativna.

Inovativnost je torej tista navezna okoliščina, ki je ključna za uspeh malih in srednje velikih podjetij. Z vprašanjem, kako velikost podjetja vpliva na njegovo inovativnost, so se ukvarjali številni strokovnjaki. Schumpeter (1942, str. 106) je predpostavljal, da imajo pri inoviranju velika podjetja prednost pred malimi, ker jim njihova finančna zmožnost omogoča, da so najboljši inovatorji in s tem glavni nosilci inovativnosti. Dejal je, da »sled ne pelje k vratom tistih podjetij, ki poslujejo v razmerah relativno svobodne konkurence, ampak naravnost pred vrata velikih koncernov« (Schumpeter, 1960, v Rebernik, 1990, str. 180). Schumpetrova teza o pozitivnem vplivu tržne moči in velikosti podjetja na inovacijsko dejavnost je spodbudila številne raziskave, vendar ugotovitve raziskav niso enotne.

Damanpour (1992) je v svoji raziskavi ugotovil pozitivno povezavo med velikostjo organizacije in inovativnostjo, ki je večja v proizvodnih kot pri storitvenih dejavnostih. Prav tako je velikost podjetij mnogo bolj povezana z implementacijo oziroma izvajanjem kot s samim uvajanjem inovacij v podjetjih, vrste inovacij pa nimajo upoštevanja vrednega učinka na razmerje med velikostjo podjetja in inovativnostjo (Damanpour, 1992, str. 375). V študiji Wagnerja in Hansna (2005) je bilo ugotovljeno, da velikost podjetij, vsaj v lesnopredelovalni industriji v Združenih državah Amerike (v nadaljevanju ZDA), vpliva tudi na vrste inovacij. Pri procesnih inovacijah namreč velika podjetja zlahka izpodrinejo mala in dosežejo tehnološko vodstvo, kar potrjuje Schumpetrovo tezo o inovacijskem vodstvu velikih podjetij. Procesne inovacije v lesnopredelovalni industriji so namreč ravno takšne, da potrebujejo kapitalsko intenzivne investicije v nove procesne tehnologije, kar lažje zmorejo velika podjetja, s tem ko razpršijo fiksne stroške inovacij skozi večje outpute. To ugotovitev lahko posplošimo tudi za ostale sektorje, z izjemo visokotehnološkega, kjer so ključ do uspeha proizvodne inovacije (Wagner & Hansen, 2005, str. 845–846). Če pa upoštevamo vse tri tipe inovacij (proizvodne, procesne in inovacije poslovnih sistemov), razlik med malimi in velikimi podjetji ni, kar pomeni, da so lahko mala podjetja s svojimi omejenimi viri odlična pri ostalih dveh vrstah inovacij (proizvodnih inovacijah in inovacijah poslovnih sistemov). Mala podjetja morajo tako ugotoviti, katera stopnja procesnega inoviranja je nujno potrebna, da ostanejo konkurenčna, in investirati vanj le do te meje, vsa ostala sredstva pa nameniti za razvoj ostalih vrst inovacij (Wagner & Hansen, 2005, str. 846).

Kotnikova (2004) je v raziskavi na vzorcu slovenskih predelovalnih podjetij ugotovila, da verjetnost za vlaganja v inovacijsko dejavnost narašča z velikostjo podjetja in njegovo izvozno naravnostjo. V primerjavi z državami EU le malo slovenskih podjetij uvaja proizvode, ki so novi tudi za trg, ne le za podjetje. Boljše rezultate inovacijskega procesa dosegajo podjetja, ki so večja, vlagajo večji delež prihodka v R & R in imajo bolj usposobljeno delovno silo, ter podjetja, ki nastopajo na trgih z močnejšim povpraševanjem (Kotnik, 2004, str. 123–148).

Sodobne okoliščine poslovanja vse bolj spreminjajo Schumpetrovo sliko napredka, podatki namreč kažejo, da so mala podjetja plodnejši inventorji in uspešnejši inovatorji kot industrijski giganti, vlagajo znatno več raziskovalnega in razvojnega npora kot velika podjetja ter ustvarjajo in razvijajo invencije po bistveno nižjih stroških kot velika podjetja (Peters, 1988, v Rebernik, 1990). Kljub večjim sredstvom za inovacije imajo namreč velika podjetja kar nekaj slabosti, ki lahko povzročijo slabšo inovativnost – na primer birokracija, ki zavira okolje, spodbudno za kreativnost, in povzroča slabšo fleksibilnost v primerjavi z manjšimi podjetji (Wagner & Hansen, 2005, str. 837). Raziskave so tudi pokazale, da imajo mala podjetja inovacijsko prednost v tistih industrijskih panogah, ki so visoko inovativne, kjer je kvalificirana delovna sila relativno pomembna in so prisotna tudi velika podjetja. Večji kot je delež velikih podjetij v določeni industriji, večja je inovacijska aktivnost, vendar pa bo v enakih okoliščinah večja inovacijska aktivnost prihajala s strani majlih podjetij kot s strani velikih podjetij (Acs et al., 1996, str. 30).

V raziskavah, ki so temeljile na primerjavi inovativnosti v velikih in malih podjetjih, je bilo tudi ugotovljeno, da imajo oboji podobne cilje, iščejo tehnološke in druge konkurenčne prednosti, ki bi zagotovile boljši položaj na trgu v primerjavi s konkurenco. Vendar je organizacija v malih podjetjih bistveno lažje izvedljiva, saj novosti in odločitve hitro preidejo v prakso, v velikih podjetjih pa so pogosto prisotne formalne oblike komuniciranja. V malih podjetjih so tehnologije navadno ozko specializirane, zato v njih ne moremo izvajati nalog kompleksnih sistemov, kot tudi ne vlagati v dolgoročne rizične programe. Ugotovljeno je bilo tudi, da mala podjetja veliko prispevajo k inovativnosti v strojni, merilni industriji in industriji programske opreme, zelo malo pa njihovega inoviranja zasledimo v elektronski in kemični industriji ter na področju transporta (Tidd et al., 2001, str. 71). Zaključimo lahko, da ni ključno vprašanje, ali so bolj inovativna mala ali velika podjetja, temveč vprašanje, kje oziroma kdaj so bolj inovativna velika podjetja in kje oziroma kdaj mala. Na inovacijsko dejavnost pomembno vpliva panoga, v kateri podjetje deluje, zato posplošena sklepanja niso ustrezna, upoštevati pa je treba tudi specifične razmere, v katerih podjetje posluje (Kotnik, 2004, str. 31–39).

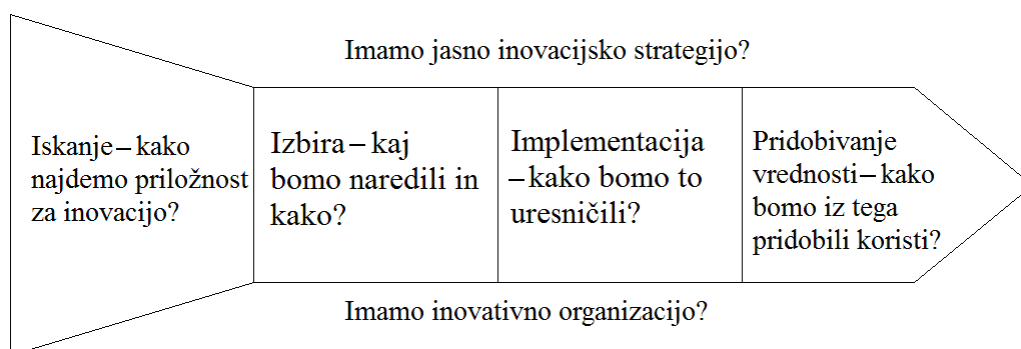
Mala in velika podjetja se med seboj razlikujejo tudi v pristopu k inoviranju. V velikih podjetjih se zdi (in pogosto tako tudi je), da je inovativnost vpeta v strukturo podjetja in prepleta vse procese. Za mala podjetja pa pogosto velja, da je (in da tako tudi mora biti)

inovativnost spontana, vendar je takšno razmišljanje napačno. Če želimo ustvarjati res inovativno podjetje, potrebujemo management inovacij tudi v malem podjetju, kar pomeni, da mora biti odgovor na vprašanje, kako inovirati, da bo to najbolj učinkovito in uspešno, sistematično urejen.

Tidd in Bessant (2009) sta razvila enostaven model upravljanja inovacij, ki ga sestavlja več faz, za vsako izmed njih pa so pomembna določena ključna vprašanja (prikazano na Sliki 6). Model inovacijskega procesa tako predstavlja naslednje faze (Tidd & Bessant, 2009, str. 44 in 54–55):

1. Iskanje – opazovanje okolja (notranjega in zunanjega), da opazimo pomembne signale glede nevarnosti in priložnosti za spremembe.
2. Izbiranje – odločanje (na osnovi strateškega vidika, kako se lahko podjetje najbolje razvije), na katere od teh signalov se odzvati.
3. Implementiranje – preoblikovanje idej, ki smo jih pridobili na podlagi virov znanja, v nekaj novega in lansiranje inovacije na trg, pri čemer ne gre le za enkratni dogodek, temveč je za to potrebna večja pozornost.
4. Pridobivanje vrednosti iz inovacije – tako v smislu stalnega sprejemanja in razširjanja kot tudi učenja skozi ta cikel, da lahko zgradimo na znanju temelječo organizacijo in izboljšamo način upravljanja inovacijskega procesa.

Slika 6: Model upravljanja inovacij



Vir: J. Tidd in J. R. Bessant, *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*, 2009, str. 55.

Center za preučevanje malih podjetij v Veliki Britaniji je leta 1992 opravil raziskavo, ki je vključevala 2000 britanskih malih in srednje velikih podjetij ter pokazala, da je 60 % teh podjetij v zadnjih petih letih na trg lansiralo nov izdelek ali storitveno inovacijo (Tidd & Bessant, 2009, str. 514). Inovacijski management je torej pomemben za večino malih in srednje velikih podjetij, raziskave v zadnjih desetih letih pa so tudi pokazale, da imajo

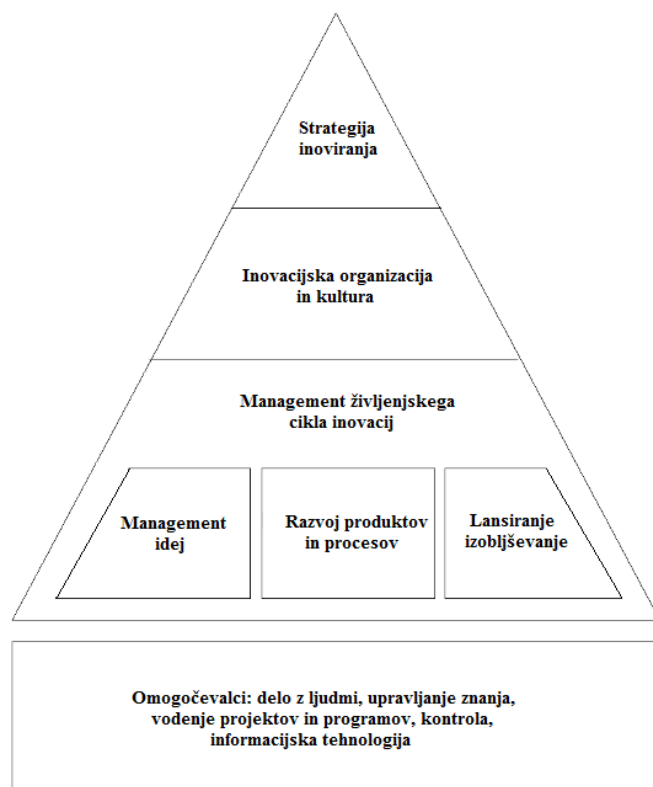
inovacijske aktivnosti malih in srednje velikih podjetij podobne značilnosti med vsemi industrijskimi sektorji, in sicer (Hoffman, Parejo, Bessant & Perren, 1998, str. 55):

- raje vključujejo proizvodne kot procesne inovacije,
- so bolj osredotočene na produkte za nišne trge, redkeje pa za masovne trge,
- so pogostejše med proizvajalci končnih izdelkov kot med proizvajalci polizdelkov oziroma komponent,
- pogostejše vključujejo določeno obliko zunanje povezave in
- so ponavadi povezane z rastjo outputov in zaposlovanja, ne pa nujno z rastjo profita.

Še en model inovacijskega managementa je razvila svetovalna hiša A. T. Kearney iz Nemčije in ga poimenovala »hiša inovacij«, ki jo od vrha proti tlom sestavljajo naslednji elementi (A. T. Kearney, 2007, str. 2):

- inovacijska strategija,
- inovacijska organizacija in kultura,
- upravljanje življenjskega cikla inovacij in
- omogočevalci.

Slika 7: Hiša inovacij



Vir: A.T. Kearney, *Innovation Management Assessment*, 2007, str. 2.

Kot lahko vidimo na Sliki 7, je na samem vrhu inovacijske hiše inovacijska strategija, ki prepozna najbolj obetavna področja, kjer lahko malo ali srednje podjetje doseže izjemno stopnjo rasti dobička z novimi produkti, ali storitvami, ali z obstoječimi izdelki in storitvami na novih trgih, ali z novimi oziroma izboljšanimi procesi, ali poslovnimi modeli. Inovacijsko strategijo malega ali srednjega podjetja mora podpirati organizacija in kultura, tako da lahko doseže ciljno stopnjo rasti dobička. Podjetje potrebuje strukturo, kamor lahko vključi zunanje partnerje v svoje razvojne procese. In kultura mora biti odprta za nove ideje ne glede na to, od kod prihajajo. V upravljanju življenjskega cikla inovacij je veliko stopenj, kjer se lahko vodilni inovatorji izognejo neučinkovitosti in zagotovijo hitro pot do dobička. Povprečna podjetja se lahko osredotočijo le na hiter čas dostopa na trg, pozabijo pa na upravljanje življenjskega cikla inovacije po tem. Na samem dnu pa se nahajajo omogočevalci. To so sposobnosti, posebne tehnologije in ekspertize, ki imajo pomemben vpliv na rast prek inovacijskega managementa in morajo biti usklajeni z inovacijsko strategijo podjetja. Gre za vodenje človeških virov, vodenje oziroma upravljanje znanja, projektno in programsko vodenje, kontroling in informacijsko tehnologijo (A. T. Kearney, 2007, str. 2).

Najprej mora podjetje ugotoviti, kako uspešno je pri teh posameznih elementih hiše inovacij, in ko to ugotovi, lahko napravi potrebne korake za izboljšanje posameznih področij. Predvsem se mora malo in srednje podjetje zavedati, da inoviranje ni nekaj, kar je samo sebi namen. Glavni namen inoviranja je rast dobička in tudi drugih dodanih vrednosti. To je seveda dovolj dober razlog, da je uvajanje inovativnosti smiselno tudi v kriznih časih. Humbreys, McAdam in Lockey (2005, str. 285) menijo, da se morajo managerji malih podjetij, da bi razvili učinkovit inovacijski proces, osredotočiti ne samo na izdelke, storitve in procese, temveč tudi na organizacijsko kulturo, norme, vrednote in razmišljanje organizacije. Razviti je treba klimo, ki vzpodbuja kreativnost, z močno zunanjo osredotočenostjo na mnoge vlagatelje. Prav tako je treba razumeti potrebe porabnikov.

2 PODPORNO OKOLJE IN INOVATIVNOST V SLOVENIJI

Vzpostavitev konkurenčnih prednosti in njihovo ohranjanje je zelo zahtevna naloga, ki od podjetja zahteva veliko inovativnosti, energije, kapitala in časa, zato je za nastajajoča in obstoječa podjetja pomembno, da ugotovijo, katere so njihove ključne aktivnosti, ki jih morajo nujno izvajati sama in katere lahko poiščejo na trgu. Podjetja morajo tako skrbeti predvsem za razvoj izdelkov, blagovnih znamk in obvladovanje prodajnih poti ter za tiste aktivnosti, ki pomenijo ključne dejavnike za uspeh podjetja na trgu. V zadnjih letih smo v Sloveniji priča intenzivnim procesom razvoja podpornega okolja za podjetništvo, ki sledi dobrim svetovnim praksam razvitejših držav, v katerih so različni elementi podpornega okolja za podjetništvo že dodobra razviti. Slovensko podporno okolje lahko inovativnim

podjetjem ponudi rešitve na področju zagotavljanja prostorske infrastrukture in svetovalnih storitev za njihovo delovanje, zlasti v obliki univerzitetnih in regionalnih podjetniških inkubatorjev ter tehnoloških ali znanstvenih parkov. Prav tako se krepi ponudba lokacij v podjetniških conah za domače in tuje investitorje. Ne smemo pa pozabiti tudi na čedalje razvitejši sektor financiranja podjetij s strani različnih formalnih in neformalnih investitorjev ter vse obsežnejše ponudbe nepovratnih virov financiranja s strani države (Rus & Kos, 2009).

Ključno za uspešnost podpornega okolja je, da morajo organizacije same po sebi biti postavljene na podjetniški način in se prožno odzivati na raznovrstne potrebe v različnih okoljih ter zgraditi lastne mreže, partnerstva, inovacije in standarde. Zaradi omejenosti virov in specifičnih potreb so za podjetnike, predvsem v začetni fazi, ključne naslednje potrebe (Glas, 2000, str. 232–233):

- pomoč pri iskanju finančnih sredstev (na primer posojil za zagon poslovanja),
- pridobitev poslovnih informacij,
- razvoj finančnih projekcij poslovanja in pomoč pri pripravi poslovnih načrtov,
- podpora pri tržnih raziskavah,
- pridobivanje trajnih lastnih sredstev,
- pomoč pri nastopanju na tujih trgih (povezano z velikostjo domačega trga, konkurenco in naravo dejavnosti),
- iskanje primerne poslovne lokacije (podjetniški inkubatorji in podjetniške cone), ki postane bistvena v nadaljnjem razvoju.

V zvezi s podpornim okoljem za razvoj podjetništva v Sloveniji od leta 2007 velja tudi Zakon o podpornem okolju za podjetništvo (Ur.l. RS, št. 102/2007, v nadaljevanju ZPOP-1), ki določa ukrepe za spodbujanje podjetništva in organiziranost na tem področju ter postopke za dodeljevanje sredstev, namenjenih oblikovanju podpornega okolja za podjetništvo. Na njegovi podlagi pa je bil sprejet tudi Pravilnik o vodenju evidence subjektov inovativnega okolja (Uradni list RS, št. 25/2008), ki določa postopek in pogoje za vpis subjektov inovativnega okolja v evidenco ter postopek in razloge za izbris subjektov inovativnega okolja iz evidence kot tudi način vodenja evidence subjektov inovativnega okolja.

2.1 Podporne institucije v Sloveniji

V sklopu javnih svetovalnih podjetij imamo v Sloveniji več entitet, ki skrbijo za pomoč in svetovanje podjetnikom ter spodbujajo podjetniško okolje v Sloveniji. Najpomembnejše izmed njih bom predstavila v nadaljevanju.

2.1.1 Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije

Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije (v nadaljevanju JAPTI) je izvajalska organizacija Ministrstva za gospodarstvo in predstavlja ključno razvojno agencijo za izvajanje politike na področju razvoja podjetništva in konkurenčnosti v Sloveniji ter za potrebe izvajanja programov s področja spodbujanja tujih neposrednih investicij in internacionalizacije. Deluje z namenom ustvarjanja konkurenčnega gospodarstva in inovativnega okolja, delovanja na področju podjetništva in podjetniškega okolja ter tujih neposrednih investicij. Zavzema se tudi za vzpostavljanje partnerstva med akademsko in gospodarsko sfero ter zagotavljanje informacij, znanja in virov financiranja za podjetja.

JAPTI zagotavlja sredstva za izvajanje celovitih podpornih storitev za podjetniško naravnane ciljne skupine na območju Slovenije v okviru vstopnih točk Vse na enem mestu (v nadaljevanju VEM). Javna svetovalna podjetja, ki imajo status vstopne točke VEM, imajo naloge pridobivanja ključnih informacij o možnostih pridobivanja finančnih sredstev, možnostih ustanavljanja podjetij, informacije o ostalih podpornih institucijah za podjetništvo ter obveščanje o aktualnih dogodkih in razpisih. Nudijo osnovne svetovalne storitve in mentorstvo, povezano z zagonom in poslovanjem ter razvojem podjetij, odgovorna pa so tudi za podajanje nasvetov glede razvoja poslovnih idej ter za spodbujanje razvoja podjetništva v lokalnem okolju. V obdobju 2010–2011 je podprtih 29 vstopnih točk VEM.

V podporo in razvoju podjetij JAPTI vsako leto namenja nepovratna sredstva v obliki različnih paketov vavčerjev, kot so na primer inovacijski vavčer, usposabljanje zaposlenih v podjetjih, mentorska podpora podjetjem na začetku poslovanja, podpora izvozno usmerjenim podjetjem ipd. V letu 2010 je imela agencija za vavčerski sistem podpore rasti in razvoja podjetij na voljo 1,8 milijona EUR sredstev, za usposabljanje zaposlenih v podjetjih pa je bilo maja 2010 v okviru razpisa namenjenih 200.000 EUR nepovratnih sredstev. Z dostopom do različnih vrst usposabljanj po subvencioniranih cenah poskuša JAPTI mikro, malim in srednje velikim podjetjem oziroma njihovim delavcem zagotoviti nivo znanja in usposobljenosti, potreben za delovanje, ohranjanje in rast podjetij (Poslovni Dnevnik, 2010).

V okviru agencije delujejo tudi Predstavništva slovenskega gospodarstva JAPTI v tujini (v nadaljevanju PSG JAPTI), katerih osrednja naloga je zagotavljanje pomoči slovenskim podjetjem na področju internacionalizacije poslovanja, del njihovih aktivnosti pa je usmerjen tudi k privabljanju tujih vlagateljev v Slovenijo.

2.1.2 Javni sklad RS za podjetništvo

Javni sklad RS za podjetništvo (v nadaljevanju Slovenski podjetniški sklad) je izvajalska institucija Vlade Republike Slovenije, ki je bila ustanovljena z namenom izboljšanja dostopa do finančnih sredstev za razvojne investicije mikro, malih in srednje velikih podjetij, nadomestil pa je nekdanji Javni sklad RS za razvoj malega gospodarstva (v nadaljevanju JSMG). Vsako leto razpisuje državne pomoči za razvojno-širitvene investicije za podjetniški sektor, pri tem pa tesno sodeluje z ostalimi domačimi in mednarodnimi finančnimi institucijami, kot so poslovne banke, SID banka, Evropski investicijski sklad in Evropsko združenje garancijskih shem (Slovenski podjetniški sklad, 2011).

Namen delovanja je podpora podjetnikom začetnikom, ki imajo težave pri pridobivanju finančnih sredstev, ker na trgu še niso uveljavljeni. Pri ponudbi ugodnih finančnih sredstev pa želi Slovenski podjetniški sklad zagotoviti, da niso državne pomoči namenjene le podjetjem v ustanovitveni fazi, temveč da so razporejene po vseh življenjskih fazah razvojnega ciklusa podjetij, tako od semensko-zagonske faze kot do faze nadaljnje rasti in razvoja. V obdobju 2006–2009 je Slovenski podjetniški sklad z zagonsko subvencijo v skupni višini 5,7 mio. EUR pomagal že 242 podjetjem (Mladi podjetnik, 2010).

2.1.3 Javna agencija za tehnološki razvoj

Javna agencija za tehnološki razvoj Republike Slovenije (v nadaljevanju TIA) prek javnih razpisov spodbuja tehnološki razvoj, konkurenčnost in inovativnost. Primer takšnih so razpisi za mlade raziskovalce iz gospodarstva, raziskovalno-investicijski projekti, raziskovalno-razvojni projekti v podjetjih in razpisi v podporo nacionalnemu sistemu inovacij.

V okviru svoje dejavnosti sodeluje z Javno agencijo RS za raziskovalne dejavnosti ter drugimi organizacijami na področju raziskovalne dejavnosti in razvojne dejavnosti. Skrbi tudi za pridobivanje dodatnih sredstev za izvajanje Nacionalnega raziskovalnega in razvojnega programa ter sodeluje pri načrtovanju nacionalne tehnološko razvojne in inovacijske politike.

2.1.4 Služba Vlade RS za lokalno samoupravo in regionalno politiko

Med naloge Službe Vlade RS za lokalno samoupravo in regionalno politiko (v nadaljevanju Služba Vlade RS) sodi tudi izvajanje kohezijske politike in s tem črpanje evropskih sredstev, med drugim tudi iz Evropskega sklada za regionalni razvoj (v nadaljevanju ESRR). Ta predstavlja finančni instrument evropske kohezijske politike za

obdobje 2007–2013 in je namenjen krepitvi ekonomske in socialne kohezije ter pomoči pri odpravljanju največjih razvojnih neravnovesij v regijah EU. Iz ESRR se med drugim podeljujejo tudi sredstva za spodbujanje inovacij, podjetniškega sektorja in konkurenčnosti. V obdobju do leta 2013 sta aktualna predvsem dva projekta za spodbujanje inovacij. Prvi je projekt izboljšanja konkurenčnih sposobnosti podjetij in raziskovalne odličnosti, znotraj katerega se prek razvojnoinvesticijskih projektov ter raziskovalno-razvojnih dejavnosti in strateško raziskovalno razvojnih projektov želi povečati konkurenčnost izdelkov in storitev. Skupna višina razpisanih sredstev je 126,35 milijonov EUR. Drugi projekt je usmerjen v spletne dejavnosti podjetij in spodbujanje informacijske družbe za spodbujanje razvojnih projektov razvoja e-vsebin in e-storitev v vrednosti 4,6 mio. EUR (Šeme, 2009, str. 35).

Služba Vlade RS v okviru področja regionalnega razvoja usmerja tudi delo Javnega sklada RS za regionalni razvoj in razvoj podeželja ter usklajuje delovanje razvojnih agencij, ki delujejo v 12 razvojnih regijah Slovenije in so namenjene spodbujanju razvoja na regionalni ravni.

2.1.5 Tehnološki parki in inkubatorji

Podjetniški parki (tehnološki parki in podjetniški inkubatorji) so po definiciji Komisije ES kraj, kjer so locirana novonastala podjetja na relativno omejenem prostoru. Osnovni namen tehnoloških parkov in inkubatorjev je povečanje možnosti rasti in stopnje preživetja teh podjetij z zagotovitvijo modularnih poslopij, skupne tehnične infrastrukture, managerske podpore in podpornih storitev.

Tehnološki parki in inkubatorji so torej podporne institucije, ki svojim članom nudijo stimulatívno podjetniško okolje ter skrbijo za nastanek, delovanje in rast tehnološko najzahtevnejših podjetij, ki imajo globalni tržni potencial. Z njihovo pomočjo se raziskovalni dosežki iz akademske sfere prenašajo v gospodarstvo ter so tako pomembni za promocijo podjetništva med raziskovalci in podporno okolje za podjetja v njihovi zgodnji fazi. S svojim delovanjem so pomembni akterji pospeševanja podjetništva, tehnološkega razvoja regij, zaposlovanja in mednarodnega vključevanja slovenskega gospodarstva. Člani parka imajo poleg poslovnih prostorov na voljo tudi poslovne, intelektualne in druge storitve, lahko pa se povežejo tudi z akademsko sfero.

Univerzitetni inkubator je institucija, povezana z univerzo ali visokošolskim zavodom, ki omogoča realizacijo podjetniških pobud predvsem dijakov, študentov in profesorjev. Poleg tega samostojno ali v povezavi z univerzo ali drugimi visokošolskimi organizacijami prevzema podjetniške pobude iz predinkubacijske dejavnosti in jim omogoča razvoj v ugodnem/spodbudnem okolju z zagotavljanjem intelektualnih storitev. Univerzitetni

inkubator nudi podporo inovativnim tehnološkim podjetjem in poslovnim zamislim. Skupaj s pisarnami za prenos tehnologij pa pospešuje prenos znanja in invencij na trg tudi prek nastajanja novih podjetij (tretja točka 3. člena Pravilnika o vodenju evidence subjektov inovativnega okolja, Ur.l. RS, št. 25/08). Znanstveni parki in univerzitetni inkubatorji imajo torej enako dejavnost kot tehnološki parki, le da so njihovi ustanovitelji univerze ali raziskovalni inštituti, poudarek pa je na razvoju podjetij na podlagi znanja in raziskovalnih projektov v teh ustanovah.

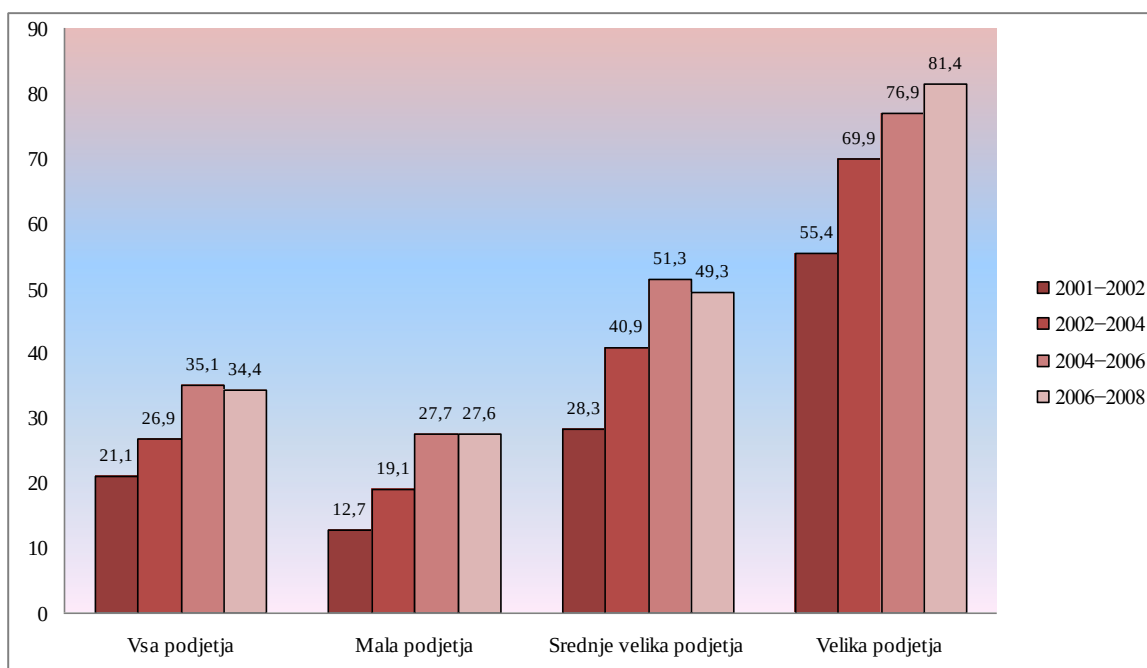
V Sloveniji imamo več tehnoloških parkov in inkubatorjev, ki so povezani v Združenju inkubatorjev in tehnoloških parkov Slovenije – to trenutno šteje deset članov.

2.1.6 Inovativnost slovenskih podjetij

Statistično raziskovanje o inovacijski dejavnosti v predelovalnih in izbranih storitvenih dejavnostih, ki je mednarodno usklajeno, se je v Sloveniji prvič izvedlo v letu 1997. Od takrat poteka to raziskovanje na Statističnem uradu RS (v nadaljevanju SURS) vsaki dve leti – v skladu z mednarodno metodologijo (po priročniku, sprejetem v Oslu – Oslo Manual 2005) in po priporočilih Eurostata (evropskega statističnega urada) za raziskovanje inovacij v EU – CIS2008 (angl. *Community Innovation Survey*). Raziskovanje se izvaja med podjetji, ki izpolnijo vprašalnik. Namen tega raziskovanja je pridobiti podatke o številu podjetij, ki so se v opazovanem obdobju ukvarjala z inovacijsko dejavnostjo, ugotoviti, koliko podjetij je uvedlo nov ali izboljšan proizvod, postopek, inovacijo na področju organizacije ali marketinga ter koliko sredstev je bilo vloženih v inovacijsko dejavnost. S tem raziskovanjem pridobimo podatke tudi o tem, v kolikšni meri so podjetja pri inoviranju sodelovala z drugimi podjetji, inštituti in dobavitelji (SURS, 2009, str. 4).

Glede na spremenjeno definicijo **inovacijsko aktivnih podjetij** v skladu z revidirano mednarodno metodologijo (OECD & Eurostat, 2005) so inovacijsko aktivna tista podjetja, ki so uvedla **tehnološke inovacije oziroma aktivnosti** (to pomeni, da so v opazovanem obdobju uvedla nov ali pomembno izboljšan proizvod – izdelek ali storitev ali proizvodni postopek – ali so tako inovacijsko dejavnost začela, vendar je niso dokončala ali so jo opustila) in/ali **netehnološke inovacije** (to so inovacije na področju organizacije in inovacije na področju trženja). Po prejšnji definiciji pa so se med inovacijsko aktivna podjetja uvrščala le podjetja, ki so se ukvarjala s tehnološkimi inovacijami oziroma aktivnostmi.

Slika 8: Delež inovacijsko aktivnih podjetij v Sloveniji, 2001–2008 (v %)

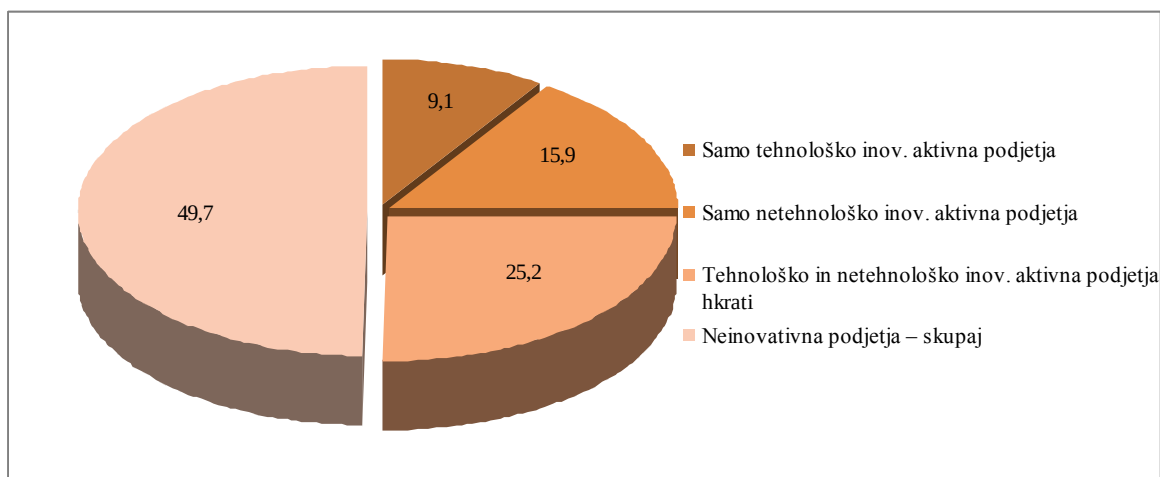


Vir: Povzeto po SURS, Inovacijska dejavnost v predelovalnih in izbranih storitvenih dejavnostih, Slovenija, 2004, 2007 in 2008 ter začasni in končni podatki 2006–2008, 2010a in 2010b.

Slika 8 prikazuje inovativnost slovenskih podjetij od leta 2001 do 2009, in sicer v dveletnih obdobjih. Zaradi zgoraj navedene spremembe definicije inovacijsko aktivnih podjetij so za primerljiv pregled med leti za obdobje 2006–2008 navedeni le deleži podjetij, ki so uvedla tehnološke inovacije oziroma aktivnosti, kar ustreza dotedanjemu pojmu inovacijsko aktivnih podjetij. Kot lahko razberemo iz grafikona, se je delež inovacijsko aktivnih podjetij (podjetij s tehnološkimi inovacijami oziroma aktivnostmi) v Sloveniji vse od obdobja 2001–2002 pa do obdobja 2004–2006 na splošno močno povečeval, v obdobju 2006–2008 pa je bil za 0,7 odstotne točke manjši kot v obdobju 2004–2006. Enak trend je mogoče opaziti pri malih in srednje velikih podjetjih, izjema pa so velika podjetja, pri katerih se je delež tehnološko inovativnih podjetij povečal tudi v zadnjem obdobju (2006–2008), in sicer za kar 4,5 odstotne točke.

Po novi definiciji inovacijsko aktivnega podjetja je delež inovacijsko aktivnih podjetij vsekakor višji, saj so mednje zajeta tudi podjetja z netehnološkimi inovacijami. V Sloveniji je bilo tako v obdobju 2006–2008 med podjetji 50,3 % takih, ki so bila inovacijsko aktivna, in sicer je bilo v predelovalni dejavnosti inovacijsko aktivnih 54,6 % podjetij, v storitveni dejavnosti pa je bilo takih podjetij 46,1 %.

Slika 9: Inovacijsko aktivna podjetja v Sloveniji, 2006–2008



Vir: SURS, Inovacijska dejavnost v predelovalnih in izbranih storitvenih dejavnostih v Sloveniji, 2006–2008 – začasni podatki, 2010b.

Na sliki 9 vidimo, da je bilo med inovativnimi podjetji, kakršnih je bilo v obdobju 2006–2008 skupaj 2.310, daleč največ takih, ki so v opazovanem obdobju uvedla tehnološke in tudi netehnološke inovacije (dobrih 50 % od vseh inovacijsko aktivnih oziroma 25 % vseh podjetij). Tem so sledila podjetja s samo netehnološkimi inovacijami (732 podjetij ali slabih 16 % vseh podjetij), najmanj pa je bilo podjetij s samo tehnološkimi inovacijami (419 podjetij ali 9 % vseh podjetij) (SURS, 2010b).

Upoštevajoč velikost podjetja (glede na število zaposlenih) delež podjetij z inovacijsko dejavnostjo raste z velikostjo podjetja. Delež podjetij, ki se ukvarjajo z inovacijsko dejavnostjo, je med malimi podjetji (podjetja z 10–49 zaposlenimi) še vedno najmanjši; v obdobju 2006–2008 jih je bilo 44,5 %. V največjem obsegu so se z inovacijsko dejavnostjo ukvarjala velika podjetja (podjetja, ki imajo več kot 250 zaposlenih), saj je bilo inovacijsko aktivnih 89,4 % teh podjetij. Opaziti pa je, da so razlike glede na velikost podjetja manjše pri inovacijsko aktivnih podjetjih z netehnološkimi inovacijami kot pri inovacijsko aktivnih podjetjih s tehnološkimi inovacijami. Zanimiv je podatek pri primerjavi podjetij s samo netehnološkimi inovacijami, kjer je bil delež takih inovacij med malimi podjetji celo najvišji (slabih 17 %), najnižji pa pri velikih podjetjih (slabih 8 %). Navedeno je razvidno tudi iz Tabele 4.

Tabela 4: Delež inovacijsko aktivnih podjetij glede na velikost podjetja v Sloveniji, 2006–2008

Velikost podjetja	Število vseh podjetij	Skupaj inovacijsko aktivna podjetja	Samo tehnološko inov. aktivna podjetja	Samo netehnološko inov.aktivna podjetja	Tehnološko in netehnološko inov. aktivna podjetja hkrati
Majhna	3.482	44,50 %	8,20 %	16,90 %	19,40 %
Srednja	899	63,40 %	12,20 %	14,10 %	37,10 %
Velika	213	89,40 %	11,60 %	7,90 %	69,90 %

Vir: SURS, Inovacijska dejavnost v predelovalnih in izbranih storitvenih dejavnostih v Sloveniji, 2006–2008 – začasni podatki, 2010b.

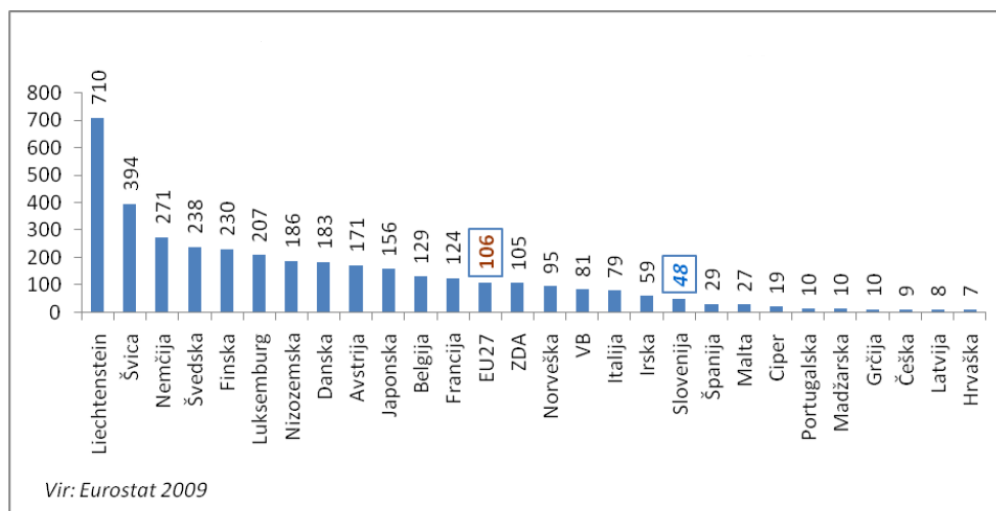
Zmogljivost podjetja za inovacije je odvisna od stanja njegovega razvoja od malega podjetja do podjetja z velikim obsegom. Kar je inovacija proizvoda za malo, tehnološko utemeljeno podjetje, je procesna oprema za veliko podjetje, ki izboljšuje njegovo množično proizvodnjo standardnega proizvoda. Veliko proizvodov, ki so danes povsem vsakdanji, so bili na njihovem samem začetku radikalne inovacije malih podjetij. Ta so bila zelo odvisna od informacij kupcev in so s tem, da so pridobila priznanje trga in sprejetje s strani potrošnikov, zrasla v velika podjetja (Kos, 1996, str. 160).

2.2 Stanje inovativnosti slovenskih podjetij v primerjavi z državami EU

Izobraževanje, raziskovanje, tehnološki razvoj in inoviranje so bistvene sestavine gospodarske dejavnosti in pomemben vir konkurenčnosti. Tehnološko moč držav je mogoče meriti s patenti, s prodajo visokotehnoloških proizvodov na svetovnem trgu, z dodano vrednostjo na zaposlenega v visoko- in srednje visokotehnoloških industrijah in na znanju temelječih storitvah, z rastjo produktivnosti dela ipd. Med tehnološkimi rezultati R & R so najpomembnejši kazalci o patentih, navadno izraženi na milijon prebivalcev. Najpomembnejši so triadni patenti, ki so hkrati zaščiteni v Evropi, ZDA in na Japonskem. Vodijo Japonci s 106 takimi patenti na milijon prebivalcev, sledijo jim ZDA z 68 patenti in EU s 34 (Glavič, 2009, str. 10–11).

Kot izhaja s Slike 10, je bilo v letu 2005 povprečje EU-27 106 prijav evropskih patentov na milijon prebivalcev, Slovenija pa je dosegla 48 prijav, največ med novimi članicami EU, vendar znatno manj kot razvite države – Švica 394, Nemčija 271, Švedska 238 in Finska 230 (Glavič, 2009, str. 11).

Slika 10: Število evropskih patentnih prijav na milijon prebivalcev za leto 2005



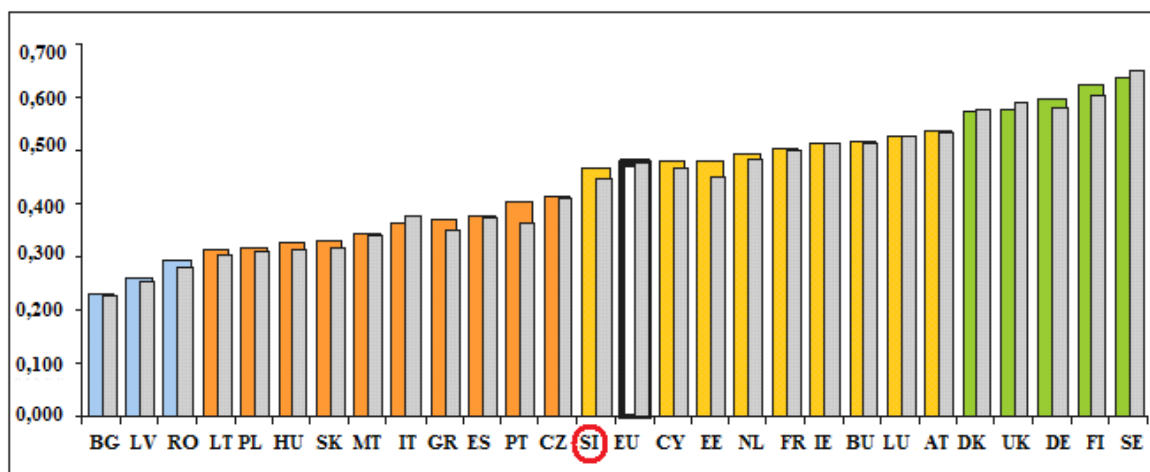
Vir: P. Glavič, *Raziskovalno-razvojno-inovativni dosežki Slovenije 2008, 2009*, str. 11.

V okviru Komisije ES je vsako leto opravljena primerjalna analiza inovativnosti držav članic EU, imenovana European Innovation Scoreboard (v nadaljevanju EIS). Ponazorjena je z inovacijskim indeksom (angl. *summary innovation index*), ki združuje 29 indikatorjev in se giblje od najnižje vrednosti 0 do najvišje vrednosti 1. Države so vsako leto na podlagi doseženih rezultatov razvrščene v eno izmed naslednjih štirih skupin, od najbolj do najmanj inovativnih:

- inovacijski voditelji (ang. *innovation leaders*),
- inovatorji zasledovalci (ang. *innovation followers*),
- zmerni inovatorji (ang. *moderate innovators*) in
- inovacijski lovilci (ang. *catching-up countries*).

Iz poročila EIS za leto 2009 (glej Sliko 11) izhaja, da Slovenija z inovacijskim indeksom 0,466 sodi v skupino držav inovatorjev zasledovalcev (skupaj s še 8 državami EU – Avstrijo, Belgijo, Ciprom, Estonijo, Francijo, Irsko, Luksemburgom in Nizozemsko), in sicer je tik pod povprečjem EU27, katere inovacijski indeks v letu 2009 znaša 0,478. Podoben rezultat je Slovenija dosegla tudi v letu 2010, saj je še vedno ostala v skupini inovatorjev zasledovalcev, in sicer malo pod povprečjem EU27 (Komisija ES, 2011, str. 4). V prvi skupini inovacijskih voditeljev so bile v letu 2009 Danska, Finska, Nemčija, Velika Britanija in vodilna Švedska z inovacijskim indeksom 0,636. V letu 2010 pa med inovacijskimi voditelji še vedno vodi Švedska, ki ji sledijo Danska, Finska in Nemčija (Komisija ES, 2011, str. 4).

Slika 11: Inovacijski indeksi držav EU27, 2008 in 2009



Vir: Komisija ES, *European Innovation Scoreboard 2009, 2010*, str. 6.

Slika 11 prikazuje tudi razliko v inovacijskem indeksu držav v primerjavi z letom 2008 (sivi stolpci). Zanimivo je, da je v primerjavi z letom 2008 pri Sloveniji v letu 2009 viden velik napredek, saj se je premaknila iz skupine držav zmernih inovatorjev in povzpela v že omenjeno skupino inovatorjev zasledovalcev. Še več, Slovenija je skupaj s Ciprom in Estonijo najhitrejša rastoča država inovatorjev zasledovalcev. Njen napredek je nad povprečnim napredkom držav članic EU (Komisija ES, 2010, str. 7).

Glede na velikost podjetij je v Sloveniji v letu 2009 najmanjši delež inovativnih podjetij med malimi podjetji (13 %), medtem ko je ta večja pri srednjih (28 %) in največja med velikimi podjetji (55 %). Tudi v EU so najmanj inovativna mala podjetja in najbolj velika podjetja, vendar je med malimi inovativnih približno 35 %, med srednjimi 55 %, med velikimi pa je takih približno 75 %. Relativna prednost na področju inovacij v Sloveniji so človeški viri, javna finančna vlaganja in podporno okolje, število inovatorjev ter ekonomski učinki. Kot slabost se kažejo premajhna vlaganja v inovacije s strani podjetij, zaostaja pa tudi pri številu patentov in s tem v kazalnikih, povezanih z intelektualno lastnino (Komisija ES, 2010, str. 49).

Žal spodoben rezultat Slovenije, dosežen v evropskem merilu, zvedeni, ko postavimo Evropo ob bok dinamiki najhitreje razvijajočih se gospodarstev na svetu, saj EU27 zaostaja za ZDA in Japonsko, obenem pa nas vztrajno dohitevajo npr. Kitajska in še nekaj drugih dinamičnih gospodarstev. Čeprav EU27 ves čas izboljšuje inovativnost, lahko gospodarska kriza ogrozi ta napredek, predvsem pri »zmernih inovatorjih« in dohitevanju ostalih držav.

2.3 Slabosti slovenskega okolja in možnosti za izboljšanje inovativnosti

Za zaostajanje Slovenije na področju invencijsko-inovacijske dejavnosti bi lahko opredelili nekaj temeljnih vzrokov. Pri spodbujanju inovativnosti je zelo pomembna vloga države. Zgolj načelno zavzemanje za inovativno družbo v Sloveniji se ne izraža v konkretnih dejanjih na vseh področjih našega delovanja, pogosto se namreč zgodi, da je inovativnost v slovenskem prostoru zgolj na papirju in manj v dejanjih. To se kaže v (ne)izpostavljenosti inovacijske dejavnosti v nacionalni strategiji, destimulativni davčni politiki pri nagrajevanju inovatorjev, redkih skladih tveganega kapitala ter odsotnosti prepoznavnega osebnega zgleda in podpore. Institucije so pogosto med seboj neusklajene, zato se njihovi programi prekrivajo, prav tako pa nimajo ustreznih znanj ali strokovnjakov, ki bi podjetjem ponudili tisto, kar jim primanjkuje. Pogosto se dogaja, da mala in srednje velika podjetja zaradi neustrezne podpore pristojnih institucij ne morejo uresničiti svojih ciljev, na drugi strani pa bi večja podjetja morala sama več vlagati v inovacije in iskati inovativne rešitve neodvisno od zunanjih spodbud (Fatur & Likar, 2009, str. 21).

Podjetništvu v Sloveniji tudi ni naklonjena kultura družbenega okolja, saj nevoščljivost, lokalizem in individualizem močno ovirajo inovativnost. V zadnjih letih se je kar močno izboljšalo stanje na področju izobraževanja o managementu inoviranja na srednješolski in univerzitetni ravni, ustanavljajo se namreč univerzitetni podjetniški inkubatorji, razpisujejo natečaji za najbolj inovativno in podjetniško idejo mladih, management inovacij marsikje že obstaja kot obvezni ali vsaj izbirni študijski predmet ipd.

Na raven inovativnosti vplivajo tudi razmere v podjetjih samih. Management podjetij med temeljne elemente konkurenčne prednosti pogosto ne uvršča človeškega dejavnika in inoviranja, zaradi česar dejavnost inoviranja pogosto ni poverjena poslovodstvu, pomanjkljiv pa je tudi osebni zgled poslovodstva. V podjetjih tudi večkrat ni dorečena infrastruktura invencijsko-inovacijske dejavnosti (pravilniki, postopki, organizacijska struktura, sistemi, informiranje, nagrajevanje, kadri). Nagrajevanje velikokrat ne zajema vseh, ki so vključeni v izvedbo ideje, je prepočasno in v neprimerni kombinaciji (materialno/nematerialno) glede na vrednote okolja. Pomanjkljivo je tudi spremljanje rezultatov dejavnosti in korektivno ukrepanje, zato ima benchmarking² med slovenskimi in tudi tujimi podjetji v inovacijski dejavnosti še veliko priložnosti. Zaradi podcenjevanja pomembnosti inovacijske dejavnosti za prihodnost, nedorečene infrastrukture, nezadostnih znanj s področja managementa inoviranja in nestimulativne kulture je ta dejavnost v podjetjih pogosto zaupana srednji ravni managementa in usmerjena na ožji krog zaposlenih, zato so njeni učinki pogosto manjši od možnosti (Fatur & Likar, 2009, str. 22). Mnogo podjetnikov na konkurenco še vedno gleda kot na sovražnike, ki jih je treba uničiti,

² Benchmarking je proces, v katerem ovrednotimo prakse, tehnologijo, vrednost za kupca v primerjavi z drugimi podjetji, ki delujejo na istem področju.

in ne kot na priložnost za povezovanje ter doseganje višjih ciljev, razvoja bolj uspešnih rešitev.

Veliko slovenskih podjetij vsekakor je inovativnih, sicer se v poslovnem okolju ne bi mogla obdržati in dosegati poslovnih rezultatov, ki jih postavljajo v sam vrh tudi na mednarodnih trgih in ne le v posameznih slovenskih gospodarskih regijah. V nekaterih podjetjih pa je še vedno podcenjena vloga skritega ustvarjalnega, inventivnega in inovativnega potenciala vseh zaposlenih predvsem kot generatorjev idej, s tem pa so premalo izkoriščene zmožnosti celovitega upravljanja inovacijskih procesov (Burgar 2003, str. 38). V Sloveniji imamo izredno dober in relativno poceni razvojni kader in inženirje, kar bi morali bolj s pridom izkoristiti, po drugi strani pa je v gospodarstvu zaposlenih le malo visoko izobraženih raziskovalno-razvojnih kadrov, ki bi lahko skupaj z raziskovalci v javni raziskovalni sferi pospešili R & R dejavnost v samih podjetjih in poskrbeli za prenos znanja iz institucij v prakso.

V prihodnje pa bi veljalo v podjetjih začeti pospešeno razmišljati tudi o odpiranju managementa idej navzven, iz omejenega kroga zaposlenih, torej k intenzivnejšemu vključevanju kupcev in strokovnjakov ter izumiteljev od drugod v inoviranje proizvodov po načelih odprtega inoviranja (angl. *open innovation*) (Chesbrough, 2003a; Chesbrough, Vanhaverbeke & West, 2006). Model odprtega inoviranja stoji nasproti tradicionalnemu modelu razvoja in raziskav, ki temelji na internih virih in znanju oziroma kjer je podjetje pri produkciji inovacij odvisno od svojih zmožnosti (model zaprtega inoviranja).

Danes se podjetja pri razvoju čedalje bolj pogosto opirajo tudi na zunanje vire zamisli in inovacij ter s tem v postopek razvoja vključujejo različne deležnike. Podjetja komercializirajo interne ideje s pomočjo ustvarjanja zunanjih (kot tudi notranjih) poti na trge. Meja med podjetjem in okoljem je tako zelo propustna in odprta za izmenjavo idej. Bistvo odprtih inovacij temelji na izdatnem znanju in preprosti uporabi, s tem pa se zlahka doseže namen povečanja vrednosti podjetja, ki je inovacijo iznašlo. Prednost modela odprtih inovacij je v tem, da lahko izkoristijo tudi na videz slabe ideje, ki se na koncu izkažejo kot presenetljivo dobre (Chesbrough, 2003b, str. 37).

Če želi Slovenija zmanjšati razvojno zaostajanje, ki je največje na področju učinkovitosti države in inovativnega okolja, potrebuje (Ložar, 2009, str. 22):

- več sredstev za znanost in tehnološki razvoj, predvsem v smislu javno-zasebnega partnerstva,
- izobražene kadre,
- odprtost v svet,
- družbeno klimo, ki bo naklonjena spremembam in ne povprečnosti,
- poleg kratkoročnih protikriznih ukrepov in prestrukturiranja poslovnih modelov ter

sistemov vodenja mora začeti sistematično vzpostavljati ključne sisteme za razvoj prebojnih inovacij (na vseh treh ravneh – država, raziskovalna sfera in podjetja).

3 INTELEKTUALNA LASTNINA

Intelektualna lastnina je skupni izraz za vrsto pravic, ki izhajajo iz človekovega znanja, ustvarjalne dejavnosti, njegovih idej in rešitev. Obsega izredno široko področje, katerega del je pravno varovan z različnimi oblikami pravic intelektualne lastnine, precej velik del pa takšnega varstva ne pozna. Zaradi visoke ravni tehnološkega razvoja je v današnjem času uporaba pravic intelektualne lastnine vedno lažja, kar po drugi strani pomeni, da se pojavljajo tudi številne nove oblike kršitev. Učinkovito varstvo pravic intelektualne lastnine, predvsem patentov, znamk, modelov in avtorskih pravic, tako postaja vse bolj pomembno za uspešno poslovanje podjetij in njihov razvoj v prihodnosti, saj te pravice predstavljajo eno izmed ključnih sredstev mnogih uspešnih podjetij.

3.1 Opredelitev pojma intelektualne lastnine

Pravice intelektualne lastnine so pravice, ki so rezultat človekovega uma. Priznane in uveljavljene so v vseh razvitih državah. So izključne narave (vendar je izključnost v nekaterih primerih pogojena z naravo predmeta varovane pravice) in temeljijo na nekaterih osnovnih načelih (URSIL³, 2011a):

- Imetnik pravice sme prepovedati komercialno izkoriščanje predmeta pravice, za katerega ni dal dovoljenja.
- Varstvo teh pravic se nanaša izključno na gospodarsko dejavnost.
- Pravice so teritorialne in tudi praviloma časovno omejene, razen blagovnih znamk, trgovskih imen in geografskih označb, katerih varstvo lahko traja neomejeno dolgo. Po izteku zakonsko predpisane dobe postane predmet takšnega varstva javna dobrina in ga lahko vsakdo svobodno komercialno izkorišča.

Intelektualna lastnina je samostojno pravno področje, saj zakon določa vrsto in vsebino teh pravic, njihov obseg in način pridobitve, način uveljavljanja pravic v primeru njihove kršitve, vrste in dovoljene oblike gospodarskega izkoriščanja ipd. Podjetniška narava teh pravic zato zahteva tudi ustrezno upravljanje z njimi. Zaradi izključne narave so z ekonomskega vidika pravice intelektualne lastnine izredno pomembne, saj vplivajo na povečanje konkurenčnosti subjektov na trgu, njihov dolgoročni razvoj, na raziskave, razvoj

³ URSIL je kratica za Urad RS za intelektualno lastnino.

in investicije, na vzpostavljanje novih ali širjenje že obstoječih vej gospodarstva, na odpiranje novih delovnih mest in nenazadnje tudi na povečanje prihodkov države iz naslova davkov (URSIL, 2011a).

Strokovnjaki se strinjajo, da se lahko intelektualna lastnina na splošni ravni opredeli kot »tisto področje prava, ki ureja pravne pravice, nanašajoče se na ustvarjalna prizadevanja ali na komercialni ugled in na z znamko povezan renome« (Bainbridge, 1996, str. 3). Ta definicija opozarja na dva tipa pravic, in sicer pravice, ki so povezane z ustvarjalnim (intelektualnim) naporom, in pravice, ki se nanašajo na komercialni ugled in na z znamko povezanim renomejem. Slednje so znane pod skupnim pojmom podjetniški identifikatorji (Pretnar, 2002, str. 21).

Intelektualna lastnina je kljub temu, da predstavlja področje prava, pomembna tudi z ekonomskega in podjetniškega vidika. Pretnar (2002, str. 19–23) tako pravi, da intelektualna lastnina vsebuje tri lastnosti, ki se medsebojno prepletajo in vplivajo druga na drugo, in sicer pravno, ekonomsko in podjetniško (oziroma managersko), ter postavlja definicijo intelektualne lastnine kot področje prava, ki obravnava razpoložljivost, obseg, pridobitev, uveljavljanje in preprečevanje zlorab zasebnih, pravno opredeljenih pravic na določenih oblikah intelektualnih stvaritev s področja industrije, znanosti, književnosti in umetnosti ter na določenih oblikah podjetniških identifikatorjev, z namenom določitve pravil za njihovo gospodarsko izkoriščanje na trgu v konkurenčnem okolju.

3.2 Pravna ureditev varstva intelektualne lastnine

Glede na to, da intelektualna lastnina predstavlja eno izmed pravnih področij, ga urejajo pravni viri na različnih ravneh, in sicer mednarodne pogodbe, predpisi EU in nacionalna zakonodaja. V nadaljevanju bom predstavila ključne izmed njih, predvsem mednarodne konvencije in slovensko zakonodajo s tega področja.

3.2.1 Mednarodne pogodbe

Za začetek razširjene uveljavitve pojma intelektualne lastnine lahko štejemo ustanovitev **Svetovne organizacije za intelektualno lastnino** (angl. *World Intellectual Property Organization*, v nadaljevanju WIPO), katere ustanovni akt je Konvencija o ustanovitvi Svetovne organizacije za intelektualno lastnino (Ur.l. SFRJ⁴, št. 31/72 in 4/86, v nadaljevanju Konvencija WIPO), podpisana v Stockholmu 14. julija 1967. WIPO, ki ima sedež v Ženevi, si prizadeva za čim večje poenotenje zakonodaj svojih članic na področju

⁴ SFRJ je kratica za Socialistično federativno republiko Jugoslavijo.

intelektualne lastnine. Pod njenim okriljem so bile sprejete številne mednarodne pogodbe, ki usklajujejo posamezna področja prava intelektualne lastnine. Ratifikacija teh pogodb zagotavlja uskladitev nacionalnih zakonodaj na tem področju, kar med drugim prinaša določeno poenotenje vsebine pravic in njihovega trajanja ter poenostavitev postopkov njihove pridobitve. Nekatere mednarodne pogodbe omogočajo tudi pridobitev pravic intelektualne lastnine v državah članicah na podlagi ene same prijave. Po Ustavi Republike Slovenije se ratificirane in objavljene mednarodne pogodbe uporabljajo neposredno ter jih ni treba prevzeti v slovensko zakonodajo. V Sloveniji velja trenutno 23 mednarodnih pogodb s področja intelektualne lastnine.

Najpomembnejšo konvencijo s področja **industrijske lastnine** predstavlja Pariška konvencija za varstvo industrijske lastnine iz leta 1883. 19. člen Pariške konvencije daje državam podpisnicam pravno podlago za sklenitev dodatnih sporazumov za varstvo industrijske lastnine, ob pogoju, da tako sklenjeni sporazumi niso v nasprotju z določbami Pariške konvencije (Pivka & Puharič, 1999, str. 151). Tako so bili na področju industrijske lastnine sklenjeni še naslednji sporazumi:

- Madridski sporazum o mednarodnem registriranju znamk iz leta 1891,
- Madridski sporazum o zatiranju napačnih ali zavajajočih označb izvora blaga iz leta 1891,
- Haaški sporazum o mednarodni registraciji modelov iz leta 1925,
- Nicejski aranžma o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev zaradi registracije znamk iz leta 1957,
- Lizbonski sporazum o varstvu označb porekla blaga in njihove mednarodne registracije iz leta 1958,
- Locarnski aranžma o ustanovitvi mednarodne klasifikacije za industrijske vzorce in modele iz leta 1968 in
- Budimpeštanski sporazum o mednarodnem priznanju depozita mikroorganizmov za postopek patentiranja iz leta 1977.

Leta 1970 je bila podpisana Pogodba o sodelovanju na področju patentov (angl. *Patent Cooperation Treaty*, v nadaljevanju PCT), ki je za Slovenijo začela veljati marca 1994 (Ur.l. RS, št. 19/93). Na podlagi Pogodbe o sodelovanju na področju patentov lahko prijavitelji z vložitvijo ene patentne prijave zahtevajo mednarodno poizvedbo in mednarodni predhodni preizkus za potrebe nacionalnega patentnega varstva v danes že 133 državah sveta, podpisnicah pogodbe.

Pomembna konvencija na področju patentov pa je tudi Konvencija o podeljevanju evropskih patentov (Evropska patentna konvencija) iz leta 1973. Na podlagi zakona o ratifikaciji Evropske patentne konvencije (Ur.l. RS, št. 19/02), ki je za Slovenijo začel veljati 1. decembra 2002, lahko Urad RS za intelektualno lastnino deluje kot prejemni urad

za evropske patentne prijave. Postopek evropske patentne prijave pa je opisan v nadaljevanju.

Na področju varovanja **avtorskih in sorodnih pravic** so pomembne zlasti naslednje konvencije:

- Bernska konvencija za varstvo književnih in umetniških del iz leta 1886, zadnja revizija iz leta 1971,
- Svetovna (univerzalna) konvencija o avtorski pravici iz leta 1952 in leta 1971 (Pariško besedilo),
- Rimska konvencija za varstvo izvajalcev, proizvajalcev fonogramov in radiodifuznih organizacij iz leta 1961,
- Konvencija za varstvo proizvajalcev fonogramov pred nedovoljenim presnemavanjem njihovih fonogramov (Fonogramska konvencija) iz leta 1971 in
- Konvencija o razdelitvi signalov za prenos programa po satelitu iz leta 1974.

Na področju ureditve ostalih pravic intelektualne lastnine pa sta pomembni naslednji mednarodni pogodbi:

- Mednarodna konvencija o varstvu novih sort rastlin (iz leta 1961) in
- Washingtonska pogodba o intelektualni lastnini z ozirom na integrirana vezja (iz leta 1989).

V okviru Svetovne trgovinske organizacije (v nadaljevanju WTO) je bil leta 1994 sklenjen Sporazum o trgovinskih vidikih pravic intelektualne lastnine (Ur.l. RS, št. 10/95, v nadaljevanju Sporazum TRIPS), ki ga lahko štejemo za najpomembnejšo meddržavno konvencijo v zadnjem času, saj celovito ureja vse ključne prvine zagotavljanja pravnega varstva najpomembnejših pravic intelektualne lastnine. Članice WTO so ga sprejele v želji, da bi zmanjšale nesorazmerja in ovire v mednarodni trgovini ter ob upoštevanju potrebe po spodbujanju učinkovitega in ustreznega varstva pravic intelektualne lastnine preprečile, da ukrepi in postopki za uveljavljanje pravic intelektualne lastnine sami ne bi postali ovire v zakoniti trgovini (Puharič, 1997, str. 15).

3.2.2 Evropski predpisi

Posamezna področja intelektualne lastnine urejajo tudi predpisi EU, in sicer nekatera področja avtorskega prava, področje patentiranja biotehnoloških izumov ter področje modelov in znamk.

Direktive so prevzete v slovensko zakonodajo, uredbe pa se uporabljajo neposredno. Naj naštajem le nekaj izmed njih:

- Direktiva o uveljavljanju pravic intelektualne lastnine,
- Direktiva o pravnem varstvu modelov,
- Prva direktiva o harmonizaciji prava znamk,
- Direktiva o pravnem varstvu topografije polprevodniških vezij,
- Uredba Sveta (ES) o modelu Skupnosti,
- Uredba Sveta (ES) o znamki Skupnosti,
- Uredba o varstvu geografskih označb in označb izvora za kmetijske proizvode in živila,
- Uredba o certifikatu posebnih značilnosti za kmetijske proizvode in živila,
- Uredba o prisilnih licencah za patente, ki so povezani s proizvodnjo farmacevtskih izdelkov za izvoz v države s težavami v javnem zdravju,
- Uredba o izvajanju Uredbe Sveta (ES) o modelu in znamki Skupnosti,
- Uredba o pravnem varstvu biotehnoloških izumov,
- Uredba o izvajanju uredb Sveta (ES) o uvedbi dodatnega varstvenega certifikata za zdravila in za fitofarmacevtska sredstva.

3.2.3 Nacionalni predpisi

Namen zakonov, s katerimi države varujejo intelektualno lastnino, je dvojen. Prvi opredeljuje moralne in ekonomske pravice avtorja do njegove stvaritve in pravico javnosti do dostopa do teh stvaritev. Drugi pa je promocija ustvarjalnosti in razširjanja ter uporabe rezultatov teh stvaritev in vzpodbujanje poštene trgovine, ki bo prispevala h gospodarskemu in socialnemu razvoju (Rozman, 1999, str. 1030). V Sloveniji poleg mednarodnih in evropskih predpisov pravice intelektualne lastnine varujejo naslednji zakoni:

- Zakon o avtorski in sorodnih pravicah (Ur.l. RS, št. 16/2007-UPB3, 68/2008),
- Zakon o industrijski lastnini (Ur.l. RS, št. 51/2006-UPB3, v nadaljevanju ZIL-1),
- Zakon o pravicah industrijske lastnine iz delovnega razmerja (Ur.l. RS, št. 15/2007-UPB2),
- Zakon o varstvu novih sort rastlin (Ur.l. RS, št. 113/2006-UPB1) in
- Zakon o varstvu topografije polprevodniških vezij (Ur.l. RS, št. 81/2006-UPB2).

Celoten koncept zakonov o intelektualni lastnini izhaja iz dejstva, da se intelektualnih stvaritev (na primer ideje za izum, glasbenega dela ali znamke) ne da varovati pred uporabo s strani tretjih oseb samo z lastništvom nad njimi, kot to velja za fizične predmete. Ko je namreč intelektualna stvaritev enkrat dostopna javnosti, njen ustvarjalec ne more več

nadzorovati njene uporabe, zato ti zakoni varujejo proizvajalce intelektualne lastnine z zagotovitvijo določenih pravic za nadzor nad izrabo teh pravic. Te pravice pa se ne nanašajo na fizične predmete, v katerih je stvaritev vsebovana, temveč le na intelektualno stvaritev kot tako (Rozman, 1999, str. 1030).

3.3 Pravice intelektualne lastnine

Že omenjena Konvencija WIPO iz leta 1967 je prvič natančneje opredelila pojem intelektualne lastnine, in sicer v 2. členu podaja definicijo tako, da intelektualno lastnino opredeljuje s pravicami, ki se nanašajo na:

1. književna, umetniška in znanstvena dela,
2. interpretacije umetnikov-interpretov in izvajanja imetnikov-izvajalcev, fonograme in radijske oddaje,
3. izume na vseh področjih človeške aktivnosti,
4. znanstvena odkritja,
5. industrijske vzorce in modele,
6. tovarniške, trgovske in storitvene znamke ter na trgovska imena in trgovske naslove,
7. varstvo pred nelojalno konkurenco in
8. vse druge pravice, ki izhajajo iz intelektualne dejavnosti na področjih industrije, znanosti, književnosti in umetnosti.

Pravice intelektualne lastnine določa tudi Sporazum TRIPS iz leta 1994, ki se pri opredelitvi intelektualne lastnine sklicuje na poglavja, nanašajoča na:

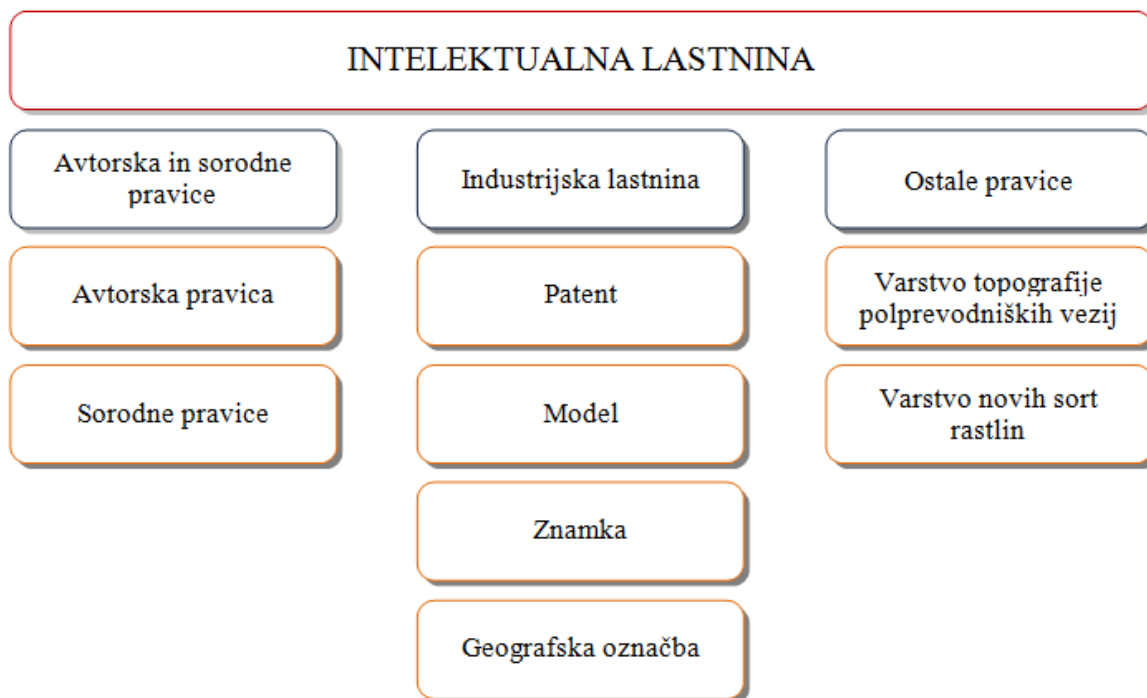
- avtorsko pravico in sorodne pravice,
- znamke,
- geografske označbe,
- industrijske modele,
- patente,
- topografije polprevodniški vezij in
- varstvo nerazkritih podatkov.

Iz predhodnih definicij lahko oblikujemo **tri skupine kategorij intelektualne lastnine**, in sicer (Slika 15):

- **industrijsko lastnino** (zajema točke 3, 5, 6 in 7 drugega člena Konvencije WIPO),
- **avtorske in sorodne pravice** (točki 1 in 2 Konvencije WIPO) ter
- **ostale pravice** (točka 8 Konvencije WIPO).

Znanstvena odkritja iz 4. točke Konvencije WIPO niso pravno zavarovana kategorija oziroma so celo izrecno izključena iz patentnega varstva, vendar je bilo pred desetletji nekaj poskusov, da bi bile zavarovane moralne osebne pravice avtorjev znanstvenih odkritij, toda brez namena določitve kakršnih koli ekonomskih pravic na tej osnovi (Pretnar, 2002, str. 50). Pri znanstvenih odkritjih gre za »pojave, lastnosti ali zakonitosti materialnega sveta, ki doslej niso bili prepoznani in jih je mogoče preveriti«.

Slika 12: Delitev intelektualne lastnine



Vir: Povzeto po Konvencija WIPO, Ur.l. SFRJ, št. 31/72 in 4/86; Sporazum TRIPS, Ur.l. RS, št. 10/95.

Na Sliki 12 so prikazane pravice intelektualne lastnine, pri čemer velja poudariti, da lahko v okvir industrijske lastnine poleg naštetih pravic (patent, model, znamka, geografska označba), ki jih ureja ZIL-1, uvrstimo še firmo in varstvo konkurence. Varstvo firme ureja ZGD-1, konkurenca pa je kot pravna kategorija varovana in urejena z Zakonom o varstvu konkurence (Ur.l. RS, št. 18/1993, 110/20002) ter z Zakonom o preprečevanju omejevanja konkurence (Ur.l. RS, št. 36/2008, 26/2011).

Svoje inovacije lahko podjetje zaščiti predvsem s tremi izmed pravic intelektualne lastnine. Z modelom lahko tako zavaruje videz izdelka, ki je nov in ima individualno naravo. Z znamko se sme registrirati znak ali kombinacija znakov, ki omogočajo razlikovanje blaga ali storitev enega podjetja od blaga ali storitev drugega podjetja in jih je mogoče grafično prikazati. Sam izum pa se zavaruje s patentom, na katerega se bom osredotočila v nadaljevanju.

4 PRAVNA ZAŠČITA IZUMOV

Pravno varstvo izumov je zagotovljeno s patentiranjem oziroma patenti. Izraz patent izhaja iz latinskega izraza *patere*, ki pomeni »biti odprt«, izraz *letterae patentes* pa je v srednjeveški Evropi pomenil zapečateno, toda odprto kraljevo pismo, ki je imetnikom podeljevalo določene pravice, privilegije, titule ali dolžnosti. Nasprotni izraz *litterae clausae* pa je pomenil osebna zapečateni pisma, katerih vsebino so lahko prebrali le njihovi imetniki (Fagerberg, Mowery & Nelson, 2006, str. 280, opombe).

Izum pomeni rešitev določenega problema na področju tehnologije in se lahko nanaša na izdelek ali postopek (WIPO, 2001, str. 17). Iz 10. člena ZIL-1, v katerem je opredeljen predmet patentnega varstva, je razvidno, da mora izum izpolnjevati tri pogoje, če želimo zanj pridobiti patent, in sicer mora biti:

- nov,
- na inventivni ravni in
- industrijsko uporabljiv.

Izum oziroma tehnična rešitev je nova, če ni obsežena s stanjem tehnike, se pravi da ni bila pred datumom vložitve patentne prijave dostopna javnosti z ustnim ali pisnim opisom, z uporabo ali na katerikoli drug način. Izum je na inventivni ravni, če za strokovnjaka predmet izuma očitno ne izhaja iz stanja tehnike. Izum je industrijsko uporabljiv, če se predmet izuma lahko proizvede ali uporabi v katerikoli gospodarski dejavnosti, vključno s kmetijstvom (ZIL-1, 12.–15. člen).

Odkritja, znanstvene teorije, matematične metode in druga pravila, načrti, metode in postopki za duhovno aktivnost se neposredno kot taki ne štejejo za izume in torej ne morejo biti predmet patentnega varstva. Patent ne sme biti podeljen za izume kirurškega ali diagnostičnega postopka ali postopka zdravljenja, ki se uporablja neposredno na živem človeškem ali živalskem telesu, razen izuma, ki se nanaša na izdelke, predvsem na snovi in zmesi, ki se uporabljajo pri takšnem postopku. S patentom se tudi ne da zavarovati izuma, katerega uporaba je v nasprotju z javnim redom ali moralno (ZIL-1, 11. člen).

Tehnične izboljšave in izumi so običajno plod dolgotrajnega dela, ki zahteva tudi obilo finančnih sredstev. Ker vsi patentni sistemi postavljajo novost kot osnovni pogoj za varovanje izuma s patentom, je najpomembnejše pravilo, da se prijava za podelitev patenta vloži pred vsakršnim drugim dejanjem, ki pomeni dostop javnosti do podatkov o izumu, torej pred razstavljanjem na sejnih, pisanjem strokovnih člankov ali reklamiranjem novega izdelka.

Patent daje imetniku izuma, ki izpolnjuje prej naštetih tri lastnosti, izključno pravico, da za omejeno časovno obdobje prepove drugim subjektom gospodarsko uporabo, ki mu ga država podeli kot nadomestilo za razkritje izuma, tako da lahko drugi tudi pridobijo korist (WIPO, 2001, str. 17).

Pravice, ki jih daje patent, določa tudi ZIL-1, ki v 18. členu določa, da patent zagotavlja imetniku naslednje izključne pravice:

- a) če je predmet patenta proizvod: preprečitev tretjim osebam, ki nimajo imetnikove privolitve, da izdelujejo, uporabljajo, ponujajo v prodajo, prodajajo ali v te namene uvažajo zadevni proizvod;
- b) če je predmet patenta postopek: preprečitev tretjim osebam, ki nimajo imetnikove privolitve, da postopek uporabljajo in ponujajo v prodajo, prodajajo ali v te namene uvažajo proizvod, ki je pridobljen neposredno s tem postopkom.

V svoji osnovi tako patent podeljuje imetnikom negativno pravico, saj vsem drugim onemogoča, da bi iznajdbo ustvarjali, uporabljali ali prodajali sami. Še več, tudi če se iznajditelju dodeli patent, se lahko zgodi, da v procesu proizvodnje in trženja svoje najdbe odkrije, da krši patentne pravice drugih. Tradicionalni pogled na intelektualno lastnino oziroma patent v ekonomskem smislu je bil, da se s patentom ustvarja monopol, saj naj bi ta njegovemu imetniku podeljeval monopolno moč, na podlagi katere pridobi monopolni dobiček in s tem povrnjene stroške za raziskave in razvoj, t.i. monopolno spodbudo za inoviranje (Kitch, 1986, str. 31). Novejše razlage in raziskave pa dokazujejo, da ni tako, temveč da patent imetniku daje le lastninsko pravico, ki je izpostavljena konkurenčnim pritiskom na trgu. S to ekskluzivno pravico imetnik izključi ostale iz uporabe subjekta, ki je predmet pravice (Kitch, 2000, str. 1729).

Po izteku določenega časa, v katerem je iznajditelju podeljena izključna pravica do iznajdbe, ta postane del javne sfere. Zaradi tega vsekakor obstaja verjetnost, da bo razkritje spodbudilo ideje in mogoče celo razvoj še boljšega proizvoda, ki bi lahko nadomestil original. Podjetnik mora zato pri vsaki inovaciji pretehtati, ali jo bo zavaroval s patentom ali s katerim izmed ostalih načinov zaščite konkurenčnih prednosti, ki izhajajo iz te inovacije.

4.1 Vrste patentnega varstva

V Sloveniji je možno pridobiti tri vrste patentnega varstva (ZIL-1; URSIL, 2011b):

- 1. patent,
- 2. patent s skrajšanim trajanjem in

3. izloženo patentno prijavo.

Pri **patentu** je doba veljavnosti dvajset let, če njegov imetnik plačuje pristojbine za vzdrževanje. Pred iztekom devetega leta trajanja patenta mora imetnik uradu predložiti pisno dokazilo, da patentirani izum izpolnjuje vse bistvene pogoje, se pravi da je nov, na inventivni ravni in industrijsko uporabljiv. Če dokazila ne predloži pravočasno, veljavnost patenta nepreklicno preneha po desetih letih. Predložiti ga mora tudi, kadar toži tretjo osebo zaradi kršitve pravic iz patenta. Kot pisno dokazilo lahko služi patent, podeljen za isti izum pri Evropskem patentnem uradu ali, če za isti izum ni bila vložena prijava za evropski patent, pri enem od uradov, ki imajo status mednarodne ustanove za predhodni preizkus po 32. členu Pogodbe o sodelovanju na področju patentov, ali drug patentni urad, s katerim je bila sklenjena ustrezna pogodba. Če imetnik omenjenega dokazila nima, lahko ob plačilu posebne pristojbine od urada zahteva, da ta pri ustrezni ustanovi ali organu pridobi mnenje kot podlago za izdajo ustrezne odločbe (URSIL, 2011b).

Druga možnost je **patent s skrajšanim trajanjem**, katerega trajanje je omejeno na deset let. S tem patentom ni mogoče zavarovati postopkov in novih rastlinskih sort ali živalskih pasem, je pa pri njem omiljen pogoj inventivnosti, saj poleg izpolnjenih pogojev novosti in industrijske uporabljivosti zadošča, da je izum dosežen z ustvarjalnim delom. Za takšnega pa se izum šteje, če izkazuje določeno učinkovitost ali praktično prednost pri gospodarski uporabi (ZIL-1, 16. člen).

Posebna možnost je **izložena patentna prijava**, do katere pride na poziv Urada RS za intelektualno lastnino ali na zahtevo prijavitelja v primeru, ko izum, za katerega se zahteva varovanje s patentom, ni enoten. Gre torej za primer, ko imamo opravka z več izumi, ki pa med seboj niso tako povezani, da bi pomenili enotno izumiteljsko zamisel. Izložena patentna prijava ohrani datum vložitve prijave, iz katere je izložena, vendar živi naprej svoje lastno življenje in nanjo ne vpliva potek varstva osnovne prijave (URSIL, 2011b).

V tem sklopu poleg patentnega varstva obstaja še ena pravica industrijske lastnine, ki po svoji naravi ni samostojna pravica. Gre za **dodatni varstveni certifikat**, ki se lahko podeli za proizvod oziroma sredstvo (ter postopke za njihovo proizvodnjo ali uporabo), ki se dajo na trg kot zdravilo ali fitofarmacevtsko sredstvo. Posebni pogoj za pridobitev je, da je izum tak, da je pred začetkom gospodarskega izkoriščanja treba izvesti uradni postopek odobritve, da se lahko dá na trg. Zaradi časa, ki preteče od vložitve prijave za podelitev patenta do odobritve, da se dá proizvod oziroma sredstvo na trg, je obdobje dejanskega patentnega varstva za takšne izume tako krajše kot za druge. Dodatni varstveni certifikat tako kompenzira to obdobje, v katerem gospodarsko izkoriščanje ni možno. Za takšen izum se lahko neposredno po izteku trajanja patenta v skladu z uredbo Vlade Republike Slovenije enkrat podeli dodatni varstveni certifikat, in sicer za največ pet let (ZIL-1,

22. člen), ki daje enake pravice, kot jih daje patent, in zanj veljajo enake omejitve in obveznosti.

4.2 Načini patentnega varstva

Prijavo za podelitev patenta podjetnik navadno vloži v tistih državah, kjer želi zavarovati svoje interese oziroma kjer meni, da bodo njegovi tekmeci skušali izkoriščati njegovo iznajdbo s proizvodnjo ali prodajo novega proizvoda. Obstajajo trije načini patentnega varstva, ki so podrobneje predstavljeni v nadaljevanju.

4.2.1 Nacionalna prijava

Najosnovnejša oblika prijave je nacionalna prijava, ki se vloži pri ustreznem organu države, v kateri želimo varovanje. Pri tem mora tuji prijavitelj postopek obvezno izvesti prek zastopnikov, ki so vpisani v register zadevne države. Pri večini držav je postopek zelo podoben postopku pred našim uradom, le da del uradov pred podelitvijo patenta izvede celoten postopek popolnega preizkusa (preverijo, ali je izum nov, na inventivni ravni in industrijsko uporabljiv).

V Sloveniji se nacionalna prijava za podelitev patenta vloži pri Uradu RS za intelektualno lastnino. Slovenski prijavitelj jo lahko vloži sam ali prek zastopnika, predložiti pa mora (ZIL-1, 86. člen; URSIL, 2011c):

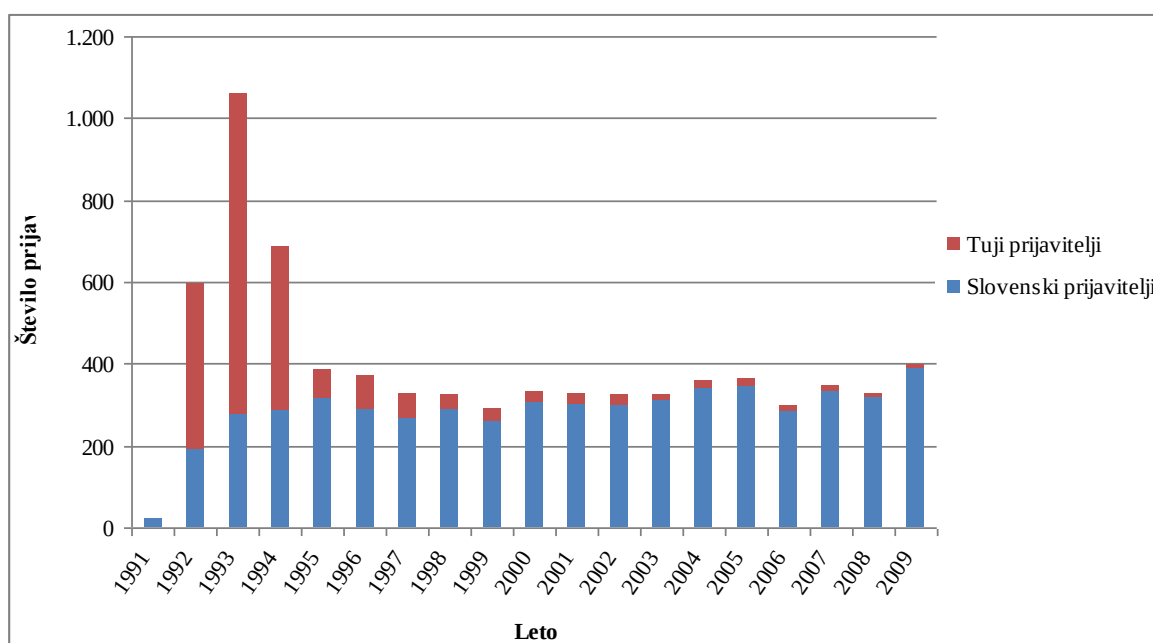
- zahtevo za podelitev patenta,
- opis izuma (ki vsebuje prikaz problema, podatke o doslej znanih rešitvah in njihovih pomanjkljivostih ter opis nove rešitve),
- patentni zahtevek ali zahtevke (v enem stavku opredeljena obseg in vsebina patentnega varstva),
- skico ali skice, če je potrebno,
- kratko vsebino bistva izuma,
- potrdilo o plačilu prijavnih pristojbin (znesek pristojbin določa Uredba o pristojbinah Urada Republike Slovenije za intelektualno lastnino, Ur.l. RS, št. 128/06),
- dokazilo o prioriteti, če je zahtevana,
- pooblastilo zastopniku, če je prijava vložena po zastopniku.

Prijava, ki vsebuje vse sestavine, se formalno preizkusi. Preveri se, ali so sestavine prijave in dokazila po vsebini in obliki skladne s predpisi in ali so plačane vse pristojbine. Prijavno pristojbino, ki trenutno znaša 110 EUR, je namreč treba plačati ob vložitvi prijave ali v 3

mesecih od vročitve poziva URSIL, drugače se šteje prijava za umaknjeno (URSIL, 2011c).

Ko URSIL ugotovi, da vse sestavine prijave ustrezajo predpisom, nadaljuje postopek po 88. členu ZIL in sprejme sklep o objavi prijave v uradnem glasilu URSIL (v nadaljevanju BIL) ali pa zavrne zahtevo za podelitev patenta. Po poteku 18 mesecev od datuma vložitve prijave oziroma od datuma prednostne pravice je dolžan URSIL objaviti patentno prijavo v BIL in podeliti patent. Prijavitelj lahko zahteva tudi predčasno objavo, pri čemer izvede URSIL postopek podelitve patenta v najkrajšem možnem času, vendar ne prej kot v 3 mesecih (URSIL, 2011c).

Slika 13: Nacionalne prijave slovenskega patenta, 1991–2009



Vir: Povzeto po podatkih URSIL, Statistični podatki, 2010d.

Kot lahko vidimo na sliki 13, je v prvih letih po osamosvojitvi Slovenije velik delež tujih prijav, med katerimi je verjetno največji delež prijaviteljev iz držav bivše Jugoslavije, ki so svoje proizvode oziroma storitve tržili v Sloveniji, v kasnejših letih (po letu 1994) pa večji del prijav predstavljajo slovenske prijave. Število vseh patentnih prijav se v zadnjih letih giblje med okoli 300 in 360 prijav, viden pa je porast prijav v letu 2009, in sicer za 22 % v primerjavi z letom 2008 (s 327 na 399 prijav).

Prav tako se je leta 2009 zvišalo število nacionalnih prijav, ki so jih vložili domači prijavitelji, in sicer za 21,7 % v primerjavi z letom 2008 oziroma za 22,6 % glede na povprečje zadnjih 10 let. To dejstvo je še toliko bolj razveseljivo, ker v večini držav zaradi gospodarske krize število prijav upada ali stagnira. Delni razlog za porast so morda ukrepi,

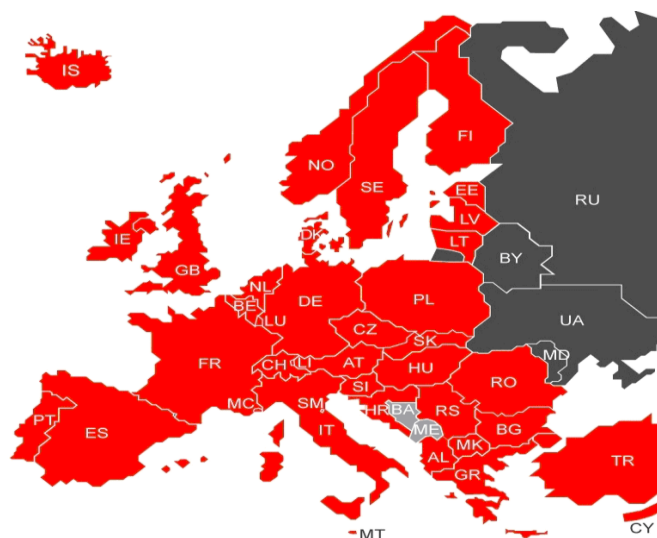
ki jih je sprejela država za spodbujanje inovativnosti, kot tudi prizadevanja urada, ki je v letu 2008 v sodelovanju z Evropskim patentnim uradom (v nadaljevanju EPO) pomagal vzpostaviti pisarno za prenos znanja pri Univerzi v Ljubljani in z brezplačno storitvijo Prva informacija o intelektualni lastnini (v nadaljevanju Prva i) pomaga malim in srednjim podjetjem, da ustrezno zavarujejo svojo intelektualno lastnino (URSIL, 2010c, str. 13).

Patentno varstvo v Sloveniji je mogoče pridobiti tudi na podlagi pri EPO vložene evropske patentne prijave, v kateri je Slovenija imenovana. Ta možnost obstaja od 1. decembra 2002, ko je Slovenija postala polnopravna članica EPO, vendar pa URSIL s temi podatki ne razpolaga. Pred tem je bilo mogoče razširiti veljavnost evropskih patentov na Slovenijo na podlagi sporazuma o razširitvi. Število upada, saj prijavitelji vlagajo le še izločene prijave iz prijav, vloženi pred 1. decembrom 2002.

4.2.2 Evropski patent

V skladu z določili Evropske patentne konvencije (v nadaljevanju EPK) in pravilnika o njenem izvajanju je mogoče vložiti tudi evropsko patentno prijavo, na podlagi katere imetnik izuma pridobi t.i. evropski patent. Ta trenutno velja v tridesetih državah članicah EPK in državah, ki imajo z Evropsko patentno organizacijo (angl. *European Patent Organisation*, v nadaljevanju EPO) sklenjene posebne sporazume o razširitvi veljavnosti evropskih patentov na te države. Slovenija je od 1. decembra 2002 polnopravna članica organizacije, ki trenutno šteje 38 držav članic (EU27 in še enajst drugih evropskih držav, zadnja se je organizaciji z oktobrom 2010 pridružila Srbija) ter dve državi z razširitvenim sporazumom (Črna gora ter Bosna in Hercegovina).

Slika 14: Države članice EPO



Vir: EPO, Member States, 2010b.

Ob vložitvi prijave mora prijavitelj imenovati države članice EPK, v katerih želi patentno varstvo. Imenuje lahko samo države, ki so na dan prijave polnopravne članice EPK, in države, ki imajo z EPO podpisan sporazum o razširitvi veljavnosti evropskih patentov. Imenovanje države ob vložitvi prijave se lahko kasneje tudi umakne (kadar koli v fazi postopka podelitve patenta), nikakor pa ni mogoče naknadno imenovati kake države.

Prijava se vloži v enem od treh uradnih jezikov EPO: v angleščini, francoščini ali nemščini. Prijavitelji iz držav članic EPK, katerih uradni jezik ni eden od uradnih jezikov EPO, lahko vložijo prijavo v uradnem jeziku te države, vendar morajo v treh mesecih od datuma vložitve oziroma najkasneje v trinajstih mesecih od datuma najzgodnejše prednostne pravice dostaviti prevod prijave v enega od treh uradnih jezikov EPO. Če prevod ni predložen v predpisanem roku, se šteje prijava za umaknjeno (URSIL, 2010a).

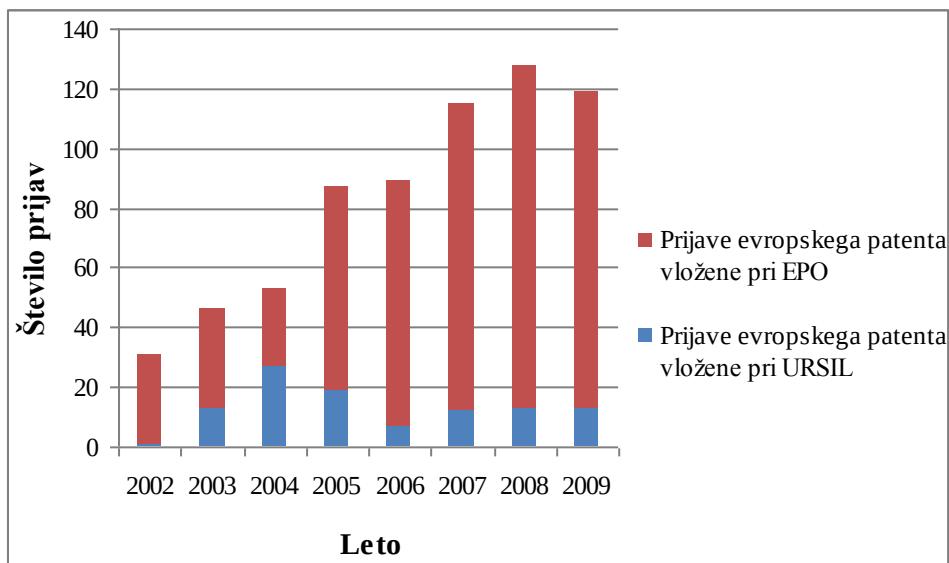
Evropska patentna prijava se lahko vloži pri slovenskem URSIL ali pri Evropskem patentnem uradu (v nadaljevanju EPU) v Münchnu, Haagu, Berlinu ali na Dunaju. Prijavitelji iz držav članic EPK lahko vložijo prijavo sami ali prek patentnega zastopnika, ki je vpisan v register patentnih zastopnikov pri EPO. Po podelitvi evropskega patenta mora njegov imetnik pri uradih držav, kjer želi uveljavljati evropski patent, v predpisanem roku predložiti prevod patentnih zahtevkov oziroma prevod podeljenega patenta v jezik te države ter plačati ustrezne pristojbine (URSIL, 2010a).

Prijavitelj lahko pridobi evropski patent tudi tako, da vloži nacionalno patentno prijavo, v 12 mesecih (če zahteva prednostno pravico) pa vloži še prijavo za pridobitev evropskega patenta po EPK. Lahko pa se odloči tudi za pridobitev patenta z mednarodno prijavo, pri kateri je postopek enak postopku pridobitve nacionalnega patenta z mednarodno prijavo, le da prijavitelj v mednarodni prijavi imenuje ali izbere države, ki so članice EPK, in v tem primeru bo EPO kot imenovani urad prevzel vodenje postopka s to mednarodno prijavo (Zirnstein, 2007, str. 46–47).

Evropska patentna prijava in evropski patent se v skladu z Uredbo o razširitvi evropskih patentov na RS (Ur.l. RS, št. 15/2002) razširita na Slovenijo in imata isto veljavo ter zanju veljajo isti pogoji kot za nacionalno patentno prijavo ter nacionalni patent po Zakonu o industrijski lastnini. Za zahtevo za razširitev se šteje vsaka evropska patentna prijava (vložena na dan ali po 1. marcu 1994), možno pa jo je tudi kadarkoli umakniti.

Na Sliki 15 so prikazane prijave evropskega patenta, ki so jih v letih 2002–2009 vlagali slovenski prijavitelji.

Slika 15: Evropske patentne prijave slovenskih prijaviteljev, 2002–2009



Vir: Povzeto po podatkih URSIL, Statistični podatki, 2010d; EPO, Applications 2000–2009, 2010a.

Z deli stolpcev, obarvanih modro, so prikazane prijave, ki so jih vložili slovenski prijavitelji pri URSIL kot prejemnem uradu, celotna višina stolpcev pa kaže na podatek o skupnem številu vseh evropskih prijav slovenskih prijaviteljev.

Evropski patent, ki je potrjen samo v 13 državah članicah, lahko po podatkih Komisije ES stane tudi do 20.000 EUR, od česar je skoraj 14.000 EUR stroškov za prevajanje. Zato so stroški za evropski patent desetkrat višji od tistih za patent v ZDA, ki stane povprečno 1.850 EUR, in 13-krat dražji od japonskega patenta. Stroški prevodov predstavljajo le del stroškov evropskega patenta, saj so tu še prijavne pristojbine, stroški preizkusa novosti, stroški patentnih zastopnikov in nazadnje stroški vzdrževanja patenta. Če prištejemo še slednje (v povprečju se evropski patent pridobi za 6 evropskih držav in se vzdržuje 10 let), potem ta znesek naraste na 32.000 EUR (EPO, 2005, str. 1). Prijavna pristojbina, preizkus in vzdrževanje patenta za prvih pet let v 27 državah EU bi brez vseh prevajalskih stroškov po oceni Komisije ES še vedno stali 5.500 EUR.

4.2.3 Mednarodni patent

Tretja možnost za pridobitev patentnega varstva v tujini je vložitev mednarodne prijave v skladu s Pogodbo o sodelovanju na področju patentov (v nadaljevanju PCT), ki je za Slovenijo začela veljati 1. marca 1994.

Sistem sodelovanja po PCT omogoča prijavitelju, da z vložitvijo ene same mednarodne patentne prijave (v nadaljevanju PCT prijave) pri pooblaščenem patentnem uradu katerekoli države članice ali pri Mednarodnem uradu Svetovne patentne organizacije (WIPO, ki ima trenutno 184 držav članic) uveljavlja pravice nacionalne patentne prijave v katerikoli ali v vseh državah članicah PCT, ne da bi že na začetku moral predložiti prevod patentne prijave ali plačati prijavne pristojbine v vsaki državi posebej. Nacionalna faza postopka za podelitev patenta in plačilo s tem povezanih visokih stroškov sta tako lahko odložena do izteka 30. meseca (v nekaterih državah do 31. meseca) od dneva vložitve prve prijave (prioritetni datum). V tem času je mednarodna prijava podvržena poizvedbi glede novosti, ki jo za Slovenijo opravi EPU. Ta na osnovi obstoječega stanja tehnike izda mednarodno poročilo o poizvedbi s pisnim mnenjem, ki ga prijavitelj prejme do izteka 16. meseca po vložitvi prijave oziroma od prioritetnega datuma prijave (URSIL, 2010b).

Velja omeniti, da se lahko za Belgijo, Ciper, Francijo, Grčijo, Italijo, Irsko, Monako, Nizozemsko in Slovenijo imenuje le skupno oziroma se za te države lahko izda le evropski patent, saj se navedene države uporabljajo možnost, ki jo ponuja drugi odstavek 45. člena PCT. Ta dovoljuje, da notranja zakonodaja izbrane ali imenovane države, ki pripadajo pogodbi o regionalnem patentu, določi, da izbira ali imenovanje te države v mednarodni prijavi šteje kot izjava, da želi prijavitelj pridobiti regionalni patent (Zirnstein, 2007, str. 40).

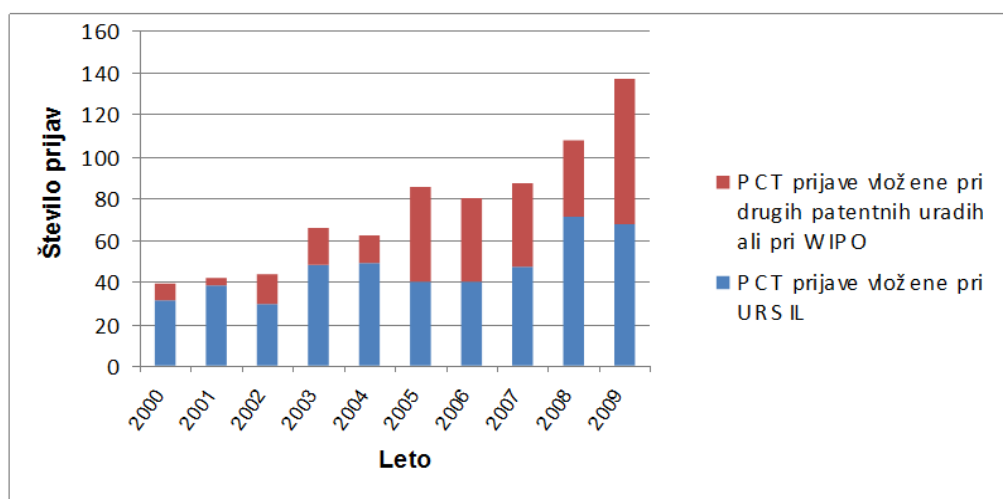
Glede na poročilo se prijavitelj odloči za nacionalno fazo po posameznih državah ali pa postopek nadaljuje in zahteva, da se mednarodna prijava podvrže tudi mednarodnemu predhodnemu preizkusu, ki ga za Slovenijo opravi EPU. Če je v poročilu o njem ugotovljeno, da predloženi izum izpolnjuje pogoje glede novosti, ustvarjalnosti in industrijske uporabljivosti, obstaja velika verjetnost, da bo prijavitelj pridobil patent pri posameznih nacionalnih uradih. Le v tem primeru se bo seveda odločil za plačilo prijavnih pristojbin v posameznih nacionalnih uradih, stroškov prevajanja patentne prijave in stroškov za patentne zastopnike, ki ga zastopajo pred nacionalnimi uradi (URSIL, 2010b).

Slovenski prijavitelji lahko vložijo tako prijavo pri slovenskem uradu, vendar mora biti besedilo prijave v angleškem, nemškem ali francoskem jeziku. Če je besedilo v slovenskem jeziku, mora prijavitelj v roku enega meseca vložiti prevod v enega od prej omenjenih jezikov. Prijavi mora biti priložen ustrezen obrazec, ki je na voljo pri uradu (URSIL, 2011).

Postopek se začne pri slovenskem uradu in nadaljuje pred Mednarodnim uradom v Ženevi. Ko je tam končan, prijavitelj zahteva postopek podelitve patenta pri ustreznih organih držav, ki jih je v mednarodni prijavi označil, v t.i. nacionalni ali regionalni fazi. Za mednarodni del postopka ni potrebna uporaba zastopnika, postopek pred državnimi organi pa poteka enako kot pri nacionalni prijavi (URSIL, 2011).

Stroški za pridobitev mednarodnega patenta znašajo približno 13.270 EUR za ameriški patent in 9.800 EUR za japonski patent (oboje velja za evropske prijavitelje) ter vključujejo stroške zastopnikov in druge zunanje stroške, stroške prevodov in stroške pristojbin, ne pa tudi stroškov vzdrževanja (Roland Berger Market Research, 2004, str. 138).

Slika 16: PCT prijave slovenskih prijaviteljev, 2000–2009



Vir: Povzeto po podatkih URSIL, Statistični podatki, 2010d; WIPO, Statistics PCT, 2010.

Na Sliki 16 so v stolpcih, obarvanih modro, upoštevane prijave, ki so jih vložili slovenski prijavitelji pri URSIL kot prejemnem uradu, celotni stolpci pa kažejo podatek o skupnem številu vseh vloženih PCT prijav slovenskih prijaviteljev. V letu 2009 so prijave slovenskih prijaviteljev znašale 0,09 % vseh prijav PCT. Največ prijav so oddale ZDA (29,36 %), njim pa sledita Japonska (19,18 %) in Nemčija (10,81 %) (WIPO, 2010). Že omenjeno večje število nacionalnih prijav in kar 27-odstotno povečanje mednarodnih prijav, ki so jih v letu 2009 vložili Slovenci, kaže na večjo ozaveščenost o pomenu varstva izumov doma in v tujini tako v gospodarskem sektorju kot tudi med posamezniki.

Trend povečevanja prijav mednarodnih patentov velja tudi za ostale države, ne le za slovenske prijavitelje, saj je med letoma 1995 in 2005 opaziti svetoven porast patentnih prijav za skoraj 6 % letno (Wurzer & DiGiammarino, 2008, str. 36).

4.2.4 Prednosti in slabosti različnih načinov patentiranja v tujini

Vsak od načinov patentiranja ima svoje prednosti in slabosti (glej Tabela 5). Pri odločitvi, katerega od teh izbrati, je ključno vprašanje, na katerih trgih želi podjetje tržiti nov proizvod in storitev. Od te odločitve je namreč odvisno, kateri način patentnega varstva je za posamezno podjetje in za posamezni proizvod ali storitev najprimernejši.

Tabela 5: Prednosti in slabosti posameznih načinov patentiranja v tujini

Vrsta patenta	Prednosti	Slabosti
Nacionalni patent	primeren, kadar si podjetje izbere majhno število držav, v katerih želi zaščititi izum	- vložiti ga je potrebno v vsaki državi posebej (pred različnimi organi) - neenotna pravila postopka (lahko se zgodi, da je enaka prijavi v določeni državi sprejeta, v drugi pa ne)
Evropski patent	- en postopek podelitve patenta (pred enim samim organom in pod enakimi pogoji pentabilnosti) - pravila postopka so enotna vse do podelitve patenta	- še vedno dražji kot patentni sistemi drugod po svetu - ne gre za enoten patent z veljavnostjo v vseh imenovanih državah hkrati (po podelitvi patenta se ta razbije na določeno št. nacionalnih patentov, zato se pravice in obveznosti glede dobljenega patenta presojuje po pravu vsake imenovane države posebej in odločitve sodišč veljajo le v tej državi)
Mednarodni patent	- ena sama mednarodna patentna prijava - enotna pravila postopka podelitve patenta (glej še pod »slabosti«) - prevod v samo en tuj jezik - nacionalna faza postopka podelitve patenta in s tem povezani stroški so odloženi do prejema mednarodnega preizkusa	- pravila postopka so enotna le do vložitve patentne prijave - stroški mednarodnega dela postopka - končni rezultat mednarodnega postopka ni patent (gre za nacionalne patente in postopke, ki potekajo skladno z nacionalnimi zakonodajami)

Vir: Prirejeno po S. Krejan, Priročnik o pravicah intelektualne lastnine, 2006, str. 23–25..

Naj omenim še en način patentiranja v tujini, ki trenutno še ni zaživel v praksi, si ga pa EU že dalj čas prizadeva uveljaviti. Gre za t.i. **patent EU** (pred tem poimenovan **patent**

Skupnosti), ki je predmet razprav še iz časa pred nastankom EPK leta 1973. Predlog uredbe o patentu Skupnosti (angl. *Proposal for a Council Regulation on the Community Patent*, 7119/04) je določil mnoge prednosti glede na dosedanje patentne sisteme v Evropi, in sicer (Krejan, 2006, str. 26):

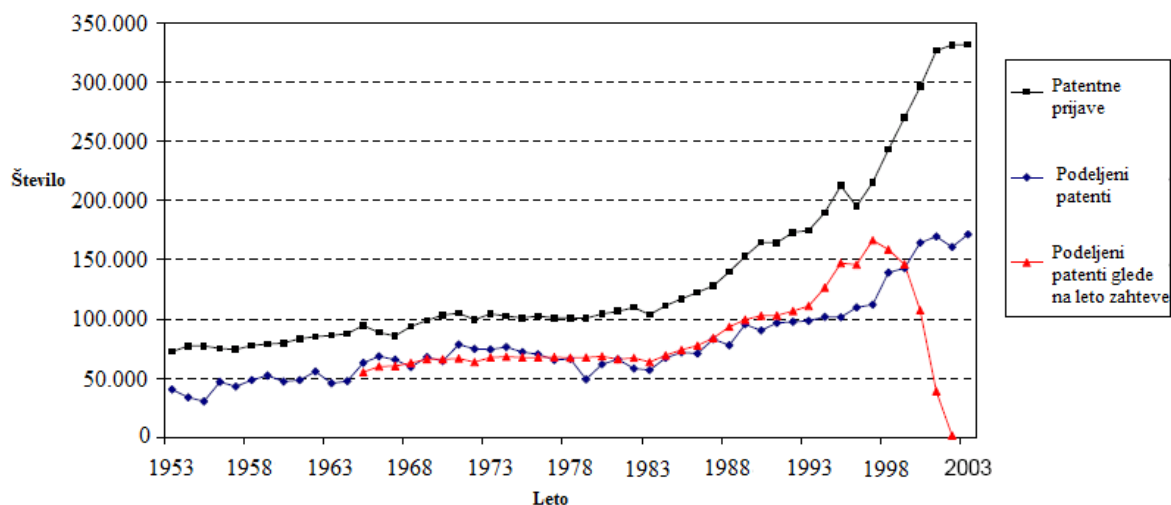
- patent nastane, se prenese in preneha za celotno območje EU hkrati (z razliko od nacionalnih patentov),
- nastane na podlagi ene prijave pri enem uradu (to bo EPU),
- nižji stroški pridobitve glede na stroške pridobitve evropskega patenta,
- ustanovitev posebnega centraliziranega sodišča, katerega odločitve (na primer razglasitev ničnosti patenta) bodo veljale na celotnem območju EU.

S predlogom uredbe Sveta iz začetka julija 2010 se bodo stroški obdelave za patent EU, ki velja v 27 državah članicah, zmanjšali pod 6.200 EUR, od tega bodo samo 10 % predstavljali stroški prevajanja. Predlog iz decembra 2010 pa določa, da lahko prosilci v EU, katerih jezik ni angleščina, francoščina ali nemščina, zahtevke vložijo v katerem koli drugem uradnem jeziku EU, upravičeni pa bodo do povračila stroškov prevajanja v enega izmed uradnih jezikov EPO (ki ga prosilec ob vložitvi izbere med angleščino, francoščino ali nemščino). Patent EU (in tudi druge pravice EU – znamka, model, rastlinska vrsta) ne izpodrivajo nacionalnih pravic industrijske lastnine, temveč obstajajo poleg njih in tako dopuščajo vsakemu posamezniku ali podjetju, da se odloči, kateri sistem zaščite njegovega izuma mu najbolj ustreza.

4.3 Učinkovitost patentiranja inovacij

Od sredine 80. let 20. stoletja se je po vsem svetu, še posebej v ZDA, patentiranje močno povečalo (glej Sliko 17). Tako za patentne prijave kot za podeljene patente v ZDA je do sredine osemdesetih značilna stagnacija, od takrat naprej pa se je tako število patentnih zahtev kot število podeljenih patentov začelo strmo povečevati. Graf prikazuje tudi število podeljenih patentov glede na datum oziroma leto patentne zahteve v obdobju od januarja 1965 do decembra 2002. Strm padec in nato povečanje zahtev med letoma 1995 in 1998 so povzročile pospešene zahteve predvsem farmacevtskih podjetij, ko so ta želela doseči tradicionalno 17-letno življenjsko dobo patentov, ki se je štela od datuma podelitve patenta. V letu 1996 se je namreč življenjska doba patentov spremenila na 20 let, šteto od datuma vložitve zahteve (Hall, 2006, str. 5, opombe).

Slika 17: Ameriški patent⁵ v obdobju 1953–2003



Vir: B. H. Hall, *Exploring the Patent Explosion*, 2005, str. 17.

Razloge za tolikšno povečanje patentnih prijav so skušali raziskati številni strokovnjaki in predstavljenih je bilo kar nekaj razlag tega fenomena. Strnemo lahko, da je bilo povečanje patentov skoncentrirano v elektronski in računalniški industriji, kar pomeni, da se je ali povečala inovativnost in izboljšal R & R management v teh panogah ali pa se je spremenilo kaj drugega, povezanega s patentno strategijo (Hall, 2005, str. 2). Porast pa je lahko povezan tudi z opaznim zmanjšanjem stroškov patentiranja (Fagerberg et al. , 2006, str. 159). Razloge lahko najdemo tudi v spremembah ameriškega patentnega sistema, ki so se dogajale od leta 1980 dalje, predvsem sprememba zakonodaje in sprejem pomembnih precedensov ter nenazadnje v devetdesetih tudi sprejetje sporazuma TRIPS, s katerim se je začela harmonizacija intelektualne lastnine (Hall, 2005, str. 20).

Povečanje patentiranja je vzbudilo ponovno zanimanje ekonomistov za ocenjevanje učinkovitosti patentnega sistema za pospeševanje inovacijskih aktivnosti podjetij. Čeprav so mnenja o učinkovitosti patenta kot mehanizma zaščite donosov inovacij deljena, se večina strinja, da je patent pomemben, če že ne nujen, za zaščito financiranja novega posla (Hall, 2005, str. 2). In čeprav so se patenti izkazali kot razmeroma neučinkoviti pri ščititvi konkurenčnih prednosti, ki izvirajo iz inovacij, se uporabljajo tudi zaradi drugih, predvsem strateških razlogov, kot npr.: za pridobivanje prihodka (npr. komercialno izkoriščanje preko licenciranja), za preprečevanje patentiranja podobnih inovacij s strani konkurenčnih podjetij, za zaščito pred tožbami o kršenju patentov drugih podjetij, kot element v pogajanjih o pravicah do tehnologije, za navzkrižno izmenjavo patentov z drugimi podjetji

⁵ Ameriško patentno pravo kot pogoj za patent zahteva koristnost (angl. *utility*), medtem ko evropsko patentno pravo tega ne pozna, zahteva pa industrijsko uporabljivost inovacije.

(Hall & Ziedonis, 2001), kot pogoj za vstop na tuji trg (Levin et al., 1987) ali celo kot način merjenja uspešnosti zaposlenih v R & R oddelkih (Levin et al., 1987).

Hall in Ziedonis (2001), ki sta proučevala industrijo polprevodnikov v ZDA v osemdesetih letih, sta v svoji empirični študiji ugotovila, da se je patentiranje na stopnjo R & R v industriji polprevodnikov v desetih letih kar podvojilo. Podjetja v tej panogi so agresivno patentirala predvsem zato, da so izgradila portfelje patentov, ki so jih uporabljala za zmanjševanje nevarnosti odvisnosti od zunanjega imetnika patenta ter kasneje tudi za navzkrižno izmenjavo patentov, licenc in druga pogajanja (Hall & Ziedonis, 2001, str. 121).

Bessen in Meurer (2006) sta v raziskavi ameriških javnih podjetij v obdobju od leta 1984 do 1999 ugotovila, da je verjetnost za patentno tožbo večja, če potencialno toženo podjetje večjo pozornost oziroma sredstva namenja R & R, če imajo potencialni tožniki več patentov (večji portfelj patentov) ter če so podjetja večja in so si tehnološko blizu. Hall in Ziedonis (2007, str. 16) pa sta ugotovila, da je možnost, da podjetje postane tarča patentne tožbe, v polprevodniški industriji še nekoliko bolj povezana z velikostjo in intenzivnostjo R & R kot pri podjetjih na splošno.

Riziko tožb nesorazmerno oziroma v večji meri pade na mala podjetja (Lanjouw & Schankerman, 2004), saj je to tveganje glede na patent približno štirikrat večje, kot je tveganje večjih podjetij, glede na sredstva, vložena v R & R, pa je to tveganje za mala podjetja (z manj kot 500 zaposlenimi) v primerjavi z velikimi podjetji skoraj šestkrat večje (Bessen & Meurer, 2006, str. 13).

Podjetja, ki vlagajo patentne zahteve, vidijo patente kot pomemben instrument vzdrževanja oziroma ohranitve konkurenčnega vodstva, predvsem v primeru novih proizvodov. Vseeno pa vidijo vrednost tudi v poslovni skrivnosti, predvsem za procesne inovacije v kemičnem in farmacevtskem sektorju, tisti, ki ne vlagajo patentnih prijav, pa se ne glede na sektor zanašajo na poslovno skrivnost (EPU, 1995, str. 103). Uporaba pravic intelektualne lastnine pripomore k zmanjšanju tveganja na konkurenčnih trgih s tem, ko podjetju omogoča pridobivanje večjih donosov iz naložb v inovacije in ostalim na trgu onemogoča izkoriščanje prednosti inovacij (Caenegem, 2007, str. 4).

4.4 Patentiranje inovacij v malih in srednje velikih podjetjih

Mala in srednje velika podjetja imajo velik ekonomski in socialni pomen, saj v ZDA in Evropi zagotavljajo kar 70 % vseh zaposlitev, v svetovnem merilu pa predstavljajo 99 % vseh podjetij ter ustvarjajo med 40 in 50 % bruto domačega proizvoda. Kljub temu s strani malih in srednje velikih podjetij prihaja le okoli 20 do 30 % patentnih zahtev, na primer v

Nemčiji, ki je daleč najbolj patentno aktivna evropska država, le 0,1 % MSP vложи patentno prijavo (Wurzer & DiGiammarino, 2008, str. 35).

Patent lahko pomeni odskočno desko za »start-up« podjetja, saj s svojimi patenti pritegnejo tvegani kapital in uveljavljajo svoje pravice proti večjim podjetjem. Guellec (2010), priznani strokovnjak v Organizaciji za ekonomsko sodelovanje in razvoj (angl. *Organisation for Economic Co-operation and Development*, v nadaljevanju OECD), je dejal, da so patenti ključnega pomena pri zagotavljanju tržnega deleža za mala podjetja, ki želijo rasti samostojno in se izogniti, da »jih pogoltnejo velika podjetja z več denarja«. To še posebej drži za podjetja na področjih, kjer je intelektualna lastnina ključnega pomena, kot sta biotehnologija ali sektor informacijske tehnologije. Sposobnost licenciranja intelektualne lastnine omogoča sodelovanje podjetjem v inovacijskih omrežjih drugih podjetij. Če podjetje ne more zaščititi svojih izumov, bo tudi manj verjetno, da bo vlagalo vanje.

Dilema (ne)zaščite znanja na področju inovacijskih aktivnosti je znana vsem podjetjem, še posebej malim in srednje velikim podjetjem, saj so sredstva (kot so mehanizmi zaščite intelektualnih stvaritev) v malih podjetjih bolj omejena (Olander et al., 2009, str. 349). Mala in srednje velika podjetja morajo pogosto razkriti določena znanja zaradi pomanjkanja lastnih virov, vseeno pa morajo zaščititi svoje najbolj vredne intelektualne stvaritve, da lahko uspejo ali včasih zgolj samo preživijo.

Slika 18: Dilema (ne)zaščite inovacij

	USTVARJANJE INOVACIJ	USTVARJANJE DOBIČKA IZ INOVACIJ
NEZAŠČITA OZ. ŠIRJENJE ZNANJA	Potrebno za ustvarjanje novih inovativnih kombinacij in idej. Lahko povzroči izgubo ključnih znanj oz. sredstev, ki so prepuščena konkurenci.	Potrebno za dostop do trgov. Lahko povzroči izgubo konkurenčnosti.
ZAŠČITA ZNANJA	Potrebno za varno razkritje obstoječega znanja. Lahko prepreči primeren pretok znanja.	Potrebno za zaščito investicij v inovacije in za varno razkritje inovacij. Lahko povzroči počasnejšo razpršitev.

Vir: H. Olander, P. Hurmelinna-Laukkanen & J. Mähönen, Jukka, *What's small size got to do with it – Protection of intellectual assets in SMEs*, 2009, str. 353.

Podjetje mora najti pravo ravnotežje med razkritjem in zaščito znanja, kar prikazuje Slika 18. Na eni strani je potrebna določena stopnja razkritja znanja, predvsem zaradi ustvarjanja vrednosti skozi kombiniranje oziroma združevanje obstoječega znanja na nove, inovativne načine. Po drugi strani pa morajo podjetja ustvarjati tudi dobiček in pridobivati

povrnjene investicije v inovacije, zato je potrebna tudi zaščita inovacij (pred nezaželenimi imitacijami). Določena stopnja zaščite znanja pa je nujna tudi pri ustvarjanju vrednosti oziroma inovacij (na primer zaščita znanja, ki ga bo lahko podjetje uporabilo za nadaljnje inovacije), prav tako pa je potrebna nezaščita znanja, ko podjetje ustvarja dobiček iz inovacij (na primer za dostop do določenih trgov). Če podjetju uspe pravilno razrešiti dilemo (ne)zaščite znanja, ima lahko to velik vpliv na njegov uspeh (Mazzarol & Reboud, 2008, v Olander et al., 2009, str. 352).

Olander et al. (2009) so skušali odgovoriti na vprašanje, kako je majhnost podjetja povezana z možnostmi zaščite inovacij in posledično s spodbujanjem inovativnosti. Čeprav je položaj vodilnega inovatorja na trgu med najbolj uporabljenimi mehanizmi zaščite v malih podjetjih, ta ni nujno potreben, če imajo mala podjetja tudi druge mehanizme, ki jih lahko uporabijo. Gick (2008, str. 935) je ugotovil, da mala podjetja patent uporabljajo predvsem zato, da dosežejo legitimnost. Predvsem poslovna skrivnost in management človeških virov (kot je delovna zakonodaja) pa sta lahko ključna za ohranjanje znanja znotraj podjetja. Kadar pa podjetja sodelujejo z ostalimi organizacijami, so pogosto uporabljen in učinkovit mehanizem zaščite tudi pogodbe. Takšni neformalni mehanizmi zaščite pogosto zamenjajo tradicionalne, formalne mehanizme. Na podlagi raziskave so avtorji podali štiri predloge (Olander et al., 2009, str. 364–366):

1. Omejenost sredstev malih in srednje velikih podjetij spontano ustvarja potrebo po razkritju njihovega znanja različnim partnerjem in oviro pri uporabi dragih in kompleksnih mehanizmov zaščite.
2. Management človeških virov je kot mehanizem zaščite nujen za mala in srednje velika podjetja.
3. Področje industrije je pomembno pri prizadevanjih za zaščito intelektualne lastnine malih podjetij: bolj je panoga konkurenčna in so zanjo značilne specifične informacije, večji mora biti poudarek podjetij na zaščiti inovacij. Pri tem je ključ upravljanja dileme (ne)zaščite pri malih podjetjih v tem, da ne posnemajo modelov zaščite velikih igralcev, temveč so inovativna tudi pri izbiri svojih lastnih orodij.
4. Mala in srednje velika podjetja naj dajejo večji poudarek na zaščito inovacijskega inputa kakor na zaščito inovacij kot outputa (pri malih podjetjih v raziskavi so bila najpomembnejša inovacijska orodja na začetku inovacijskih aktivnosti).

Raziskava EPU iz leta 1995 je pokazala, da so (bila) mala in srednje velika podjetja skeptična glede patentne zaščite predvsem iz naslednjih razlogov (EPU, 1995, str. 101):

- visoki stroški patentiranja, vključno s pristojbinami (v več primerih se je izkazalo za tvegano in nedonosno investicijo),
- patenti ne zagotavljajo komercialnega izkoriščanja,
- patentna zaščita ni nujno dovolj učinkovita, da bi ustavila imitatorje,

- veliko malih podjetij se raje zanaša na svoj *know-how* in agresivno trženje ali pa to združi skupaj z inovacijami.

Eden izmed razlogov, zakaj se mala podjetja ne odločajo za patentiranje, je torej tudi visok strošek, ki ga prinaša patentiranje (EPU, 1995, str. 101). Ob tem velja poudariti, da je pomembna razlika tudi v tem, da imajo velika podjetja pogosto sama strokovnjake za pripravo patentov, malo podjetje oziroma podjetnik, ki običajno ne ve, kako bi se tega sploh lotil, pa mora najeti patentnega zastopnika. To predstavlja še dodaten strošek. Zato bi veljalo razmišljati v smeri, da bi se EU zgledovala po ZDA, kjer prijavitelji posamezniki, mala podjetja in neprofitne organizacije plačajo le polovične pristojbine za prijavo in vzdrževanje patenta.

V primerjavi z velikimi podjetji je razlika tudi pri izkoriščanju patentne zaščite. Pri malih podjetjih je namreč bolj kot pri velikih zaznati komercialno izkoriščanje patentov, z velikostjo podjetja pa narašča vloga patentov pri prodajanju ali kupovanju licenc, ki so predvsem pomembne v kemičnem in farmacevtskem sektorju (EPU, 1995, str. 104).

Podjetje se mora torej odločiti, katero znanje bo zaščitilo in katerega ne. Določen del znanja mora namreč vseeno ostati v javni domeni in biti dostopen vsakomur, da dosežemo čim višjo raven in razvoj znanja v družbi. To pa ne pomeni, da bi pozabili na pravice intelektualne lastnine, treba je le začrtati meje zasebnega in javnega znanja (Thurow, 1997, str. 102).

4.5 Upravljanje intelektualne lastnine v malih in srednje velikih podjetjih

Wurzer in DiGiammarino (2008, str. 33) sta poudarila pomen upravljanja intelektualne lastnine za podjetja, česar se že nekaj časa zavedajo velika podjetja (multinacionalke), ki ga vidijo kot strateško orodje in ne le zgolj kot pravni mehanizem. V zadnjem času so tudi mala podjetja spoznala potrebo po boljšem upravljanju in izkoriščanju orodij intelektualne lastnine. To ne vključuje samo njihovega izkoriščanja, temveč tudi vključevanje intelektualne lastnine v inovacijske strategije in poslovne modele z uporabo tako pravne kot tudi ekonomske funkcije intelektualne lastnine.

Management intelektualne lastnine lahko razdelimo na tri ključne naloge (Wurzer & DiGiammarino, 2008, str. 34):

- inovacijska podpora,
- upravljanje (management) portfelja in
- izkoriščanje intelektualne lastnine.

Razlogi za takšno delitev so v tem, da inovacijski proces predstavlja temeljni vir neotipljivih sredstev, da mehanizmi zaščite intelektualne lastnine zahtevajo sistematičen pristop k njihovem upravljanju in da ima izkoriščanje intelektualne lastnine večji ali manjši neposreden vpliv na ekonomski uspeh podjetja. Vsaka od teh osnovnih nalog se nato deli še v nadaljnje, ožje naloge.

V letu 2006 je Center za mednarodne študije intelektualne lastnine v Strasbourgu opravil raziskavo med 370 podjetji z namenom ugotavljanja pomembnosti posameznih nalog managementa intelektualne lastnine. Podjetja, ki so podala več kot tisoč patentnih zahtev na leto in imajo 50 zaposlenih v oddelku intelektualne lastnine oziroma 1.000 zaposlenih v oddelku za R & D, so bila označena za multinacionalna podjetja. V raziskavi je tako skupno sodelovalo 169 multinacionalnih podjetij ter 201 malo in srednje veliko podjetje. Ugotovitve raziskave so pokazale, da je za vsa podjetja najpomembnejša inovacijska podpora, ki ji sledi izkoriščanje intelektualne lastnine, najmanj pomembno za podjetja pa je upravljanje portfelja. Multinacionalna podjetja ter mala in srednje velika podjetja vidijo izkoriščanje intelektualne lastnine kot enako pomembno nalogo, pomembnost ostalih dveh nalog pa je za ti dve vrsti podjetij precej različna. Mala in srednje velika podjetja namreč tako upravljanje portfelja kot tudi inovacijsko podporo ocenjujejo za veliko bolj pomembni nalogi kot multinacionalna podjetja (Wurzer & DiGiammarino, 2008, str. 36).

Na podlagi zgornjih ugotovitev lahko identificiramo posebne potrebe pri upravljanju intelektualne lastnine malih podjetij, ki izhajajo iz dveh ključnih razlik med malimi in velikimi podjetji: dostopnosti sredstev (prednost velikih podjetij) in sposobnosti sprejetja hitrih strateških odločitev (prednost malih podjetij). Z vidika sredstev (ne le finančna sredstva, temveč tudi ostala, na primer usposobljen kader, *know-how* ipd.) mora management intelektualne lastnine v malih podjetjih stremeti k varčevanju ali ustvarjanju dodatnih sredstev podjetja. Da pa bi najbolje izkoristila prednost njihove sposobnosti hitrega odločanja, si morajo zagotoviti čim boljše podatke o njihovi splošni poslovni in strateški situaciji na področju intelektualne lastnine (Wurzer & DiGiammarino, 2008, str. 36).

4.6 Vpliv intelektualne lastnine na inovativnost podjetij

Evropski strokovnjaki so enotni, da današnja ekonomija vse bolj temelji na znanju, zato intelektualna lastnina in z njo patenti igrajo pomembno vlogo. Med letoma 1992 in 2002 se je število vloženih patentnih prijav v Evropi, Japonski in ZDA povečalo za več kot 40 %. Ta trend se izraža tudi pri prijavah pri EPO, in sicer od približno 100.000 prijav v letu 1997 do približno 193.000 v letu 2005 (EPO, 2010c). To kaže na pomembnost in ekonomski vpliv, ki ga individualni izumitelji, mala in srednja podjetja, velika podjetja in raziskovalne institucije vidijo v zaščiti svojih inovacij. Način in obseg varstva intelektualne

lastnine ima velik vpliv na inovativnost, zaposlovanje in konkurenco. Patenti lahko inovativnost in ekonomsko rast pod določenimi pogoji spodbudijo, pod določeni pa jo lahko tudi ovirajo. Gre za kompleksen pojav, zato je dober patentni sistem odločilen, da se maksimirajo koristi tako za podjetja kot za celotno ekonomijo (EPO, 2010c).

Instrumenti, strategije in politika zaščite intelektualne lastnine imajo dolgo zgodovino, zato je zanimivo, da je bilo razmeroma malo znanstvene pozornosti namenjene študiji medsebojne (ne)povezanosti intelektualne lastnine in inovativnosti. Intelektualna lastnina, natančneje patenti, imajo pomembno vlogo v inovacijskem sistemu – spodbujajo inovativnost in investiranje te, njihova pomembnost pa je različna med sektorji oziroma industrijami, med državami in skozi čas (Fagerberg et al., 2006, str. 280). Pomembno je, da se zavedamo, da vpliv lahko poteka v obe smeri – ne vpliva samo intelektualna lastnina na inovacije, temveč lahko tudi prisotnost inovacij določi, kakšna bo raven zaščite (Kanwar, 2006, str. 2). Zato pogosto velja, da so države v razvoju na področju intelektualne lastnine šibkejšje, saj imajo le malo inovacij, ki bi jih lahko zaščitile, in ustvarjajo dobiček predvsem z imitacijami tuje tehnologije, medtem ko so razvite države na tem področju močnejše, saj imajo dovolj inovacij, ki jih lahko zaščitijo (Ginarte & Park, 1997; Lerner, 2002).

Pri vprašanju, ali patenti spodbujajo tehnološki napredek in inovativnost podjetij, so mnenja strokovnjakov deljena. Rezultati študije Levin et al. (1987), opravljene med več kot sto različnimi industrijami v ZDA, so pokazali, da bi bila inovativnost enaka tudi brez patentne zaščite in da patenti na splošno niso učinkoviti za zaščito vseh koristi inovacij, z izjemo farmacevtske industrije, kjer so se izkazali za izredno pomembne. Tudi Ashton (1964) zagovarja idejo, da bi se odkritja vrstila enako hitro, tudi če ne bi bilo patentnega sistema. Podobno ugotavlja Mokyr (1990) in pravi, da je patentni sistem verjetno spodbuda za kreativnost, vendar pa ne predstavlja odločilnega dejavnika. Nasprotno pa meni North (1981), ki patentom pripisuje veliko vlogo za tehnološki napredek, saj naj bi se šele s patentnim sistemom rodila vzpodbuda za ustvarjanje.

V zvezi z omenjenim vprašanjem so Mansfield, Schwartz in Wagner (1981) opravili študijo, v kateri so raziskali, kolikšen del inovacij se razvije zaradi patentnega varstva. Analizo so opravili v štirih panogah industrije (farmacevtski, strojni, kemični in električni) v ZDA, rezultati pa so pokazali, da 20 % inovacij ne bi bilo brez patentne zaščite, v farmacevtski industriji pa celo 90 %. Menim, da je takšen rezultat zlasti za farmacevtski sektor razumljiv, predvsem zaradi njene specifičnosti, ki terja velik poudarek na zaščito inovacij. Farmacevtska industrija se namreč ves čas spopada z obstoječimi zdravstvenimi težavami prebivalstva in zdravstvenimi težavami, ki se pojavljajo vedno na novo, zato ogromno vlaga v raziskave in razvoj. Pri zaščiti inovacij se zaradi dolgega življenjskega ciklusa zdravil in dolgih razvojnih obdobj, ki so povezana z visokimi stroški, močno zanaša na pravice intelektualne lastnine. Obdobja veljavnosti izključnih pravic, ki se

dodeljujejo v skladu s patentnim pravom in drugimi mehanizmi (na primer dodatni varstveni certifikat), proizvajalce originalnih zdravil spodbuja k nenehnemu razvoju inovacij.

V nadaljnji študiji je Mansfield (1986) raziskavo razširil na ameriška podjetja iz 12 različnih industrijskih panog. Patentna zaščita se je kot pomembna izkazala v farmacevtski industriji in kemični industriji, kjer 60 % inovacij v prvi oziroma 30 % v drugi ne bi bilo brez patentnega varstva, pri ostalih panogah pa njen učinek ni bil tolikšen oziroma ga pri nekaterih celo ni bilo. Vseeno pa to ne pomeni, da ta podjetja ne uporabljajo patentne zaščite, celo nasprotno, veliko inovacij, pri katerih je bila možna patentna zaščita, je bilo patentiranih, pri farmacevtski in kemični, kjer se je patentna zaščita izkazala za pomembno, pa je bilo zaščitanih več kot 80 % inovacij. Podjetja se tako ne zanašajo na poslovno skrivnost v primerih, ko je mogoča patentna zaščita. Celó v avtomobilski industriji, za katero bi lahko rekli, da so patenti relativno nepomembni, je bilo zaščitanih okoli 60 % inovacij, pri katerih je bila možna patentna zaščita (Mansfield, 1986, str. 180).

Glede vpliva intelektualne lastnine na inovativnost so Varsakelis (2001), Evenson in Kanwar (2003), Park (2005) ter Kanwar (2006) v empiričnih raziskavah ugotovili, da intelektualna lastnina močno pozitivno vpliva na izdatke, ki jih podjetja namenijo raziskavam in razvoju, in s tem posledično tudi na inovativnost. Medtem ko teoretična literatura navaja tako pozitivne kot tudi negativne učinke patentne zaščite na inovativnost, zaključki empiričnih raziskav večinoma kažejo le na pozitiven vpliv, kar pomeni, da pozitivni učinki prevladajo nad negativnimi (Chu, 2009, str. 295). Granstrand (v Fagerberg et al., 2006, str. 285) priporoča, da bi se morale prihodnje raziskave na tem področju bolj osredotočiti na medsebojen vpliv ekonomske, tehnološke in pravne dinamike in bolje kot v preteklih raziskavah povezati teoretična dognanja z empiričnimi študijami.

Povzamemo lahko, da intelektualna lastnina vsaj v določenem delu vsekakor pozitivno vpliva na inovativnost. Če namreč podjetje ne more zaščititi svojih izumov, je tudi manj verjetno, da bo vlagalo vanje. Zaradi patentne zaščite imajo podjetja čas, da nadalje razvijajo in izboljšujejo svoje produkte, odličen izdelek ali inovacija pa daje malemu podjetju priložnost, da zraste v veliko podjetje (EPO, 2010c).

4.7 Intelektualna lastnina v slovenskih podjetjih

V letu 2007 je bila v okviru ciljnega raziskovalnega projekta »Intelektualna lastnina kot instrument za pospeševanje gospodarskega razvoja« izvedena raziskava, katere namen je bil preučiti stanje na področju intelektualne lastnine v Sloveniji. Raziskava je bila osredotočena na tehnološke inovacije, ki so najbolj pogoste v predelovalni dejavnosti, zato

so bila predmet preučevanja podjetja (izpolnjene vprašalnike je vrnilo 166 podjetij), ki so del predelovalne industrije (Cvelbar et al., 2008, str. 3).

V okviru študije je bilo ugotovljeno, da slovenska podjetja vlagajo več v inovacije novih ali izboljšanih proizvodov kot v postopke izdelave. Obe vrsti inovacij podjetja zaščitijo z različnimi mehanizmi. Najbolj uporabljen mehanizem je poslovna skrivnost, uporabljajo pa tudi strokovno znanje, pri postopkih pa tudi komplementarne proizvodne zmogljivosti. Med najmanj učinkovit mehanizem zaščite inovacij, v primerjavi z drugimi mehanizmi, pa spadajo patenti, saj kar 76 % podjetij v obdobju 2004–2006 ni pridobilo nobenega patenta. Od podjetij, ki so v obdobju treh let (od 2004 do 2006) vložila patentno prijavo, jih je (Cvelbar et al., 2008, str. 4):

- 7 % vložilo eno patentno prijavo,
- 3 % vložilo 2, 3 ali 4 patentne prijave,
- manj kot 3 % podjetij pa je vložilo več kot 4 patentne prijave za inovacijo na proizvodih ali postopkih.

Mednarodnih patentov ali patentnih prijav je v skupnem seštevku zelo malo. V približno polovici primerov je delež mednarodnih patentov/prijav v skupnem številu manj kot 10 %. Poleg tega, da slovenska podjetja ne vlagajo patentnih prijav, tudi ne kupujejo patentov od drugih podjetij: 94 % vseh slovenskih podjetij v zadnjih obdobju 2004–2006 ni kupilo niti enega patenta za proizvodno ali procesno inovacijo (Cvelbar et al., 2008, str. 23).

Podjetja, ki so pridobila patent za inovacijo na proizvodu ali procesu (v vzorcu jih je bilo 41), so kot pomembne razloge za vlaganje patentne prijave navedla (Cvelbar et al., 2008, str. 23):

- preprečevanje kopiranja inovacije,
- preprečevanje vlaganja patentnih prijav za podobne izume s strani drugih podjetij ali
- zaščito pred tožbami s strani drugih podjetij.

Najmanj pomembni dejavniki za spodbujanje vlaganja patentnih prijav pa so (Cvelbar et al., 2008, str. 23):

- zaslužek,
- večja pogajalska moč za navzkrižno licenciranje patentov ter
- merjenje uspešnosti zaposlenih v R & R oddelku.

Slovenska podjetja torej tipično vidijo patente predvsem v njihovi tradicionalni defenzivni vlogi, manj pa razmišljajo o aktivni vlogi patentov in alternativnih načinih njihovega izkoriščanja. Za razliko od velikih podjetij so bila mala podjetja tista, ki so med razlogi, ki

spodbujajo patentiranje inovacij, bolj pogosto navajala, da jim to omogoča večjo pogajalsko moč.

Med najpomembnejšimi ovirami za vlaganje patentnih prijav slovenskih podjetij izstopata razloga, da inovacija z vidika podjetja ni dovolj velika novost ter da so stroški pridobitve patenta previsoki. Prvi razlog kaže, da so slovenska podjetja tehnološki sledilci in ne inovatorji. Zadnji razlog se nanaša predvsem na stroške pridobitve mednarodnih patentov. Podjetja tudi ne vidijo tržne uporabe patentov in jim ne pripisujejo pomembnosti pri ocenjevanju uspešnosti, zato niti ne razmišljajo o patentiranju ali nagrajevanju posameznih inovatorjev v podjetju. Predvsem mala in srednje velika podjetja kot zadržek za vlaganje patentne prijave navajajo stroške obrambe patenta na sodiščih, v kolikor pride do sporov (Cvelbar et al., 2008, str. 47). Podobne ugotovitve v raziskavi med ameriški proizvodnimi podjetji je podala tudi študija Cohen et al. (2002), v kateri je bilo ugotovljeno, da so najpoglavitejši razlogi za nepatentiranje inovacij težavnost pri dokazovanju novosti invencije, enostavnost legalnega izumljanja brez patenta in razkritje informacij s prijavo patenta, tem pa sledijo še stroški prijave in stroški obrambe patenta na sodiščih (Cohen et al., 2000, str. 14–15).

Rezultati so tudi pokazali, da velikost podjetja vpliva na značilnosti inovacijske dejavnosti in izkoriščanje intelektualne lastnine v podjetju. Mala podjetja se tako bolj usmerjajo na nove proizvode, srednja in velika podjetja pa na razvoj obstoječih proizvodov. Glede virov financiranja R & R dejavnosti se je izkazalo, da mala podjetja nimajo dovolj internih virov za finančno podporo R & R dejavnosti, zato te največkrat pridobijo s posojili ali državno pomočjo. Po pričakovanju imajo velika podjetja značilno več patentov kot srednja ali mala podjetja. Zanimiva je tudi analiza virov znanja v podjetjih, kjer se je izkazalo, da so tu najbolj dejavna velika in mala podjetja, najmanj pa srednja podjetja. Velika in srednja podjetja imajo in lahko vzdržujejo svoj lastni R & R oddelk, iz katerega črpajo znanje za inovacije. Lastni R & R oddelki jim tudi pomagajo pri preučevanju tujih patentov, ki so za njih pomembnejši vir znanja kot za mala podjetja. Velika podjetja poleg tega tudi značilno več sodelujejo ali imajo skupen razvoj z znanstveno raziskovalnimi institucijami. Mala podjetja zaposlujejo značilno več strokovnjakov iz znanosti kot ostala podjetja, kar lahko razlagamo z dejstvom, da so ustanovitelji majhnih inovativnih podjetij znanstveniki, ki kasneje zaposlujejo tudi sodelavce iz svojih prejšnjih služb. Tudi pri nagrajevanju zaposlenih, ki so razvili inovacijo, se je pokazala razlika v obnašanju podjetij. Velika podjetja največkrat nagrajujejo svoje zaposlene z enkratno denarno nagrado ali s finančno udeležbo na vrednosti inovacije. Mala podjetja pa zaposlenih ne nagrajujejo za inovacije. To lahko razložimo z dejstvom, da so v malih podjetjih inovatorji v večini primerov tudi lastniki (Cvelbar et al., 2008, str. 43–46).

Intelektualna lastnina postaja pomemben element ureditve mednarodnega trga. Majhnost slovenskega trga zahteva usmeritev slovenske industrije v svet, istočasno pa moramo

dopustiti odprtost našega trga, zato so mednarodna pravila intelektualne lastnine relevantna za slovensko industrijo, katere značilnost je prevlada malih in srednje velikih podjetij (Rozman, 1999, str. 1030).

5 INOVATIVNOST IN PRAVNA ZAŠČITA INOVACIJ V SLOVENSKIH MALIH IN SREDNJE VELIKIH PODJETJIH – ŠTUDIJA PRIMERA IZBRANIH PODJETIJ

V študiji primera, ki sem jo opravila med petimi inovativnimi malimi podjetji v Sloveniji, ki so že patentirala svoje izume, sem želela raziskati, kakšne so njihove izkušnje s patentiranjem in kako po njihovem mnenju patentiranje vpliva na inovativnost podjetij. Prav tako sem želela preveriti, kaj podjetniki menijo o slovenskem podpornem okolju in kako učinkovit je ta po njihovem mnenju. Cilj študije primera je ugotoviti, kako pomembno je patentiranje za inovativna mala in srednje velika podjetja ter povezavo med intelektualno lastnino in inovativnostjo teh podjetij. Podjetnikom sem zastavila več vprašanj, povezanih z:

- njihovimi izkušnjami s postopkom prijave in pridobitve patenta,
- nadaljnjimi izkušnjami po pridobitvi patenta (prednosti in slabosti, ki jih vidijo v patentni zaščiti),
- vplivom patentne zaščite na njihovo inovativnost,
- najpomembnejšimi dejavniki, ki vplivajo na inovativnost njihovega podjetja, ter
- izkušnjami z institucijami in podporo, ki jih te nudijo kot pomoč in za spodbujanje ter razvoj malega podjetništva v Sloveniji.

5.1 Podjetje Ham, proizvodnja stolov SpinaliS, d.o.o.

Podjetje Ham d.o.o. proizvaja stole z gibljivim sedežnim delom SpinaliS. Omenjeni izum je nastal kot posledica zdravstvenih težav ustanovitelja podjetja Tomaža Hama. Ta je zaradi bolečin v križu v letu 1999 obiskal kar nekaj zdravnikov in fizioterapevtov, ki so mu svetovali, naj med delom sedi na ortopedski žogi. Ugotovil je, da je sedenje na njej sicer zelo koristno, a pri delu precej naporno in nepraktično, zato si je zgolj za lastno uporabo izdelal stol, ki je odlično posnemal sedenje na žogi, a še ni bil podoben pravemu stolu. Šele ko so si ga zaželele tudi stranke, je začel premišljevali o njegovi izdelavi in trženju. Pred tem je pridobil še pozitivno mnenje zdravnika ortopeda, nato pa se odločil, da bo produkt resnično tržil. Podjetje je za svoj izum pridobilo kar nekaj certifikatov in nagrad, in sicer certifikat skladnosti Biotehniške fakultete z evropskimi standardi o pisarniškem pohištву, priznanje Obrtne zbornice Slovenije za kakovost stolov, znak slovenska kakovost,

Business Award za najbolj inovativno evropsko idejo ter več sejmskih priznanj po Sloveniji in drugod po Evropi.

S prvim patentom je podjetje zaščitilo gibljiv mehanizem pod stolom, drugi patent pa vključuje omejilec gibanja v tem istem gibljivem mehanizmu pod sedežem. Gibljiv element je izdelan iz vijačne vzmeti, gumijastega elementa (ali druge umetne mase, ki je elastična, prožna, trpežna in gibljiva) ali drsnega mehanizma, sestavljenega iz ene konkavne kovinske plošče in ene konveksne kovinske plošče, med katerima so ležajne kroglice, ki omogočajo gibanje sedežne površine v vseh smereh. Produkt proizvajajo sami s pomočjo kooperantov, ki za podjetje izdelujejo posamezne sestavne dele, pri prodaji pa prehajajo na franšizni model.

Podjetje je najprej prijavilo nacionalni patent s prednostno pravico, modelno zaščito v večini evropskih držav in ZDA, prav tako pa je prijavilo tudi blagovno znamko, ki je registrirana v večini evropskih držav. Nov patent iz leta 2010 je podjetje prijavilo kot evropski patent, nato v posameznih državah EU in v ZDA. Podjetnik meni, da so stroški za mala podjetja in inovatorje posameznike precej visoki, večja podjetja pa si tovrstne zaščite zlahka privoščijo. Mali inovator ima namreč zelo redko možnost zaščititi svoj izum in za to porabiti 100.000 ali celo 200.000 EUR, poleg tega pa mu patentna zaščita še ne zagotavlja popolne varnosti, saj je v primeru spora treba za odvetnike odšteti kar visok znesek denarja, dokazila ob spremembah kršenega patenta pa so tudi dolgotrajna in zelo težka. Podjetje je že imelo težave s poskusom kopiranja njihovega produkta na Češkem, pri čemer jim je patentna zaščita koristila, saj je kršitelj po odvetnikovem pismu z navedbo vseh možnih sankcij za kršitelja uvidel, da se mu kopiranje ne izplača.

Podjetniku se zdi pomembno, da je svoj izum zaščitil s patentom, vendar meni, da je zelo pomembno, da se izuma ne ščiti le s patentom, temveč tudi vsemi drugimi možnimi načini, predvsem pa je treba graditi blagovno znamko. Prednosti patentne zaščite podjetje vidi predvsem v dokazovanju avtorstva ideje in v pravnih postopkih za zaščito trga, slabost pa je po njihovem mnenju visoka cena in nujnost registracije v vsaki deželi posebej, kar pa je zopet povezano s časom in stroški, zato se strinjajo z uvedbo t.i. patenta Skupnosti (oziroma sedaj imenovanega patenta EU), ki naj bi vzpostavil enotnejši in cenejši sistem patentiranja, saj bi bil takšen način patentiranja bolj dostopen tudi malim podjetjem.

Glede inovativnosti podjetnik meni, da je ta povezana z osebnostjo posameznikov, večkrat pa do inovacij pripelje razmišljanje o rešitvi posameznikovih problemov. Meni pa tudi, da patentiranje izuma pozitivno vpliva na inovativnost njihovega podjetja. V zvezi s slovenskim podpornim okoljem meni, da bi moral biti sistem selekcije do upravičenosti državne pomoči za zagon malih podjetij pravičen in učinkovit, vendar pa današnji svet ne deluje v tej smeri. Sam je podjetje ustanovil skoraj brez kapitala, zaradi česar je razvoj do

današnjega stanja trajal toliko časa, vendar je prepričan, da je to prava pot, saj prehitra rast povzroča nemalo težav in pasti.

5.2 Podjetje Envit, okoljske tehnologije in inženiring, d.o.o.

Envit, okoljske tehnologije in inženiring, d.o.o. (v nadaljevanju Envit) je podjetje za okoljske tehnologije in inženiring, njihovo poslanstvo pa je trženje znanja o tehnologijah remediacije tal in sedimentov skupaj z oceno tveganja, ki so ga razvili in patentirali na Univerzi v Ljubljani v preteklih 15 letih. Podjetje je tako »*spin-off*« Univerze v Ljubljani in član Ljubljanskega univerzitetnega inkubatorja, njegovi ustanovitelji pa so ekipa perspektivnih znanstvenikov in raziskovalcev, strokovnjaki na področju remediacije tal in sedimentov z izjemnimi referencami v smislu številnih objav v mednarodno visoko priznanih znanstvenih publikacijah in izkušnjami v vodenju projektov.

Ukvarjajo se s sanacijo onesnaženih območij, predvsem s čiščenjem tal, in računajo, da jim bo s patentirano tehnologijo uspelo na sam vrh. V raziskavi trga so namreč ugotovili, da je v Evropi s težkimi kovinami onesnaženih vsaj 90.000 območij, sanacija, ki je nujno potrebna, pa naj bi države in zasebnike po trenutnih ocenah stala okoli 7.500 milijard EUR. Prav Envitova tehnologija naj bi stroške sanacije precej oklestila, saj gre za inovativno in mnogo bolj učinkovito tehnologijo. Njihova inovativna in patentirana tehnologija namreč povečuje učinkovitost odstranjevanja težkih kovin z onesnaženih tal s primerjalno nižjimi stroški sanacije. Za realizacijo vstopa na svetovni trg si podjetje prizadeva pridobiti investitorje tveganega kapitala, leta 2010 pa je podjetje prejelo tudi nagrado za najboljše »*start-up*« podjetje (»Slovenski start-up leta 2010«).

V času od njihove ustanovitve konec leta 2009 pa do danes je podjetje večino časa namenilo razvoju tehnologije ter prijavam na projektne razpise, vmes pa so tudi že poskušali prodajati storitve, ki jih tržijo. Poleg same tehnologije se namreč ukvarjajo tudi z meritvami vsebnosti in biodosegljivosti (potencialne toksičnosti), izdelavo poročil in iskanjem posamezne tehnologije sanacije za odpadke, da ti ne bi bili več nevarni, ter načini vlaganja onesnažil v tla, da ne bi prihajalo do spiranj in negativnih učinkov.

Glede na to, da je podjetje odcepljeno podjetje Univerze v Ljubljani in da bazično znanje prihaja od tam, so trenutno vsi patenti last Univerze in zaščiteni le v Sloveniji, saj so še povsem novi in v fazi razvoja, zato se tudi spreminjajo. Eno izmed evropskih prijav bodo tako pred podelitvijo patenta tudi umaknili, ker ni več aktualna, saj se razvoj tako hitro spreminja. Direktorica podjetja meni, da so stroški, povezani s patentiranjem, previsoki, predvsem za »*start-up*« podjetja, ki bi morala ta denar vlagati v razvoj, zato bi si želeli cenejše in enotnejše postopke zaščite. Patentiranje se namreč dejansko izplača le podjetjem, ki jim patenti letno prinašajo dobiček. Za njihovo podjetje pa patent pomeni le

zaščito v smislu inovativnosti in dokaz, da so prvi izumili določeno tehnologijo. Nikakor pa si podjetje ne more privoščiti, da bi se spuščalo v spore, povezane s patentiranjem, saj tudi v primeru napada korporacij nimajo sredstev za drage sodne spore. Zato je edina rešitev, da so z znanjem in razvojem ves čas korak pred ostalimi. Zaščita njihovih izumov ni samo pravna, gre namreč za specifičen *know-how*, saj nihče ne bo mogel vedeti toliko kot dejanski raziskovalec, ki je prišel do teh spoznanj. Prav tako je tudi vsak od raziskovalcev specialist za določeno področje, vsa znanja skupaj pa so tista, ki predstavljajo konkurenčno prednost, hkrati pa so vsi trije raziskovalci skupaj lastniki podjetja in nimajo interesa, da bi znanje prešlo iz podjetja.

Podjetnica meni, da je patent posledica inovativnosti, zato morajo biti inovativni, saj je njihova konkurenčna prednost znanje. Za inovativnost pa so ključni ljudje, ki morajo imeti možnost razmišljanja in spodbude, da producirajo ideje. Glede podpornega sistema v Sloveniji meni, da je sistem vzpostavljen in da se razvija. Sami so trenutno v procesu pridobivanja sredstev, zdi se jim le, da je sistem mogoče preveč tog z veliko birokracije. Vsekakor pa se podjetništvo v Sloveniji vse bolj razvija tudi v smislu ozaveščanja ljudi, veliko dogodkov je na to temo, tudi izobraževalni sistem se spreminja in uvaja pozitivno klimo za podjetništvo.

5.3 Podjetje IzoElektro, proizvodnja in trgovina, d.o.o.

Podjetje IzoElektro, proizvodnja in trgovina, d.o.o. deluje dobrih deset let in od ustanovitve dalje največ pozornosti posveča proizvodnji in prodaji lastnih izdelkov, razvojno-raziskovalnemu delu ter prodaji izdelkov, namenjenih elektrodistribuciji. Zaradi dobrega poznavanja razmer na domačem in tujem trgu iz področja elektroenergetike se je podjetje v pretežnem delu vključilo v prodajo opreme za vzdrževanje, obnovo in novogradnjo elektroenergetskih sistemov. Ti se v svetu med seboj razlikujejo glede na napetostni nivo prenosa energije, konfiguracijo terena, naseljenost in energetske potrebe odjemalcev. Kot malo podjetje ima možnost hitrega prilagajanja potrebam in zahtevam tržišča. Z lastnimi kadri in zunanjimi sodelavci se vključuje v strokovne skupine posameznih elektrodistribucij v Sloveniji ter spremlja njihove razvojne programe in usmeritve. Na osnovi konkretnih potreb po racionalizaciji in posodobitvi opreme in delovanja sistema prenosa električne energije pripravlja razvojne projekte, ki so neposredno vezani na tehnološko dopolnjevanje in racionalizacijo elektroenergetskega sistema.

Njihovi najpomembnejši prodajni artikli so izdelki iz lastne proizvodnje, velik del so tudi tisti, ki so plod lastnega razvoja, na primer:

- samostojna vzmetna sponka (patentirana leta 1999),

- nizko napetostni odvodnik prenapetosti (prvi so izdelali nizko napetostni odvodnik za zunanjo montažo v silikonskem plašču, patentiran leta 2005),
- srednje napetostni kompozitni izolator (patentiran leta 2006),
- kapa izolatorja za ojačitev vzmetne nihajne sponke za pritrditev električnega vodnika (patentirana leta 2008),
- odklopna naprava za nizko napetostni odvodnik prenapetosti (patentirana leta 2008) in
- nizko napetostni odvodnik prenapetosti z vgrajeno visoko učinkovito odklopno napravo (patentiran leta 2009).

Gre torej za inovativno podjetje, ki vse od svoje ustanovitve velik del posveča razvoju novih produktov, svoje inovacije pa tudi patentira (na slovenskem trgu). Leta 2000 je postalo tudi nosilec certifikata kakovosti. Pri njihovi odločitvi za patentiranje izumov so prevladali kupci, saj so jim želeli potrditi, da ponujajo inovativne izdelke. Ti produkti namreč pomenijo pomembno konkurenčno prednost podjetja pred ostalimi podjetji.

Podjetju se postopek pridobitve patenta brez zastopnika zdi zapleten, visoki stroški patentiranja pa so bili tisti, ki so prevladali pri odločitvi, da izdelkov niso patentirali tudi v tujini. Zato bi si želeli, da bi bile cene patentov za mala podjetja nižje (kot je to npr. pri ameriškem patentu, kjer mala podjetja plačajo le polovične pristojbine za prijavo in vzdrževanje patenta), prav tako pa se strinjajo z uvedbo patenta EU. Menijo, da je v njihovem primeru patentna zaščita najučinkovitejši način zaščite konkurenčne prednosti, zato je zelo pomembno, da so izume patentirali, saj lahko izdelek dobro tržijo prvo leto. Slabost patentne zaščite pa vidijo v stroških v primeru, da ne podjetje ne uspe z artiklom. Pri svojem delovanju so že naleteli na težave s kopiranjem njihovih izumov, vendar zaradi nezaščite v tujini kopiranja tam ne morejo preprečiti.

Podjetnik vidi pozitivno povezavo med inovativnostjo in patentiranjem, saj kot pomemben element inovativnosti v njihovem podjetju vidi zahtevo vodstva po prijavi najmanj enega izuma letno (zato je njegov namen tudi nadalje razvijati in patentirati produkte). Motor inovativnosti pa sta poleg tega še zaposlovanje mladih ambicioznih strokovnjakov, ki imajo željo po izobraževanju, in nagrajevanje zaposlenih.

Podjetje tudi koristi sistem podpore malemu podjetništvu in se nenehno javlja na različne razpise za pridobitev denarnih sredstev, pri čemer je dokaj uspešno. Podjetnik meni, da inovativnemu in ambicioznemu podjetniku uspeh ne more izostati, pri čemer je treba rasti s svojo sposobnostjo, naj bo to doma ali v tujini. Sam je tako podjetje ustanovil pri svojih petdesetih, saj je želel sam tržiti lastne inovacije.

5.4 Podjetje KGS Krajnc, kmetijske in gradbene storitve, biomasa in raziskovanje, d.o.o.

Podjetje KGS Krajnc, kmetijske in gradbene storitve, biomasa in raziskovanje, d.o.o. je družinsko podjetje. Opravljanje kmetijskih storitev so začeli že v sedemdesetih letih. Sprva so njihove usluge opravljali le s traktorjem, kasneje pa tudi z žitnim kombajnom. Leta 1984 so začeli delati kot samostojni podjetniki in v tem času ob kmetijskostrojnih začeli opravljati tudi gradbenostrojne storitve, s katerima se ukvarjajo še danes, njihovi novi dejavnosti pa sta izdelava lesne biomase ter raziskovanje in razvoj.

Njihovo raziskovanje je trenutno usmerjeno k razvoju analitičnega odločitvenega modela optimalnih parametrov obdelave lesnih vlaken. Raziskovalna področja podjetja so naslednja:

- optimizacija tehnologije postopka,
- študija odvisnosti rezalnih parametrov od snovskih lastnosti vhodnih materialov,
- modeliranje postopkov sekanja lesnih vlaken,
- višanje učinkovitosti in ekonomičnosti sekalnih postopkov,
- določanje optimalnih obratovalnih režimov glede na vrsto lesnega vlakna ter
- preučevanje in prilagajanje postopkov sekanja glede na vrsto kurilne naprave in njene specifikke.

Pri razvojno-raziskovalnem delu sodelujejo z Laboratorijem za inteligentne CAD⁶ sisteme na Fakulteti za strojništvo Univerze v Mariboru. Dosedanje nekajletno sodelovanje je že pripeljalo tudi do konkretnih raziskovalnih izsledkov, na podlagi katerih so v podjetju razvili nov sistem za praznjenje bagske izkopne zajemalke, predmetni izum pa so leta 2010 tudi patentirali za območje Slovenije. Predmet izuma sta naprava in metoda za praznjenje bagske izkopne zajemalke in rešujeta tehnični problem praznjenja bagske izkopne zajemalke, pri čemer se vrši praznjenje oziroma čiščenje notranjega dela izkopne zajemalke avtomatsko med samim kopanjem jarkov z gradbenim strojem. Naprava po izumu prenaša mehansko moč iz gradbenega stroja na napravo za praznjenje bagske izkopne zajemalke in zagotavlja kontinuirano delovanje bagra, pri čemer je proces praznjenja bagske izkopne zajemalke sinhroniziran z delovanjem bagra. Končen rezultat je zvišanje produktivnosti bagra, s tem pa znaten prihranek energije in časa.

Patentiranje izuma je bilo naključno, saj so ga razvili za potrebe njihove dejavnosti in za zdaj še ne pomeni ključne konkurenčne prednosti podjetja, jim pa pripomore k temu, da lahko opravljajo storitve, ki jih drugi ne morejo. Patentne zaščite tako ne vidijo zgolj v

⁶ CAD je kratica za računalniško podprto načrtovanje oziroma računalniško podprto konstruiranje (angl. *Computer Aided Design* ali *Computer Aided Drafting*).

tem, da podjetje patentiran izum trži, temveč ta lahko prispeva tudi h kakovostnejšemu opravljanju storitev, na podlagi tega pa lahko podjetje pridobi konkurenčno prednost pred ostalimi podjetji. Podjetje tudi meni, da patentiranje izuma pozitivno vpliva na inovativnost podjetja.

Glede na to, da so imeli patentnega zastopnika, je bil postopek patentiranja za samo podjetje dokaj enostaven, bil pa je nekoliko dolgotrajen. Podjetnik meni, da so patentne pristojbine za Slovenijo zmerne, za tuje trge pa so pristojbine in prevodi znatno predragi, zato se tudi niso odločili patentirati njihovega izuma na tujih trgih. Zaradi tega podjetnik meni, da bi bilo v Evropi treba uvesti patent, ki bi bil cenovno dostopnejši malim podjetjem, saj je pomembno, da se izume, ki jih podjetje trži, zaščiti s patentiranjem. Patentna zaščita je po njihovem mnenju dokaj primeren način zaščite konkurenčnih prednosti, ki izvirajo iz inovacij, in v njej ne vidijo nobenih slabosti.

Glede podpore države pri zagonu in delovanju malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji podjetnik meni, da je ta za zdaj še premajhna.

5.5 Podjetje Uni kristal, podjetje za projektiranje in tehnično svetovanje, d.o.o.

Podjetje Uni kristal, podjetje za projektiranje in tehnično svetovanje, d.o.o. se ukvarja z več dejavnostmi, in sicer s projektiranjem in vodenjem projektov, konstrukcijo in izdelavo strojev in naprav, zagonov strojev in linij, posnemanjem, rekonstrukcijo in izdelavo nadomestnih delov ter izdelavo prototipov. Gre za inovativno podjetje, katerega dejavnost so razvoj inovacij, dodelave obstoječih strojev ter odpravljanje težav na strojih in napravah.

Podjetje je patentiralo nekaj svojih izumov, zadnji je bil transportni voziček, ki je prvenstveno namenjen prevozu težjih tovorov, npr. mobilnih tribun in podobno, na mesto postavitve in njihovem natančnemu premikanju. Razlog za patentiranje je bil v tem, da so se po predstavitvi ideje ustrašili, da bi jo eventualni naročnik vzel za svojo (jo na nek način ukradel). Patentno prijavo so vložili le za območje Slovenije, in sicer prek patentne pisarne, zato je bil postopek za podjetje enostaven, saj je celotno skrb prevzela patentna pisarna. Menijo pa, da so cene patenta, še posebno mednarodnega, veliko previsoke, še posebej če je lastnik patenta fizična oseba ali manjše podjetje, zato se strinjajo z uvedbo patenta, ki bi bil cenejši in dostopnejši malim podjetjem. Če bi bilo patentiranje cenejše, bi se podjetje tudi v prihodnje odločilo zanj, v nasprotnem primeru pa se jim to ne splača oziroma bi se jim le v primeru široko uporabne inovacije. Podjetje patenta ne vidi kot konkurenčne prednosti (v smislu kakovosti ipd.), ampak le kot potrditev inovativnosti in pomoč pri trženju tega izdelka. Tudi zadnji patent je s finančnega vidika pomenil izgubo za

podjetje, vendar je bil koristen z vidika, da se z inovacijo niso okoristili drugi in je tako deloval kot zaščita. Vseeno pa patent ne pomeni popolne zaščite pred krajo intelektualne lastnine. Slabost patenta podjetje vidi v razkritju inovacije, ki jo je tako lažje kopirati, in če podjetje nima dovolj finančnih sredstev, si tudi ne more privoščiti tožb, povezanih s patenti. Podjetje se je srečalo tudi s posnemanjem inovacije v tujini, vendar jim patentna zaščita ni koristila, saj je bil izum patentiran le v Sloveniji.

Podjetnik kot najboljši način zaščite konkurenčnih prednosti, ki izvirajo iz inovacij, v njihovem primeru vidi v dobri pogodbi s fiksno denarno kaznijo za kršitelja pogodbe. Meni, da podelitev patenta ne vpliva na inovativnost njihovega podjetja, saj vseskozi razvijajo nove produkte, ki jih navadno ne patentirajo, v nadaljevanju pa se bodo za patentiranje odločili le v primeru, če bo šlo za izdelek široke potrošnje. Tudi podpore države za zdaj še niso iskali, čeprav od podpornih institucij redno prejemajo obvestila. Do njih ima odklonilno mnenje, saj meni, da ne delujejo podporno malim podjetjem. Sodelovali so namreč z malimi podjetji, ki so prejeli podporo, vendar so ta kmalu ugotovila, da je takšna podpora lahko veliko breme (predvsem birokratsko), če podjetje za to najame svetovalca, pa ta odnese velik del sredstev. Pomoč bolj kot od podpornih institucij (skladov ipd.) pričakujejo od Gospodarske zbornice Slovenije, s katere delovanjem so nezadovoljni.

5.6 Ugotovitve študije primera

Na podlagi opravljene študije primera lahko strnem naslednje ugotovitve:

1. Zelo malo slovenskih malih in srednje velikih podjetij se odloči, da bo svoje inovacije zaščitilo s patentiranjem.

Na to ugotovitev je napeljalo dejstvo, da je med patentiranimi izumi (v raziskavi sem se osredotočila predvsem na slovenske patente) zelo malo takšnih, ki so jih patentirala mala podjetja, v večini gre namreč za velika podjetja ali podjetja s tujimi lastniki, velik del pa predstavljajo tudi izumitelji-inventorji ter seveda znanstvene organizacije (npr. univerze, inštituti, ipd.).

2. Poglavitni razlog za nepatentiranje inovacij malih in srednje velikih podjetij je v previsokih stroških, povezanih s patentno prijavo (pristojbine, prevodi, zastopniki). Prav tako si malo podjetje kljub patentni zaščiti ne more privoščiti nadaljnjih sporov zaradi kršenja pravic intelektualne lastnine.

Mala in srednje velika podjetja si zaradi omejenih sredstev ne morejo privoščiti visokih stroškov, ki jih prinaša patentna zaščita. Velik del sredstev podjetja namenijo že samemu

razvoju novih produktov, zato jih visoki stroški patentiranja pogosto odvrnejo, da bi nove produkte zaščitili s patentom. Kot je mogoče ugotoviti na podlagi intervjujev, je tudi malim podjetjem, ki so patentirala svoje inovacije, patentna zaščita predraga, prav tako pa tudi stroški patentnih sporov. Večina podjetnikov namreč nima potrebnega znanja in pa tudi časa, zato se za pomoč pri vlaganju patentne prijave obrnejo na patentnega zastopnika, kar jim seveda olajša postopek pridobitve patenta, prinese pa jim tudi višje stroške. Podjetja navadno zmorejo stroške pridobitve slovenskega patenta, ne pa tudi stroškov evropskega ali mednarodnega patenta, zato v večini primerov svojih inovacij ne zaščitijo v tujini. To pomeni, da tuja podjetja nimajo zadržkov pred kopiranjem njihovih produktov in jih brez težav tržijo v tujini, slovenskim podjetjem pa tako onemogočijo, da bi s svojo inovacijo uspela tudi v tujini in bila konkurenčna tujim podjetjem.

3. Mala in srednje velika podjetja svoje inovacije patentirajo predvsem iz naslednjih razlogov:

- **preprečevanje kopiranja inovacije,**
- **preprečevanje vlaganja patentnih prijav za podobne izume s strani drugih podjetij ali**
- **dokaz inovativnosti podjetja – potrditev kupcem, da ponujajo inovativne proizvode oziroma storitve in s tem pomoč pri trženju teh proizvodov oziroma storitev.**

Ugotovitve študije primera so v tem delu zelo podobne ugotovitvam raziskave intelektualne lastnine v Sloveniji, predstavljene v točki 4.7, saj so tudi v tej podjetja kot najpogostejši razlog za patentiranje navajala preprečevanje kopiranja inovacije in preprečevanje vlaganja patentnih prijav za podobne izume s strani drugih podjetij. V predmetni raziskavi je bila med prevladujočimi razlogi za patentiranje tudi zaščita pred tožbami s strani drugih podjetij, ki pa ga med podjetniki, s katerimi sem opravila intervjuje, ni bilo zaslediti, saj so vsi poudarili, da jim patentiranje ne prinaša popolne zaščite, saj si kot mala podjetja ne morejo privoščiti visokih stroškov patentnih sporov. Ravno tu je mogoče opaziti razliko med malimi in velikimi podjetji, saj se lahko le slednja spuščajo v spore zaradi kršenja intelektualne zaščite. Pri malih podjetjih so še toliko pomembnejši kupci, zato ne preseneča, da kot razlog za patentiranje navajajo tudi potrditev kupcem, da ponujajo inovativne produkte.

4. Mnenja podjetij glede vpliva patentiranja na inovativnost so deljena. Nekateri podjetniki menijo, da patentna zaščita pozitivno vpliva na inovativnost njihovega podjetja, ostali pa te povezave ne vidijo.

Inovativnost in intelektualna lastnina sta vsekakor povezana pojma, saj je pravna zaščita eden izmed načinov za varovanje konkurenčnih prednosti, ki izvirajo iz inovacij. Mnenja o

tem, ali patentiranje in ostali načini pravnega varstva pozitivno vplivajo na inovativnost, pa so deljena tako v strokovni literaturi (obravnavano v točki 4.7) kot tudi v praksi, kar se odraža tudi opravljeni raziskavi. Nekateri podjetniki tako patentiranje vidijo kot nujno zlo, saj svoje inovacije ne morejo uspešno zaščititi na drugačen način, spet drugi pa v patentiranju vidijo spodbudo za nadaljnji razvoj novih produktov.

5. Podjetniki menijo, da so za inovativnost njihovega podjetja ključni ljudje, njihovo znanje in motiviranost.

Tudi te ugotovite potrjujejo teoretična dognanja. Uspešni podjetniki se zavedajo, da so ljudje ključ do uspeha inovativnega podjetja. Zato je pomembno njihovo izobraževanje, možnost razmišljanja in motivacija, pri čemer je pomembno tudi nagrajevanje zaposlenih za njihovo inovativnost.

6. Podjetniki učinkovitost podpornega okolja v Sloveniji vidijo različno. Nekateri menijo, da je pomoč malim podjetjem zadostna in dostopna podjetjem, večina pa meni, da sistem ni najboljše vzpostavljen – kot slabost sistema izpostavljajo preveč birokratske in zapletene postopke pridobivanja finančnih sredstev ter tudi nepravilno razdeljevanje sredstev.

Za razvoj podjetništva je zelo pomembno spodbudno okolje, ki ga ustvari država s svojimi ukrepi, predvsem primerno finančno okolje za podjetnike, saj jim olajšuje dostop do semenskega, zagonskega, rizičnega in garancijskega kapitala. Da ukrepi države dosežejo svoj namen, morajo biti postopki za pridobivanje sredstev čim prijaznejši do uporabnikov, to je podjetnikov, institucije pa morajo delovati usklajeno in zaposlovati strokovnjake, ki lahko nudijo ustrezno podporo malim podjetjem, da lažje uresničijo svoje cilje.

SKLEP

V sodobni družbi znanja je cilj podjetij postati inovativno podjetje, inovativnost pa je ključni dejavnik gospodarskega in celotnega družbenega razvoja. Novonastali trgi so predvsem zaradi svoje majhnosti navadno nezanimivi za velika podjetja, zato pa so toliko bolj zanimivi za mala in srednje velika podjetja, ki iščejo tržne vrzeli na že obstoječih velikih trgih z uvajanjem neke nove tehnologije sli storitve. Zagotovo je temeljna težava malih podjetij v pomanjkanju virov, vendar danes obstajajo podpirne institucije, ki podpirajo tehnološki razvoj malih podjetij in inovatorjev. Težja dostopnost virov se pri malih podjetjih premaguje tudi s pomočjo vrednot. Vrednote lahko zajamejo majhne trge in njihove stroškovne strukture ter se lahko prilagodijo nizkim maržam. Proces alokacije virov dovoljujejo podjetnikom, da nadaljujejo intuitivno, kar pomeni, da ni treba, da vsako svojo odločitev podprejo z raziskavo in analizo (Christensen & Overdorf, 2000, str. 73).

Mala in srednje velika podjetja so z vidika inovativnosti zelo pomembna, saj predstavljajo vodilno inovacijsko silo, vendar le redko katero izmed njih izstopa kot inovacijski voditelj (Acs & Audretsch, 1990), kar pomeni, da lahko večino malih in srednje velikih podjetij uvrstimo med inovacijske zasledovalce. Mala podjetja zaradi pomanjkanja ustreznih finančnih virov in strokovnih znanj ne morejo izvajati strategije temeljnega strateškega poslovnega cilja intelektualne lastnine, tj. preprečevanja nezakonite uporabe pravic intelektualne lastnine. Ta cilj je glede na dejstvo, da povsod po svetu glavnino industrijskega sektorja predstavljajo inovacijski zasledovalci, tako omejen na zelo ozek krog inovacijskih voditeljev (Pretnar, 2002, str. 188–189). Predhodna ugotovitev bi lahko pomenila, da je intelektualna lastnina za večino podjetij nepomembna, vendar obstaja alternativen poslovni cilj, ki je poslovno in finančno primeren za mala in srednja velika podjetja ter ostale inovacijske zasledovalce, in sicer popolno ali vsaj razumno zmanjšanje tveganja kršitev pravic intelektualne lastnine, ki jo posedujejo inovacijski voditelji. Tveganje morebitne kršitve pa lahko podjetje najbolje oceni, če za svoj izum vloži patentno prijavo, ki je preverjena glede novosti izuma, kar pomeni, da je za malo podjetje ključno, da za bistvene dosežke lastnega razvoja vlaga patentne prijave (Pretnar, 2002, str. 191–193). Vsekakor velja, da malo podjetje, ki se odloči, da bo patentiralo inovacijo, pridobi čas za izboljševanje obstoječih proizvodov oziroma za razvoj novih, to pa mu daje možnost za uspeh in sposobnost konkuriranja pred ostalimi, pogosto tudi večjimi podjetji. Glede na to, da so mala in srednje velika podjetja omejena s finančnimi sredstvi, morajo pred patentiranjem tudi razmisliti, kje bodo tržila svoje inovacije, saj je od odločitve odvisna tudi izbira najprimernejšega in za podjetje najugodnejšega načina patentiranja (nacionalni, evropski ali mednarodni patent).

Mala in srednje velika podjetja, ki sodijo med inovacijske sledilce, naj bi pri odločitvi glede patentiranja svojih inovacij ravnala enako kot inovacijski voditelji, vendar obstaja ključna razlika pri namenu patentne zaščite. Inovacijski voditelji si namreč z njo gradijo svoj portfelj pravic intelektualne lastnine z namenom preprečiti tretjim osebam nedovoljeno uporabo njihovih pravic, za inovacijske zasledovalce pa je to predvsem natančen vir informacij, ki odločilno pripomore k zmanjševanju tveganja kršitve pravic, ki so v lasti tretjih oseb, predvsem inovacijskih voditeljev (Pretnar, 2002, str. 195). Intelektualna lastnina tako ni pomembna le za velika podjetja, pač tudi za rast in konkurenčnost malih in srednje velikih podjetij. Neločljivo je povezana z razvojno-raziskovalnim delom in inovacijsko dejavnostjo, saj šele učinkovita zaščita pomeni neke vrste garancijo, da bomo lahko tržili produkte inovativnega ustvarjanja. Če podjetje ne poskrbi za varstvo svoje inovacije (s patentiranjem ali kakšno drugo primerno zaščito), se lahko sooči s konkurenti, ki izkoriščajo isto inovacijo, a so pri tem stroškovno v ugodnejšem položaju, saj jim zanjo ni treba vlagati lastnih sredstev v raziskave in razvoj. Zato je pomembno ne le poznavanje obsega varovanih pravic, temveč tudi njihovo vključevanje v poslovno strategijo podjetja.

Intelektualna lastnina je torej pomembna tudi za mala in srednje velika podjetja, ki morajo pri vsaki inovaciji, ki jo razvijejo, postaviti na tehtnico, ali jo bodo patentirala in se izognila možnim patentnim sporom z multinacionalkami ali bodo uporabila druge načine zaščite in jo uporabljala v komercialne namene brez patenta. Kot je bilo ugotovljeno v raziskavi med slovenskimi podjetji in tudi v študiji primera, ki sem jo opravila v okviru magistrske naloge, pa mala podjetja svoje inovacije ne patentirajo zgolj zato, da bi se izognili možnim sporom, temveč tudi zaradi potrditve inovativnosti kupcem.

Največjo težavo pri patentiranju malim in srednje velikim podjetjem predstavljajo visoki stroški, povezani s patentno zaščito, zato je nujen sprejem patentnega sistema, ki bi bil dostopnejši malim podjetjem. Takšno ureditev naj bi prinesel patent EU in ravno v marcu 2011 je v Bruslju potekalo prvo formalno zasedanje gospodarskega dela Sveta za konkurenčnost, na katerem so ministri za gospodarstvo evropskih držav prižgali zeleno luč za patent EU. Ocenjuje se, da bi predlagani sistem patentne zaščite v EU pridobitev patenta pocenil do 20.000 EUR. Primerljiv Evropski patent je danes celo 10-krat dražji od patenta v ZDA ali na Japonskem, zato je patent EU ključen za zagotovitev globalne konkurenčnosti EU na področju inovacij. Čeprav bo Evropski patentni urad tako kot že sedaj deloval v treh delovnih jezikih, bo uporabnik lahko prijavo za patent EU vložil v vsakem uradnem jeziku EU in bo pri tem deležen 100 % povračila stroškov prevoda v delovni jezik patentnega urada. Z uvedbo patenta EU se pričakuje, da bo enostavnejši in cenejši patent za nekajkrat povečal njegovo uporabo v Sloveniji (danes je okoli 100 prijav evropskih patentov in okoli 30 potrjenih evropskih patentov letno).

Dolgoročen konkurenčen obstoj podjetja torej ni mogoč brez inovacij in nenehnega inoviranja, zato se mora temu prilagoditi ne le vodenje podjetja, temveč tudi splošen pristop k organizaciji in upravljanju podjetja. Mala podjetja so po strukturi manj zapletena, zato so bolj prilagodljiva in fleksibilna. Vodstvo je pogosto hkrati izvajalec mnogih poslovnih, razvojnih in deloma proizvodnih procesov, število zaposlenih pa primerno, da lahko vsakdo najde svoje mesto in prispevek k skupnemu ustvarjanju in inovativnosti. Postavljeni vidiki izboljšanja konkurenčnosti in cilji morajo biti usmerjeni v notranje procese, rast in znanje zaposlenih ter način poslovanja s strankami, šele kot zadnji vidik uspešnosti, kljub vsemu ne povsem zanemarljiv, si mora podjetje postaviti finančni rezultat. Predvsem pa si morajo podjetja drzniti razvijati vedno nove inovacije, saj so ravno te tiste, ki jih lahko pripeljejo do uspeha in dolgoročnega konkurenčnega obstoja. Ali kot je dejal Johann Wolfgang von Goethe: »Drzne ideje so kot šahovske figure, ki se premikajo naprej; morda bodo poražene, morda pa začenjajo zmagovalno igro.«

LITERATURA IN VIRI

1. Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (1990). *Innovation and small firms*. Cambridge (Massachusetts): MIT Press.
2. Acs, Z. J., Carlsson, B., & Thurik, R. (1996). *Small business in the modern economy*. Oxford: Blackwell.
3. Ashton, T. S. (1964). *The Industrial Revolution*. London: Oxford University Press.
4. A. T. Kearney. (2007). *Innovation Management Assessment*. Najdeno 30. marca 2011 na spletnem naslovu www.atkearney.de/.../file_at_kearney_innovation_management_assessment_119462882228bc.pdf
5. Bainbridge, D. (1996). *Intellectual Property*. London: Pitman Publishing.
6. Bavcon, L. (2003). *Leksikon pravo* (2. izdaja). Ljubljana: Cankarjeva založba.
7. Bessen, J. E., & Meurer, M. J. (2005). The Patent Litigation Explosion. *Working Paper*, No. 05–18, 1–33. Boston: Boston University School of Law.
8. Bodlaj, M. (2009). *Povezanost med tržno naravnostjo, inovacijami in uspešnostjo podjetja: konceptualni model in empirična preverba* (doktorska disertacija). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
9. Bučar, M., & Stare, M. (2007). Inovacije v storitvah – možnosti slovenskih akterjev v EU? *IB revija*, 41(3/4), 27–39.
10. Bugar, J. (2003). Celoviti management invencijsko-inovacijskih procesov v Iskraemecu. *Tretji jesenski posvet strokovnjakov s področja učečih se podjetij: učinkovitost invencijsko-inovativne dejavnosti v podjetju* (str. 38). Ljubljana: Inštitut za razvoj učečega se podjetja.
11. Chesbrough, H. W. (2003a). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Boston, Massachusetts: Harvard Business Press.
12. Chesbrough, H. W. (2003b). The Era of Open Innovation. *Sloan Management Review*, 44(3), 35–41.
13. Chesbrough, H. W., Vanhaverbeke, W., & West, J. (2006). *Open Innovation: Researching a New Paradigm*. New York: Oxford University Press.
14. Chidamber, S. R., & Kon, H. B. (1994). A research retrospective of innovation inception and success: the technology-push, demand-pull question. *International Journal of Technology Management*, 9(1), 94–112.
15. Christensen C. (2010). Disruptivne inovacije. Najdeno 14. decembra 2010 na spletnem naslovu http://www.claytonchristensen.com/disruptive_innovation.html
16. Christensen, C. M., & Overdorf, M. (2000). Meeting the Challenge of Disruptive Change. *Harvard Business Review*, 78(2), 66–75.
17. Christensen, C. M., & Horn, M. B. (2008). On Innovation. *BizEd*, May/June 2008, 32–34.
18. Chu, A. C. (2009). Macroeconomic Effects of Intellectual Property Rights: A Survey. *Academia Economic Papers*, 37, 283–303.

19. Cohen, W. M., Nelson, R. R., & Walsh, J. (2000). Protecting Their Intellectual Assets: Appropriability Conditions and Why US Manufacturing Firms Patent (Or Not). *NBER Working paper, No. 7552*, 1–31. Cambridge: National Bureau of Economic Research.
20. Cvelbar, U., Marc, M., & Knežević Cvelbar, L. (2008). *Intelektualna lastnina v slovenskih podjetjih: analiza in rezultati raziskave o stanju intelektualne lastnine v slovenskih podjetjih 2004–2007*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, Inštitut Jožef Štefan, Urad za intelektualno lastnino RS.
21. Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators. *The Academy of Management Journal*, 34(3), 555–590.
22. Damanpour, F. (1992). Organizational Size and Innovation. *Organization Studies*, 13(3), 375–402.
23. Davenport, T. H., DeLong, D. W., & Beers, M. C. (1998). Successful knowledge management projects. *Sloan Management Review*, 39(2), 43–57.
24. Davies, S. (1979). *The diffusion of process innovations*. Cambridge (England): Cambridge University Press.
25. Dnevnik. (2010, 16. avgust). *Enoten evropski patent bo še vedno drag*. Najdeno 23. oktobra 2010 na spletnem naslovu <http://gazela.dnevnik.si/sl/Novice/2026/Enoten+evropski+patent+bo+%C5%A1e+vedno+drag>
26. Duh, M. (1998). *Malo in srednje veliko podjetje*. V J. Belak (ur.), *Razvoj podjetja in razvojni management: posebnosti malih in srednje velikih podjetij*. (str. 99–120). Gubno: MER Envrocenter.
27. Ettlie, J. E., Bridges, W. P., & O'Keefe, R. D. (1984). Organization Strategy and Structural Differences for Radical versus Incremental Innovation. *Management Science*, 30(6), 682–695.
28. Komisija Evropskih skupnosti, European Innovation Scoreboard 2009 (2010). Najdeno 20. novembra 2010 na spletnem naslovu <http://www.proinno-europe.eu/metrics>
29. Komisija Evropskih skupnosti, European Innovation Scoreboard 2010 (2011). Najdeno 15. aprila 2011 na spletnem naslovu <http://www.proinno-europe.eu/innometrics/page/innovation-union-scoreboard-2010>
30. European Patent Office. (1995). Utilisation of Patent Protection in Europe, EPO Survey. *World Patent Information*, 17 (2), 100–105.
31. European Patent Office. (2005). *The cost of a sample European patent – new estimates*. Najdeno 4. oktobra 2010 na spletnem naslovu http://eupat.ffii.org/papers/smepanel0607/smepanel0601_cost_european_.pdf
32. European Patent Organisation. (2010a). *Applications 2000–2009*. Najdeno 3. novembra 2010 na spletnem naslovu [http://documents.epo.org/projects/babylon/eponet.nsf/0/57439235539A0D63C125755B005CAFC1/\\$File/applications_20002009_per_residence_en.pdf](http://documents.epo.org/projects/babylon/eponet.nsf/0/57439235539A0D63C125755B005CAFC1/$File/applications_20002009_per_residence_en.pdf)
33. European Patent Organisation. (2010b). *Member States*. Najdeno 3. novembra 2010 na spletnem naslovu <http://www.epo.org/about-us/epo/member-states.html>

34. European Patent Organisation. (2010c). *Innovation and Economy*. Najdeno 3. novembra 2010 na spletnem naslovu <http://www.epo.org/topics/innovation-and-economy/economic-impact.html>
35. Komisija Evropskih skupnosti. (2010). Povzetek preiskave farmacevtskega sektorja. Najdeno 18. decembra 2010 na spletnem naslovu http://ec.europa.eu/competition/sectors/pharmaceuticals/inquiry/communication_sl.pdf
36. Fagerberg, J., Mowery D. C., & Nelson R. R. (2006). *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford: Oxford University Press.
37. Fagerberg, J., Mowery, D. C., & Nelson, R. R. (2006). *The Oxford handbook of innovation*. Oxford [etc.]: Oxford University Press.
38. Fatur, P., & Likar, B. (2009). *Ustvarjalnost zaposlenih za inovativnost podjetja: sistemski vidiki managementa idej kot gradnika uspešne organizacije*. Koper: Fakulteta za management.
39. Gick, W. (2008). Little Firms and Big Patents: A Model of Small-Firm Patent Signaling. *Journal of Economics & Management Strategy*, 17(4), 913–935.
40. Glas, M., & Pšeničny, V. (2000). *Podjetništvo – izziv za 21. stoletje*. Ljubljana: Gea College.
41. Glavič, P. (2009). Raziskovalo-razvojno-inovativni dosežki Slovenije 2008. *Inženirska akademija Slovenije*. Najdeno 10. februarja 2011 na spletnem naslovu http://www.ias.si/data/upload/RAZISKOVALNO_RAZVOJNO_INOVATIVNI_DOSEZKI_SLOVENIJE__2008%281%29.pdf
42. Ginarte, J. C., & Park, W. G. (1997). Determinants of patent rights: A cross-national study. *Research Policy*, 26(3), 283–301.
43. Gould, D. M., & Gruben, W. C. (1996). The role of intellectual property rights in economic growth. *Journal of Development Economics*, 48(2), 323–350.
44. Hall, B. H., & Ziedonis, R. H. (2001). The Patent Paradox Revisited: An Empirical Study of Patenting in the US Semiconductor Industry, 1979–95. *RAND Journal of Economics*, 32(1), 101–128.
45. Hall, B. H., & Ziedonis, R. H. (2007). An Empirical Analysis of Patent Litigation in the Semiconductor Industry. *ELSA, UC Berkeley*, januar 2007, 1–30.
46. Hall, B. H. (2004). Exploring the Patent Explosion. *NBER Working Paper, No. 10605*, 1–27. Cambridge: National Bureau of Economic Research.
47. Hoffman, K., Parejo, M., Bessant, J., & Perren, L. (1998). Small firms, R&D, technology and innovation in the UK: a literature review. *Technovation*, 18(1), 39–55.
48. Humhreys, P., McAdam, R., & Leckey, J. (2005). Longitudinal evaluation of innovation implementation in SMEs. *European Journal of Innovation Management*, 8(3), 283–304.
49. Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije. Najdeno 20. oktobra 2010 na spletnem naslovu <http://www.japti.si/>
50. Kanwar, S. (2006). Innovation and Intellectual Property Rights. *Working papers 142*. Delhi: Centre for Development Economics, Delhi School of Economics.

51. Kanwar, S., & Evenson, R. (2003). Does intellectual property protection spur technological change? *Oxford Economic Papers*, 55, 235–264.
52. Kitch, E. W. (1986). Patents: Monopolies or Property Rights? *Research in Law and Economics*, 8, 31–49.
53. Kitch, W. (2000). Elementary and Persistent Errors in the Economic Analysis of Intellectual Property. *Vanderbilt Law Review*, 53 (november 2000), 1727–1741.
54. Kline, S. J., & Rosenberg, N. (1986). An Overview of Innovation. V R. Landau, & N. Rosenberg, (ur.). *The Positive Sum Strategies: Harnessing Technology for Economic Growth* (str. 275–304). Washington, DC: National Academy Press.
55. Kos, M. (1996). *Inovacijski management*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
56. Kotnik, P. (2004). *Inovacijska dejavnost podjetij: njene determinante, vpliv na produktivnost in pomen za mednarodno konkurenčnost* (doktorska disertacija). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
57. Krejan, S. (2006). Priročnik o pravicah intelektualne lastnine. *TehnoCenter UM d.o.o. & IRP Inštitut za raziskovanje podjetništva*. Najdeno 3. januarja 2011 na spletnem naslovu http://www.foruminovacij.si/resources/files/doc/prirocnik_o_pravicah_intelektualne_lastnine.pdf
58. Lanjouw, J. O., & Schankerman, M. (2004). Protecting Intellectual Property Rights: Are Small Firms Handicapped? *Journal of Law and Economics*, (47), 45–74.
59. Lerner, J. (2002). 150 Years of Patent Protection. *American Economic Review*, 92(2), 221–225.
60. Levin, R. C., Klevorick, A. K., Nelson, R. R., & Winter, S. G. (1987). Appropriating the Returns from Industrial Research and Development. *Brookings Papers on Economic Activity*, 3, 783–831.
61. *Ljubljanski univerzitetni inkubator*. Najdeno 20. novembra 2010 na spletnem naslovu <http://www.lui.si>
62. Ložar, B. (2009). Analiza inovativnosti v slovenskem gospodarstvu: Sistematizacija inkrementalnih in prebojnih inovacij v Sloveniji. *Gospodarska zbornica Slovenije*. Najdeno 12. decembra 2010 na spletnem naslovu http://www.tia.si/shared_files/Dokumenti/PorociloINO09.pdf
63. Mansfield, E. (1986). Patents and Innovation: An Empirical Study. *Management Science*, 32(2), 173–181.
64. Mansfield, E., Schwartz, M., & Wagner, S. (1981). Imitation Costs and Patents: An Empirical Study. *The Economic Journal*, 91(dec. 1981), 907–918.
65. Mladi podjetnik. (2010, 19. februar). *Slovenski podjetniški sklad razpisal novih 3,5 mio evrov subvencij za zagon podjetij*. Najdeno 13. novembra 2010 na spletnem naslovu <http://mladipodjetnik.si/novice-in-dogodki/novice/slovenski-podjetniski-sklad-razpisal-novih-3-5-mio-evrov-subvencij-za-zagon-podjetij>
66. Mokyr, J. (1990). *The Level of Riches: Technological Creativity and Economic Progress*. London: Oxford University Press.

67. Nemet, G. F. (2009). Demand-pull, technology-push, and government-led incentives for non-incremental technical change. *Research Policy*, 38, 700–709.
68. North, D. (1981). *Structure and Change in Economic History*. New York, London: Norton.
69. Olander, H., Hurmelinna-Laukkanen, P., & Mähönen, J. (2009). What's small size got to do with it – Protection of intellectual assets in SMEs. *International Journal of Innovation Management*, 13(3), 349–370.
70. Organisation for Economic Co-operation and Development & Eurostat. (2005). *Oslo Manual, Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data* (3rd ed.). Paris: OECD.
71. Park, W. (2005). Do intellectual property rights stimulate R & D and productivity growth? Evidence from cross-national and manufacturing industries data. V J. Putnam (ur.), *Intellectual Property Rights and Innovation in the Knowledge-Based Economy* (9. pogl., str. 1–51), Calgary: University of Calgary Press.
72. Pivka, H., & Puharič, K. (1997). *Pravo mednarodne trgovine*. Ljubljana: Uradni list Republike Slovenije.
73. Poslovni Dnevnik. (2010, 9. maj). *JAPTI za usposabljanje zaposlenih v podjetjih namenja 200 tisoč evrov nepovratnih sredstev*. Najdeno 23. oktobra 2010 na spletnem naslovu http://www.dnevnik.si/poslovni_dnevnik/1042358027
74. Pravilnik o vodenju evidence subjektov inovativnega okolja. *Uradni list RS* št. 25/2008.
75. Pretnar, B. (2002). *Intelektualna lastnina v sodobni konkurenci in poslovanju: pravne osnove, ekonomska analiza in podjetniški cilji*. Ljubljana: GV Založba.
76. Puharič, K. (1997). *Pravna ureditev pravic intelektualne lastnine in podlage za njihovo podjetniško funkcijo*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
77. Rebernik, M. (2003). *Ekonomika inovativnega podjetja*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
78. Roland Berger Market Research. (2004). *Study on the cost of patenting: final report*. München: Roland Berger Market Research.
79. Rozman, B. (1990). Intelektualna lastnina in patentni uradi v dobi globalizacije, 36(6), 1027–1040.
80. Rus, M., & Kos, A. (2009). Podjetniki, izkoristite storitve podpornega okolja. *Revija Podjetnik*. Najdeno 20. decembra 2010 na spletnem naslovu <http://www.podjetnik.si/default.asp?KatID=487&ClanekID=4389>
81. Schumpeter, J. A. (1951). *The Theory of Economic Development: an Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. *Harvard economic studies* (Vol. 46). Cambridge (Massachuseets): Harvard University Press.
82. Shumpeter, J. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy* (5th ed.). London: Allen & Unwin.
83. Slovenski podjetniški sklad. (2010). *Predstavitev*. Najdeno 17. decembra 2010 na spletnem naslovu http://www.podjetniskisklad.si/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=12

84. Statistični urad Republike Slovenije. (2004, 30. december). Inovacijska dejavnost v predelovalnih in izbranih storitvenih dejavnostih, Slovenija, 2001–2002. *Statistične informacije*, št. 370.
85. Statistični urad Republike Slovenije. (2007, 10. maj). Inovacijska dejavnost v predelovalnih in izbranih storitvenih dejavnostih, Slovenija, 2002–2004. *Statistične informacije*, št. 29.
86. Statistični urad Republike Slovenije. (2008, 1. december). Inovacijska dejavnost v predelovalnih in izbranih storitvenih dejavnostih, Slovenija, 2004–2006. *Statistične informacije*, št. 49.
87. Statistični urad Republike Slovenije. (2009). *Metodološka navodila za popis inovacijske dejavnosti v predelovalni dejavnosti in izbranih storitvenih dejavnostih*, št. 11. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije.
88. Statistični urad Republike Slovenije. (2010a). *Inovacijska dejavnost v predelovalnih in izbranih storitvenih dejavnostih, Slovenija, 2006–2008 – končni podatki*. Najdeno 9. decembra 2010 na spletnem naslovu http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?ID=34
89. Statistični urad Republike Slovenije. (2010b). *Inovacijska dejavnost v predelovalnih in izbranih storitvenih dejavnostih, Slovenija, 2006–2008 – začasni podatki*. Najdeno 9. decembra 2010 na spletnem naslovu http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?ID=3163
90. Statistični urad Republike Slovenije. (2010c). *Podjetja v Sloveniji po dejavnosti in velikosti glede na število oseb, ki delajo*. Najdeno http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=1418801S&ti=&path=../Database/Ekonomsko/14_poslovni_subjekti/01_14188_podjetja/&lang=2
91. Sušjan, A. (2003). *Izbrana poglavja iz politične ekonomije*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
92. Šeme, A. (2009). Kam po denar za inovacije. *Revija Manager*, (št. 3), 34–35.
93. Thomond, P., & Lettice, F. (2002). Disruptive Innovation Explored. 9th IPSE International Conference on Concurrent Engineering: Research and Applications (str. 1021–1025). Lisse (Netherlands): A. A. Balkema Publishers.
94. Thurow, L. C. (1997). Needed: A New System of Intellectual Property Rights. *Harvard Business Review*, 75(5) (1997), 94–103.
95. Tidd, J., & Bessant, J. R. (2009). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change* (4th ed.). Chichester (England): J. Wiley.
96. Tidd, J., Bessant, J. R., & Pavitt, K. (2001). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. Chichester [etc.]: J. Wiley.
97. Urad Republike Slovenije za intelektualno lastnino. (2010a). *Informacija o evropski patentni prijavi*. Najdeno 14. januarja 2011 na spletnem naslovu http://www.uil-sipo.si/uploads/media/uil_informacija_EPO_01.pdf
98. Urad Republike Slovenije za intelektualno lastnino. (2010b). *Informacija o mednarodni patentni prijavi*. Najdeno 14. januarja 2011 na spletnem naslovu http://www.uil-sipo.si/uploads/media/uil_informacija_PCT.pdf

99. Urad Republike Slovenije za intelektualno lastnino (2010c). *Letno poročilo Urada za intelektualno lastnino za leto 2009*. Najdeno 15. januarja 2011 na spletnem naslovu http://www.uil-sipo.si/fileadmin/upload_folder/URSIL-SIPO_LP-AR_2009.pdf
100. Urad Republike Slovenije za intelektualno lastnino (2011c). *Postopek za pridobitev varstva*. Najdeno 15. januarja na spletnem naslovu <http://www.uil-sipo.si/uil/dejavnosti/patenti/postopek-za-pridobitev-varstva/postopek-podelitve/>
101. Urad RS za intelektualno lastnino (2010d). *Statistični podatki*. Najdeno 20. decembra 2010 na spletnem naslovu <http://www.uil-sipo.si/uil/urad/o-uradu/statisticni-podatki/>
102. Urad Republike Slovenije za intelektualno lastnino (2011a). *Osnove intelektualne lastnine*. Najdeno 15. januarja na spletnem naslovu <http://www.uil-sipo.si/uil/urad/o-intelektualni-lastnini/osnove-intelektualne-lastnine/>
103. Urad Republike Slovenije za intelektualno lastnino (2011b). *Patentno varstvo v Sloveniji*. Najdeno 15. januarja na spletnem naslovu <http://www.uil-sipo.si/uil/dejavnosti/patenti/patentno-varstvo-v-sloveniji/>
104. Uredba Komisije Evropske skupnosti št. 800/2008. *Uradni list Evropske unije* št. L 214/3.
105. Uredba o pristojbinah Urada Republike Slovenije za intelektualno lastnino. *Uradni list RS* št. 128/06.
106. Vaghely, I. P., & Julien P. A. (2010). Are opportunities recognized or constructed?: An Information Perspective on Entrepreneurial Opportunity Identification. *Journal of Business Venturing*, 25(1), 73–86.
107. Van Caenegem, W. (2007). *Intellectual property law and innovation*. Cambridge (England) [etc.]: Cambridge University Press.
108. Varsakelis, N. (2001). The impact of patent protection, economy openness and national culture on R&D investment: A cross-country empirical investigation. *Research Policy*, 30, 1059–1068.
109. Wagner, E. R. & Hansen E. N. (2005). Innovation in large versus small companies: insights from the US wood products industry. *Management Decision*, 43(6), 837–850.
110. *World Intellectual Property Organisation*. (1995). *Intellectual Property. Reading Material*. World Intellectual Property Organization. Geneva: World Intellectual Property Organization.
111. *World Intellectual Property Organisation*. (2001). *Intellectual Property Handbook*. World Intellectual Property Organization, publ. št. 489(E). Geneva: World Intellectual Property Organization.
112. *World Intellectual Property Organisation*. (2010). *Statistics PCT*. Najdeno 5. novembra 2010 na spletnem naslovu <http://wipo.int/ipstats/en/statistics/pct/>
113. Wurzer, A. J., & DiGiammarino, P. (2008). Smaller IP owners seek better management and returns. *Managing Intellectual Property*, Dec2008 (185), 33–36.
114. Zakon o gospodarskih družbah – ZGD-1. *Uradni list RS* št. 65/2009-UPB3, 83/2009 Odl.US: U-I-165/08-10, Up-1772/08-14, Up-379/09-8, 33/2011.
115. Zakon o industrijski lastnini. *Uradni list RS* št. 51/2006-UPB3.

116. Zakon o podpornem okolju za podjetništvo – ZPOP-1. *Uradni list RS* št. 102/2007.
117. Zirnststein, E. (2007). *Patentno varstvo v Evropi*. Koper: Fakulteta za management.