

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE
**INTELEKTUALNA LASTNINA IN PRAVNA ZAŠČITA MOBILNE
APLIKACIJE**

Ljubljana, september 2016

ANŽE KOCJANČIČ

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisani Anže Kocjančič, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtor predloženega dela z naslovom Intelktualna lastnina in pravna zaščita mobilne aplikacije, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem prof. dr. Mitja Kovač.

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravil samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbel, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobil vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označil;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnal v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobil soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne 23.9.2016

Podpis študenta:

KAZALO

UVOD	1
1 INTELEKTUALNA LASTNINA	3
1.1 Glavne vrste intelektualne lastnine	4
1.2 Gospodarski pomen	5
2 PATENT	6
2.1 Vrste patenta	6
2.2 Urad Združenih držav Amerike za patente in znamke.....	7
2.3 Patentiranje mobilne aplikacije.....	7
2.3.1 Primer patentiranja mobilne aplikacije.....	8
2.3.2 Metode patentiranja MyFlare alert mobilne aplikacije.....	8
2.4 Vloga za prijavo patenta	9
2.5 Stroški patentiranja mobilne aplikacije.....	10
3 BLAGOVNA ZNAMKA	11
3.1 Izpolnjevani pogoji blagovne znamke	12
3.2 Pomen registracije blagovne znamke.....	12
3.3 Ali lahko izgubimo pravice do blagovne znamke?.....	13
3.4 Blagovna znamka v primeru mobilne aplikacije	13
4 AVTORSKE PRAVICE	16
4.1 Pridobitev avtorskih pravic	17
4.2 Čas trajanja avtorskih pravic.....	17
4.3 Mednarodne avtorske pravice	17
4.3.1 Pogodba in enostranski sporazum	18
4.4 Avtorske pravice aplikacije	18
5 STRATEGIJA INTELEKTUALNE LASTNINE	19
5.1 Pristop k strategiji	20
5.2 Postavitev strategije	20
5.3 Možnosti pravne zaščite mobilne aplikacije	21
5.4 Proračun	22
5.5 Zaščita intelektualne lastnine v eni ali več državah.....	23
5.6 Hipoteze	23
SKLEP	24
LITERATURA IN VIRI	25
PRILOGA	

KAZALO SLIK

Slika 1: Glasbene ikone mobilnih aplikacij.....	14
Slika 2: Ikone mobilnih aplikacij	15

UVOD

Trg mobilnih aplikacij je dinamičen, intenziven in raste eksponentno, kar se dnevno spreminja s tehnološkim napredkom. Življenjska doba mobilnih aplikacij ni pretirano dolga, zato je pomembno, da se v času, preden aplikacija pride na trg, ustvarjalci ali ustanovitelji, seznanijo z različnimi oblikami pravnih zaščit, ki jih lahko pridobijo. Z informiranostjo na področju zagotavljanja pravic intelektualne lastnine, si lahko prihranijo veliko poslovnih in finančnih spodrseljajev, ki so pomembna prednost predvsem v okolju, kjer vlada ostra konkurenca in so napake lahko hitro usodne. Preučujoče delo temelji na intelektualni lastnini in pravnih zaščitah mobilnih aplikacij, z vidika poslovne prakse v Združenih državah Amerike (v nadaljevanju ZDA).

Preučujoče delo je namenjeno predvsem tistim organizacijam, katerih primarna dejavnost je razvijanje mobilnih aplikacij, saj celotno delo temelji na postopkih in konceptih, ki omogočajo lažjo informiranost o intelektualni lastnini in oblikah pravnih zaščit v primeru razvoja mobilne aplikacije. Preučujoče delo je namenjeno ljubiteljem mobilnih aplikacij, podjetjem s sorodno dejavnostjo in bralcem, ki jih zanima poslovno pravo oziroma, če smo bolj natančni, pravo intelektualne lastnine.

Skozi teoretični in praktični vidik preučujočega dela, sem prišel do ugotovitev, da je mogoče mobilne aplikacije patentirati bodisi z oblikovalnim bodisi z funkcionalnim patentom. Pri funkcionalnem patentu je več različnih načinov patentiranja, eden izmed njih je na primer, na kakšen način mobilne aplikacije komunicirajo s strežnikom ali drugimi mobilnimi napravami. V primeru oblikovalnega patenta pa se lahko patentirajo okrasne značilnosti mobilne aplikacije, torej videz ikon ali zaslonov. Razvijalci oziroma ustvarjalci mobilne aplikacije pridobijo z ustvarjenjem kode samodejne avtorske pravice. Kljub temu sama registracija avtorskih pravic pripomore k formalnosti in informiranju v primeru, ko pride do kršenja avtorskih pravic. Blagovne znamke imajo v svetu mobilnih aplikacij zelo pomembno vlogo. Sama prepoznavnost mobilne aplikacije velikokrat temelji na prepoznavanju določenih komponent, kot so logotip, ime, slika ali drugi vizualni elementi, ki so značilni za določeno mobilno aplikacijo.

Namen preučujočega dela je ugotoviti, ali je mogoče s pravnega vidika zaščititi mobilne aplikacije in kateri elementi mobilne aplikacije so lahko predmet zaščite, ter se seznaniti z morebitnimi stroški ob pridobitvi pravne zaščite ter ostalih komponent, ki sestavljajo obliko pravne zaščite, kot so na primer funkcionalnost, trajnost, prednosti ipd. Iz tega stališča, želim podjetja in organizacije informirati pri morebitnem odločanju o prihodnjem poslovanju. Cilj zaključne naloge je, s pomočjo teoretičnega dela postaviti strategijo, ki temelji na minimiziranju stroškov ob hkratnem doseganju visoke ravni pravne zaščite.

V okviru raziskave sem uporabil naslednje raziskovalne metode:

- metoda kompilacije
- metoda deskripcije ali opisovanja
- študij zbiranja strokovne literature

Za zbiranje teoretičnega dela sem uporabil spletno publikacijo oziroma sekundarne vire podatkov, katere temeljijo na raznolikosti tuje literature. Prednost zbiranja sekundarnih podatkov je predvsem enostaven in hiter dostop ter v velikih primerih nižja cena za razliko od zbiranja primarnih podatkov.

Predpostavke s katerimi sem se soočal skozi problematiko so bile naslednje:

- dostopnost in razpoložljivost tuje literature,
- brezplačna literatura,
- zadostno število pridobljene tuje literature,
- zanesljivost sekundarnih podatkov.

Pri pripravi preučujoče naloge sem se srečal z različnimi omejitvami kot so:

- omejenost s strani dostopnosti in razpoložljivosti literature,
- plačljiva strokovna literatura,
- pomanjkanje sekundarnih podatkov, zaradi relativno nove tematike v poslovnem svetu.

V raziskovalnem delu preučujoče naloge sem se soočal z naslednjimi vprašanji:

- Ali je mogoče patentirati mobilno aplikacijo?
- Kaj je lahko predmet patentiranja v mobilni aplikaciji?
- Zakaj je blagovna znamka pomembna v svetu mobilnih aplikacij?
- Ali lahko pridobimo avtorske pravice na podlagi mobilne aplikacije?
- Zakaj je varovanje pravic intelektualne lastnine pomembno?

Hipoteze:

- Oblikovalni patent je primeren za tista podjetja, katera si želijo pravno zaščititi vizualni del mobilne aplikacije, a hkrati ne želijo investirat previsok znesek v pravno zaščito.
- Blagovna znamka igra veliko vlogo v svetu mobilnih aplikacij.
- Z mobilno aplikacijo ni mogoče pridobiti avtorske pravice.

V teku preučujoče naloge sem navedel tri hipoteze, katere so bile zasnovane na podlagi raziskovalnega dela in pridobljenih sekundarnih virov.

Delo je razdeljeno na dva dela. V prvem delu bo predstavljen teoretični vidik z primeri iz poslovnega sveta in razlago osnovnih pojmov, konceptov in različnimi vrstami intelektualne lastnine. V nadaljevanju se bom osredotočil predvsem na vrste oziroma oblike intelektualne lastnine, bolj natančno avtorske pravice, patente in blagovne znamke, ter z njimi povezanimi registracijo, funkcionalnostjo, stroški pridobitve, prednostmi ipd. Drugi del vsebuje strategijo intelektualne lastnine, ki združuje teoretični del s praktičnim delom in vsebuje koncepte, ki se lahko uporabijo v poslovnem svetu za lažje in učinkovitejše začetno poslovanje malih ali start-up podjetij.

Problematika s katero se srečujejo podjetja, čigar primarna dejavnost je mobilna aplikacije je, ali je iz pravnega vidika moč zaščititi mobilno aplikacija? Kaj točno lahko zaščitimo v mobilni aplikaciji in katere vrste so najbolj primerne? Tudi drugi dejavniki vplivajo na problem, kot je odločanje v katerih državah želimo pridobiti varstvo pravic intelektualne lastnine, povezani stroški s stališča razširitve intelektualne lastnine in časovni vidik. Vsa našeta vprašanja in dejavniki, ki vplivajo na samo odločitev si lahko preberete v teku naloge.

1 INTELEKTUALNA LASTNINA

Pravo intelektualne lastnine, se ukvarja z pravili za zaščito in uveljavljanje zakonskih pravic na podlagi izumov, modelov in umetniških del. Tako kot zakon varuje osebno lastnino in nepremičnine ter izključni nadzor nad neopredmetenimi sredstvi. Namen teh zakonov je spodbuditi ljudi k inovativnosti oziroma k razvijanju ustvarjalnega dela, ki koristi družbi, hkrati pa zagotavlja možnost pridobitve dobička na podlagi ustvarjalnega dela brez strahu pred poneverbo s strani drugih (Intellectual Property Law, b.l.). Učinkovito varstvo pravic intelektualne lastnine vključno s patenti, blagovnimi znamkami, avtorskimi pravicami in drugimi oblikami je bistvenega pomena pri državnem spodbujanju inovacij. Inovacije običajno zahtevajo velike naložbe v izobraževanje, raziskave in razvoj ter delo, ki prinese inovativne ideje na trg. Če bi tretja oseba izum na kakršen koli način poneverila, bi to ustvarjalca ideje močno prizadelo tako finančno kot poslovno in s tega vidika bi se zmanjšala spodbuda k inovativnosti ter kredibilnost ustave ZDA (Why Intellectual Property Matters, b.l.). Zakone intelektualne lastnine, ki jih sprejme kongres, uveljavljata dve vladni agenciji. Urad Združenih držav Amerike za patente in znamke (angl. *United States Patent and Trademark Office*, v nadaljevanju USPTO) in Urad Združenih držav Amerike za avtorske pravice (angl. *United States Copyright Office*, v nadaljevanju USCO) (Intellectual Property Law, b.l.).

Konceptualno lahko pravice intelektualne lastnine razumemo, kot z zakoni določene privilegije, ki nadzorujejo lastništvo in uporabo predmetov, kategoriziranih kot neoprijemljivi ali nesnovni ter s tem abstraktni in razumski. Ti predmeti niso ekskluzivni,

saj se lahko pojavljajo na več mestih hkrati ter se uporabljajo istočasno, ne da bi se ob tem porabljali. Posedovanje ali uporaba takšnega predmeta s strani določene osebe, drugim ne prepreči posedovanja ali uporabe istega predmeta. Čeprav si pravice intelektualne lastnine delijo skupne in osnovne lastnosti, kot na primer pravice neoprijemljivih in abstraktnih predmetov ter njihove prostorske omejitve, se med seboj razlikujejo v mnogih zakonskih podrobnostih in značilnostih (Straus, 2015).

Varstvo pravic intelektualne lastnine je pomembno, ker (Why Intellectual Property Matters, b.l.):

- spodbuja inovacije in ustvarja nova delovna mesta,
- spodbuja k razmišljanju o inovativnih idejah, kreativnih modelih in drugih neopredmetenih sredstvih v dragocenih poslovnih sredstvih,
- je sestavni del pravne države in dobrega upravljanja,
- spodbuja javno zdravje in varstvo ter boj proti ponarejenemu blagu.

Stabilno varstvo pravic intelektualne lastnine ima neposreden vpliv na gospodarstvo, kar odraža tudi podatek, da so ZDA na samem vrhu inovativnih držav. Več o samem vplivu intelektualne lastnine na gospodarstvo v ZDA je navedeno v točki 1.2.

1.1 Glavne vrste intelektualne lastnine

Intelektualna lastnina je izraz, ki se nanaša na blagovne znamke, izum, oblikovanje ali druge vrste ustvarjanja, ki pripadajo osebi ali podjetju na podlagi podeljene zakonske pravice. Skoraj vsa podjetja imajo v lasti neko obliko intelektualne lastnine, ki je lahko predpostavka za poslovno sredstvo (Intellectual Property Office, 2013).

Pogoste vrste intelektualne lastnine vključujejo (Intellectual Property Office, 2013):

- avtorske pravice; ščitijo pisna ali objavljena dela, kot so knjige, pesmi, filmi, spletne vsebine in umetniška dela,
- patenti; ščitijo poslovne izume, na primer nov poslovni proizvod ali postopek,
- pravica iz modela; ščiti modele, kot so risbe ali računalniški modeli,
- blagovne znamke; ščitijo znake, simbole, logotipe, besede ali zvoke, ki razlikujejo naše izdelke ali storitve od izdelkov/storitev naših konkurentov.

Intelektualna lastnina je lahko registrirana ali neregistrirana (Intellectual Property Office, 2013):

1. Z neregistrirano intelektualno lastnino samodejno pridobimo zakonske pravice za svoje ustvarjanje. Neregistrirane oblike intelektualne lastnine vključujejo avtorske pravice,

neregistrirane pravice iz modela, skupno pravo blagovnih znamk in zaščito podatkovne baze pravic za zaupne informacijske in poslovne skrivnosti.

2. Za pridobitev registrirane intelektualne lastnine se morate obrniti na USPTO, da vam priznajo pravice. Če tega ne naredite, lahko drugi prosto izkoriščajo vašo stvaritev. V registrirane oblike intelektualne lastnine so vključeni patenti, registracija blagovnih znamk in pravice iz modela.

1.2 Gospodarski pomen

Zaradi ogromnega napredka na področju znanosti in tehnologije, še posebno v komunikacijskih in informacijskih tehnologijah, biotehnologiji in naravoslovju ter na področju razvoja globalnih ekonomskih strategij, je posledično prišlo do sklenitve splošnih sporazumov o carini, trgovini in ustanovitve Svetovne trgovinske organizacije (angl. *The World Trade Organization*, v nadaljevanju WTO) leta 1994, so za pravice intelektualne lastnine pridobile izjemen ekonomski pomen. Prodrle so namreč na nova področja ekonomije, v storitveni sektor in druga področja, kot naravoslovje in agrikultura. Patenti so bili odobreni za mikroorganizme, rastline, živali, gene, pa tudi za računalniške programe in podjetniške metode. Tudi univerze in druge akademske institucije, ki se primarno usmerjajo k ustvarjanju in širjenju novega znanja, niso ostale izolirane. Posledično je nova ekonomija, ki temelji na znanju, opisana kot ekonomija intelektualne lastnine ali pa intelektualni kapitalizem. Ta trend se kaže v številu prijav za patente po svetu, ki se je podvojilo s približno 1.05 milijona prijav v letu 1995 na približno 2.35 milijona prijav vloženih do leta 2012 ter z zneskom plačil licenc patentov, ki so v ZDA narasla s 3 milijard ameriških dolarjev (v nadaljevanju USD) leta 1980 na več kot 100 milijard USD v letu 1997. Poleg tega je pomembno tudi dejstvo, da je razmerje med intelektualnim kapitalom in celotno kapitalizacijo trga v ZDA iz 17 % vrednosti podjetji v letu 1975 na 80 % v letu 2005. Neverjetno je tudi število ameriških patentov, izdanih ameriškim univerzam, ki se je od leta 1974 zvišalo s 177 na 5145 v letu 2012. Leta 2012 so ameriške univerze vložile 14.224 novih prijav za patente in imele od tekočih plačil licenc patentov dohodek v višini 1.9 milijard USD (Straus, 2015).

Zaščita intelektualne lastnine vpliva na poslovanje v celotnem gospodarstvu (Straus, 2015), in sicer:

- spodbuja k inovaciji in ustvarjalnosti,
- varuje inovatorje pred nepooblaščenim kopiranjem,
- omogoča vertikalno specializacijo v tehnoloških trgih,
- vzpostavlja platforme za finančne naložbe v inovacije,
- daje podporo za zagon likvidnosti in rasti prek združitve,
- omogoča prevzeme in prve javne ponudbe, ki temeljijo na licenciranju tehnologije,

- omogoča bolj učinkovit trg za prenos tehnologije ter trgovanje na področju tehnologije in idej.

V letu 2012 je industrija intelektualne lastnine podpirala vsaj 40 milijonov delovnih mest in prispevala več kot 4.54 milijard USD ali 34,8 % skupnega bruto domačega proizvoda (angl. *Gross domestic product – GDP*). Izmed skupno 313 je 75 industrij, kot pripadnike močne, intenzivne intelektualne lastnine. Imetniki močnih oziroma intenzivnih intelektualnih lastnin, podpira na desetine milijonov delovnih mest ter prispevajo več milijard USD v državno blagajno. Poleg samih prispevkov teh industrij v gospodarstvu ZDA, se gleda tudi učinke, ki jih imajo na področju zaposlovanja v celotnem gospodarstvu (Economics and Statistics Administration & United States Patent and Trademark Office, 2012).

2 PATENT

Patent je izključna pravica, podeljena na podlagi izuma, ki je izdelek ali postopek, in zagotavlja novost nečesa novega ali pa ponuja novo tehnično rešitev problema. Da bi dobili patent, je potrebno javnosti razkriti tehnične informacije o izumu v patentni prijavi. Načeloma ima lastnik patenta izključno pravico, da prepreči ali prekine drugim, komercialno izkoriščanje patentiranega izuma. Z drugimi besedami, patentno varstvo pomeni, da izuma ni mogoče izkoriščati v komercialne namene, ne sme biti uporabljen, distribuiran, uvožen ali prodan brez soglasja lastnika patenta. Patent je ozemeljska pravica. Na splošno veljajo izključne pravice samo v državi ali regiji, v kateri je bil patent vložen in odobren v skladu z zakonodajo te države ali regije. Zaščita se dodeli za določen čas, običajno 20 let od datuma vložitve prijave (Patents, b.l.).

2.1 Vrste patenta

Patent je vladna podpora, ki omogoča, da nekdo zaščiti izum. USPTO izda tri vrste patentov (Intellectual Property Office, 2013):

- funkcionalni patent; namenjen za tehnološki napredek in inovacije. Traja najmanj 20 let od dneva uporabe,
- oblikovni patent; za nove in izvirne oblike predmeta. Doba, ki jo pridobimo z oblikovnim patentom je 14 let,
- rastlinski patent; za izum oziroma odkritje morebitnih različnih in novih rastlinskih sort, ki so imele nezmožnost razmnoževanja s cepljenjem ali preko selektivnih potaknjencev (brez manipulacije semena). Ta zaščita se razlikuje od rastlinske sorte, ki ga upravlja ameriško ministrstvo za kmetijstvo. Traja 20 let od dneva prijave.

2.2 Urad Združenih držav Amerike za patente in znamke

V ZDA so pravice intelektualne lastnine pod okriljem USPTO ter USCO. Vloga USPTO je podelitev patentov za varstvo izumov in za registracijo blagovne znamke. Služi interesom izumiteljev in podjetij v zvezi z njihovimi izumi. Posluhuje se ohranjanja, klasifikacije in razširjanja patentnih informacij, poleg tega pa USPTO spodbuja industrijsko in tehnološko dovršenost oziroma napredek in vzporedno s tem tudi krepil gospodarstvo (About us, 2016).

Pri opravljanju povezovanja patentnih dolžnosti, obravnava vloge in izdaja patente na podlagi izumov tistim vlagateljem patenta, ki izpolnjujejo vse kriterije za njihovo pridobitev. Objavlja in razširja informacije o patentu, vzdržuje iskanje datotek v ZDA in tujini ter vzdržuje iskanje prostora za javno uporabo pri pregledu izdanih patentov ipd. USPTO javno posreduje kopije patentov in uradne evidence, katera so vidna tudi v javnosti. Podobne funkcije izvajajo tudi v zvezi z blagovnimi znamkami. Nadalje, ščitijo osebe, ki si želijo pridobiti varstvo intelektualne lastnine, ne da bi jim bila le-ta odvzeta in spodbujajo tehnološki napredek. USPTO želi ohraniti tehnološko prednost ZDA, ki je ključnega pomena za sedanjo in prihodnjo konkurenčnost. Z drugimi besedami, razširja informacije o patentu in blagovnih znamkah, ki spodbuja razumevanje varstva intelektualne lastnine ter omogoča razvoj in izmenjavo novih tehnologij oziroma tehnoloških napredkov po vsem svetu (About us, 2016).

2.3 Patentiranje mobilne aplikacije

V poslovnem svetu programske opreme je patent podeljen za proces in ne za kodo ali samo idejo. Kodo lahko zaščitimo le z avtorskimi pravicami. Patent programske opreme lahko zaščitil sisteme, metode in funkcije znotraj aplikacije, kot so funkcije uporabniškega vmesnika, funkcije za urejanje ali metode prevajanja programskega jezika (Varshneya, 2015). Z drugimi besedami pri mobilnih aplikacijah se večinoma patentira proces tehnologije, saj proces poteka preko mobilnega telefona, ki se poveže na strežnik. Da bi bolje razumeli, ali je mogoče in kako je mogoče patentirati mobilno aplikacijo, je smiselno, da na to pogledamo iz popolnoma tehničnega vidika. Na tem mestu je zato vmesno vprašanje, kaj sploh mobilna aplikacija napravi iz vidika procesa, komunikacije in drugih funkcij, ki morajo biti nove in uporabne. V praksi obstajajo številne aplikacije za mobilne naprave v dveh delih, in sicer na eni strani aplikacija, ki poteka na uporabnikovi napravi ter na drugi strani oddaljeni strežnik, ki zadržuje podatke o uporabniku oziroma deluje kot procesni center za predelavo ali morebitni kanal za komunikacijo med končnimi uporabniki. Vsaka od interakcij in predelav, ki se pojavljajo na mobilni napravi ali strežniku (ali celo strežne transakcije), je lahko osnova za patentiranje zahtevka. V vsakem od teh primerov se zahteve za patentiranje pametnih aplikacij bistveno ne razlikujejo od drugih računalniško izvedenih izumov. Te vključujejo splošna merila o novosti in ravni

inventivnosti skupaj z obveznostjo zagotavljanja opisa enega ali več izvedb izuma (Bostwclck, 2013). Ker patenta za programsko opremo ni mogoče pridobiti takoj, saj mora le-ta biti vsaj eno leto izpostavljen na trgu, se večina podjetnikov odloči za vložitev začasnega patenta, ki velja eno leto (Varshneya, 2015).

2.3.1 Primer patentiranja mobilne aplikacije

MyFlare alert je mobilna aplikacija, ki nudi digitalni signal pomoči v sili. Aplikacija je avtomatiziran sistem, postopek oziroma izdelek z računalniškim programom za nudenje nujne komunikacijske pomoči. Ko se aplikacija aktivira, je neposredno povezana z MyFlare alert strežnikom, ki pošilja uporabniku sporočila o morebitni nujni pomoči. Ob aktivaciji mobilne aplikacije nemudoma pokliče 911 ali druge telefonske številke, ki jih uporabnik določi sam. Vsake tri minute aplikacija samodejno pošlje do pet elektronskih pošt (angl. *E-mail*) osebam, ki jih je poljubno izbral uporabnik MyFlare alert aplikacije. Vsebina sporočila vsebuje trenutno zaznavanje lokacijo uporabnika. Poleg tega, aplikacija nudi možnost avtomatskega 20 sekund dolgega snemanja, saj s tem lažje ugotovimo ne samo lokacijo uporabnika, ampak tudi pridobimo vizualizacijo (How it works, 2015).

2.3.2 Metode patentiranja MyFlare alert mobilne aplikacije

Izum je zahteval naslednje metode (Haimo & Kahn, 2013):

1. Metoda v mobilni napravi obsega:

- Sprejemanje možnosti aktivacije za vhodno sprožitev uporabe komunikacije v sili na mobilni napravi, pri čemer vloga za komunikacijo v sili deluje na mobilni napravi in omogoča izmenjavo informacij med strežnikom in samo mobilno napravo.
- Določitev načina nujne pomoči povezano z aktivacijo prejetega sporočila, pri čemer način nujne pomoči opisuje uporabniške nastavitve.
- Določitev, komu bodo sporočila poslana, torej izbira med eno ali več kontaktnimi številkami, saj se nezgode razlikujejo in zato je potrebna pravilna izbira kontaktne številke za določen primer, pri čemer se eno ali več nujnih sporočil vnaprej konfigurira.
- Zajemanje ene ali več dodatnih informacij, ki bodo priložene poslanim sporočilom.
- Samodejni začetek komunikacije v sili povezan z določenim načinom, ki začne delovati tako, da pošlje eno ali več sporočil ob izrednih dogodkih enemu ali več stikom.
- Ugotovitev, ali je bila komunikacija prekinjena ali ne.
- Odzivno snemanje enega ali več posodobljenih, dodatnih podatkov.
- Sprotno pošiljanje posodobljenega sporočila, dokler aplikacija ne preneha s komunikacijo.

2. Postopek po zahtevku 1, pri čemer eden ali več kontaktov za nudenje pomoči vsebuje kontaktne številke, ki so direktno povezane z oblastjo in ti kontakti so namenjeni za uporabo v primeru morebitnih nezgod. Kontakti, ki niso povezani z oblastjo so namenjeni uporabniku, da poljubno izbere kontakte v primeru nezgod, kot so npr. kontakti družinskih članov, prijateljev ali znancev.

3. Postopek po zahtevku 1, pri čemer je lahko eden ali več nujnih kontaktov doseženih s takojšnjim sporočilom, e-pošto, tekstovnim ali glasovnim sporočilom.

4. Postopek po zahtevku 1, kjer ena ali več dodatnih informacij o predmetu vključuje fotografijo, snemanje videa ali snemanja zvoka.

5. Postopek po zahtevku 1, ki nadalje obsega:

- preusmeritev kontaktov k lokalni skupnosti oziroma najbližji intervencijski službi na podlagi lokacije, kjer se uporabnik nahaja in
- aktiviranje lokalnega nadzornega sistema, kjer lokalni sistem usmerja sestavne dele za spremljanje lokacije v izrednih razmerah.

6. Postopek po zahtevku 1, ki nadalje obsega:

- prikaz čarovnika konfiguracije vmesnika ob prvem vklopu aplikacije za uporabo komunikacije v sili, ki je sestavljen iz klica v sili, sporočil, dodatnih informacij ali pa iz preferenc in prednosti.

2.4 Vloga za prijavo patenta

Od 8. junija 1995 je USPTO predlagala izumiteljem možnost vložitve začasne prijave vloge za patent, ki je bil ustvarjen za zagotavljanje znižanja stroškov. Začasna vloga ne zahteva, da imajo vlagatelji formalno patentno prijavo, prisego ali izjavo. Začasna prijava tudi ne sme vsebovati razkritja informacij (stanje tehnike), saj se začasne aplikacije ne pregleda. Začasna vloga za prijavo, zagotavlja sredstva za vzpostavitev zgodnjega učinkovitega datuma vložitve, za kasnejšo morebitno prijavo vloge za trajni patent (Provisional Application for Patent, 2015).

Začasna prijava za patent je enostavna in zagotavlja cenovno ugoden način zaščite lastnega izuma med tem, ko je ta izpostavljen na trgu. Potrebno se je odločiti, ali bomo opravljali polno patentno prijavo in s tem pridobili na času, ki je potreben, da se izum testira na različnih trgih. Tako začasna kakor tudi trajna prijava za patent se uporabljata za izum, ki lahko na koncu postane predmet patenta. Začasna prijava zagotavlja prednostni datum vložitve, če je trajna patentna prijava za isti izum vložena v roku 12 mesecev. Ko je začasna prijava vložena, ima izumitelj natanko eno leto (če izum ni bil prej javno razkrit),

da vloži trajno prijavo za isti izum. V primeru, da izumitelj ne vloži vloge za prijavo trajnega patenta med danim časovnim okvirom, se začasna prijava za patent ne šteje več (postane neuporabna, zapuščena). To pomeni, da izumitelj izgubi pravice do datuma vložitve in lahko celo izgubi lastninsko pravico do izuma, če je bila razkrita javnosti več kot leto dni. Vložitev začasne prijave izumiteljem prihrani nepotrebne stroške že vnaprej in jim s časovnega vidika omogoča, da najprej ocenijo tržno vrednost svojega izuma. Imajo možnost, da opravijo različne raziskave in zberejo potrebna sredstva, preden se odločijo za trajno prijavo, saj ob tem nastanejo stroški. Potrebno pa je tudi izvesti priprave postopka. Ob trajni prijavi patenta se ustvari izumiteljev datum vložitve (razen, če ima možnost, da koristi že prej vloženo prijavo z začasno prijavo za patent). Z vložitvijo trajne prijave za patent se začne uradni postopek preverjanja pri USPTO, kjer se ugotovi, ali se izum sploh lahko patentira (Provisional Application for Patent, 2015).

2.5 Stroški patentiranja mobilne aplikacije

Patentiranje vsakega izdelka je lahko dolgotrajen, zapleten in drag proces, vendar pa obstajajo načini, s katerimi lahko upravljamo stroške, še posebej, ko govorimo o mobilnih aplikacijah na primer aplikacije za iPhone, Android, spletne aplikacije ipd. Ena izmed najpopularnejših strategij za zaščito mobilne aplikacije je začetek postopka z začasno patentno prijavo. Medtem ko je vsak zahtevek edinstven, lahko standardna začasna patentna prijava za mobilno aplikacijo stane med 2.000 in 4.000 USD za pripravo potrebnih dokumentov. V času, ko je začasna patentna prijava v postopku, je smiselno zagnati mobilno aplikacijo, na primer v spletni trgovini z mobilnimi aplikacijami za telefone Apple, v spletni trgovini za sisteme Android ali preko drugih podobnih distribucijskih kanalov ter sočasno pridobiti ekskluzivno možnost testiranja mobilne aplikacije. Začasna patentna prijava, ščiti aplikacijo od prednostnega datuma dalje in velja za obdobje do enega leta. Uspeh ali neuspeh aplikacije v tem času lahko pripomore k temu, da se bistveno lažje odločimo, ali naj še naprej vlagamo čas in denar v postopke patentiranja ali ne (How much does it cost to patent a mobile app?, b.l.).

Tipična patentna prijava, bo šla skozi več postopkov zavrnitve preden patentni preizkuševalec pošlje obvestilo, ali je bila prijava patenta uspešna. Število krogov pregleda in kompleksnost odgovorov, vplivata na stroške postopka preiskave. Običajno pa se povprečni stroški gibljejo od 5.000 do 15.000 USD, preko dve do triletnih sprotnih pregledov. Pomembno je razumeti, da je potrebno pri tej fazi patentnega postopka že vedeti, ali je aplikacija dovolj vredna, da nadaljujemo proces patentiranja mobilne aplikacije. Preden USPTO izda patent na podlagi zahteve lastnika patenta, se plačajo stroški za izdajo patenta pri USPTO v višini 1.000 USD. Od te točke naprej je potrebno plačati stroške vzdrževanja, da se patent obdrži v veljavi, in sicer vsakih 4, 8 in 12 let po izdaji patenta. Natančneje, trenutno stroški vzdrževanja znašajo: 800 USD (4. leto), 1.800 USD (8. leto) in 3.700 USD (12. leto). Med tretjim in petim letom so vsi stroški povezani s

patentiranjem mobilne aplikacije, ki znašajo med 15.000 in 25.000 USD, pri čemer so stroški vzdrževanja dodatni stroški, ki nastanejo v naslednjih letih. Kot je navedeno zgoraj, je lahko patentiranje mobilne aplikacije dolg, zapleten in drag proces, vendar pa je zaradi različnih faz procesa patentne prijave možna tudi alternativna pot, kjer lahko najprej testiramo aplikacijo in hkrati ocenimo vrednost aplikacije na trgu. S tem je mogoče oceniti potencialno vrednost patenta, kadar izum teče skozi proces patentiranja (How much does it cost to patent a mobile app?, b.l.). Kljub temu, da so stroški relativno visoki v primeru pridobitve patenta, so sodni stroški in stroški vzdrževanja na drugi strani visoko zavarovani, saj nudijo močno zaščito v primeru kopiranja mobilne aplikacije (Carter, 2013).

3 BLAGOVNA ZNAMKA

Za razliko od avtorskih pravic blagovne znamke, niso samodejna pravica in so na splošno zaščitene le v primeru, če so registrirane v ZDA. V večini držav so pravice blagovnih znamk ustanovljene z registracijo, kar je znano kot prva vložitev zahteve (angl. *first to file*). V ZDA in v Veliki Britaniji (v nadaljevanju VB) pa lastništvo blagovne znamke deluje po načelu prvo v uporabi (angl. *first to use*). Ta sistem omogoča in zahteva, da se znamko dejansko uporablja v zvezi z blagom in storitvami, predvsem zato, da bi zaščitili svojo blagovno znamko. Torej v primeru, ko pride do spora med posameznikom in tretjo osebo zaradi blagovne znamke, bo končna odločitev, komu pripada blagovna znamka, temeljila na tem, kdo je znamko prvi uporabil v komercialne namene, tudi če blagovna znamka ni bila registrirana. To velja tudi v primeru, če svojo blagovno znamko v celoti zaščitite v ZDA, kar pomeni, da jo je treba registrirati preko USPTO. Registracija blagovne znamke vam pri tem nudi več dodatnih ugodnosti (Intellectual Property Office, 2013):

- javna razglasitev lastništva blagovne znamke,
- pomoč pri zaščiti blagovne znamke v tujih državah,
- pomoč pri pravnih postopkih na zveznih sodiščih,
- uporaba registriranega simbola blagovne znamke ® s svojo blagovno znamko.

V sodobnem poslovnem svetu je zaščita intelektualne lastnina nujna. Ob zaščiti blagovne znamke ima njen lastnik pravico uporabiti simbol ®, ki ponazarja njegovo lastništvo. S tem znakom opozarja druge pred pravnimi posledicami neavtorizirane rabe. Opustitev take registracije ima lahko resne finančne, pravne in poslovne posledice. Ker registracija ni zahteva, tudi ni omejitev trajanja blagovnih znamk v ZDA (Intellectual Property Office, 2013).

3.1 Izpolnjevani pogoji blagovne znamke

Da bi lahko služila kot blagovna znamka, mora biti oznaka prepoznavna, tako da se lahko prepozna izvor določenega blaga. Blagovno znamko oblikujemo na podlagi povezanosti med znamko in osnovnim izdelkom ter je lahko poljubna oziroma izmišljena, sugestivna, opisna ali generična. Pravna zaščita blagovne znamke je odvisna od tega, v katero kategorijo spada (Overview of Trademark Law, b.l.).

- Poljubna oziroma izmišljena znamka je znamka, ki nima nobene logične povezave z osnovnim izdelkom, na primer ime Apple ima ničelno povezavo z osnovnim proizvodom. Izmišljene znamke imajo lahko razlikovalni učinek in omogočajo večjo stopnjo zaščite pred izdelki konkurenčnih podjetij.
- Sugestivna znamka je znamka, ki kaže ali namiguje na neko značilnost osnovne dobrine. Blagovna znamka McDonalds na primer ne opisuje osnovnega izdelka, ampak takoj, ko se spomnimo na McDonalds, pomislimo na hamburger. S takšno izbiro blagovne znamke, se tako kakor pri izmišljeni blagovni znamki razlikujemo od drugih in dobimo visoko stopnjo zaščite.
- Opisna znamka je znamka, ki neposredno opisuje značilnost ali kakovost osnovnega izdelka (barvo, vonj, funkcije, dimenzije ali sestavine). Blagovna znamka Holiday Inn, na primer opisuje osnovni izdelek, tj. hotelske sobe. Za razliko od izmišljenih in sugestivnih blagovnih znamk, se opisna znamka ne razlikuje bistveno od drugih oznak. Uporaba opisne znamke lahko da določenemu proizvajalcu nepravilno prednost, saj lahko samo ta uporablja izraz, ki si ga je izmislil.
- Generična znamka je znamka, ki opisuje splošno kategorijo, v katero spada osnovni izdelek, na primer izraz računalnik je generični izraz za računalniško opremo. Generične oznake niso zaščitene z zakonom o blagovnih znamkah. Proizvajalec, ki prodaja računalnike različnih blagovnih znamk, ne sme povezovati izraza računalnik z njihovimi izdelki, na primer računalnik Apple. Generični izrazi niso zaščiteni z zakonom o blagovnih znamkah, ker so preprosto preveč uporabni za prepoznavanje določenega izdelka. Če proizvajalec pridobi nadzor nad uporabo izraza, lahko s tem pridobi tudi veliko konkurenčno prednost. V nekaterih primerih so se izrazi, ki prvotno niso bili generični, preoblikovali in postali generični ter s tem postali nezaščiteni.

3.2 Pomen registracije blagovne znamke

Za zaščito blagovne znamke sama registracija ni potrebna, zato tudi ne omogoča prednosti registrirani stranki, temveč registracija stranki samo podeli pravico nacionalne uporabe oznake glede na določene omejitve. Registracija vsebuje državno konstruktivno obvestilo drugim, da je blagovna znamka v lasti stranke. Registracija tej stranki omogoča tožbo na državnem, zveznem sodišču v primeru kršitev uporabe blagovnih znamk. Hkrati stranki omogoča potencialno ponovno povrnitev trajne škode, odvetniških stroškov in drugih

sredstev. Registrirane blagovne znamke lahko po petih letih postanejo neizpodbitne, ob tem pa se vzpostavi ekskluzivna pravica do uporabe oznake. Prijava za registracijo je predmet odobritve. USPTO lahko registracijo zavrne zaradi različnih razlogov, na primer zavrne registracijo generičnih ali opisnih oznak, ki nimajo drugotnega pomena. USPTO lahko prav tako vedno zavrne neetične ali škandalozne oznake, določene geografske oznake, oznake, ki so primarno priimki, in oznake, ki bi verjetno povzročile zmedo z obstoječimi oznakami. Zavrnitev oznake ne pomeni nujno, da oznaka ni upravičena do zaščite oznake, pomeni zgolj to, da oznaka ni upravičena do dodatnih prednosti. Nekatere države imajo lastne registracijske sisteme, podvržene državnim zakonom blagovnih znamk. Pravica do blagovne znamke se lahko izgubi preko zapustitve, neprimerne licence, zadržitve ali generičnosti. Blagovno znamko se zapusti, ko je njena uporaba prekinjena, brez namena ponovne uporabe. Tak namen se lahko pričakuje glede na okoliščine. Neuporaba blagovne znamke tri zaporedna leta je dokaz zapustitve. Osnovna ideja je, da se z varstvom blagovnih znamk zaščitijo le oznake, ki so trenutno v uporabi in za katere stranke niso zmožne skladiščiti njihove potencialne uporabe (Overview of Trademark Law, b.1.).

3.3 Ali lahko izgubimo pravice do blagovne znamke?

Pravico do uporabe blagovne znamke je mogoče izgubiti zaradi neprimernih licenc ali zadržitev. Če je uporaba blagovne znamke neustrezno licencirana, na primer kot franšiza brez potrebnega nadzora ali kontrole kvalitete s strani lastnika blagovne znamke, je blagovna znamka razvrednotena. Podobno je v primeru, ko so pravice do blagovne znamke pripisane drugi stranki bruto brez pripadajoče prodaje dobrin. Pravica uporabe blagovne znamke se prav tako lahko izgubi zaradi generičnosti. Včasih lahko blagovna znamka, ki je bila v začetku posebna oz. raznolika, sčasoma postane generična in posledično izgubi zaščito blagovne znamke. Beseda je obravnavana kot generična, ko v mislih velike večine javnosti predstavlja široko skupino ali tip proizvoda, ne pa specifičnega izvora ali določenega proizvajalca. Tako je na primer beseda **termo**, postala generična beseda in ni več upravičena do zaščite kot blagovna znamka. Čeprav je nekoč označevala določenega proizvajalca, danes beseda označuje splošen tip produkta. Podobno sta tudi besedi **aspirin** in **celofan** označeni kot generični. Pri odločanju glede generičnosti besede, sodišča večkrat upoštevajo definicije iz slovarjev, uporabo besede v časopisih in revijah ter kakršnekoli dokaze poskusov nadzora oznake s strani lastnika blagovne znamke (Overview of Trademark Law, b.1.).

3.4 Blagovna znamka v primeru mobilne aplikacije

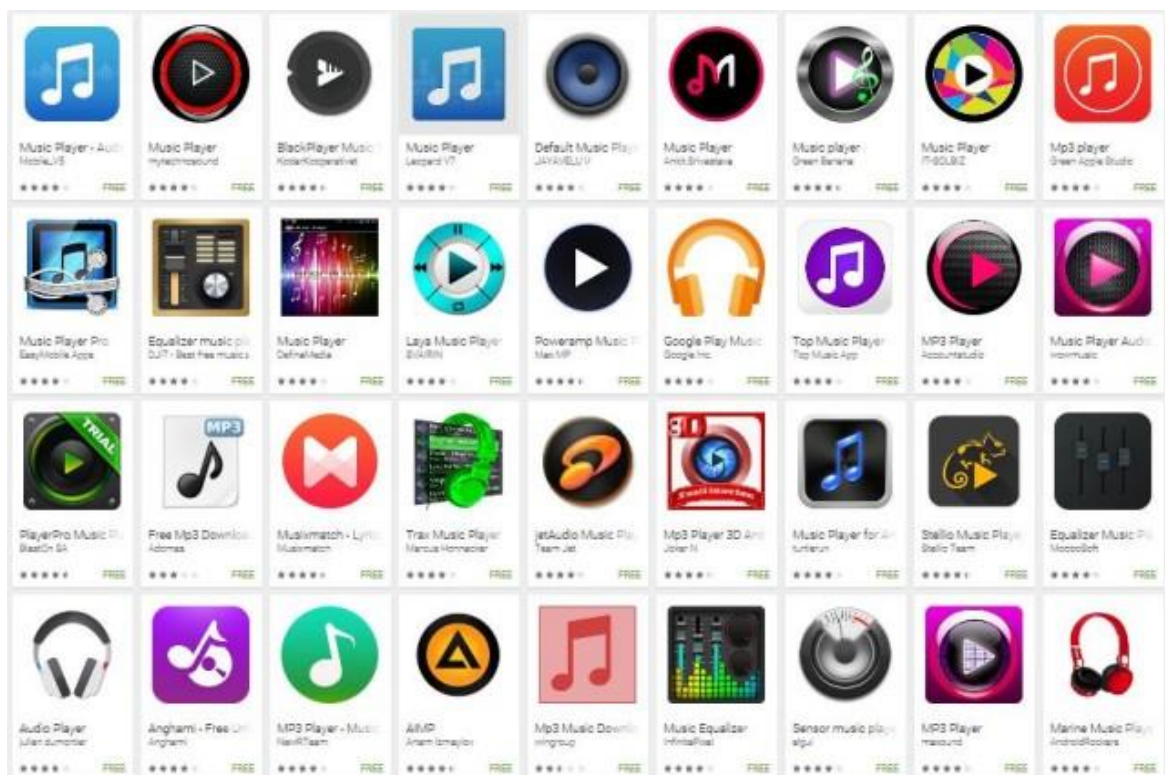
Ko se odločimo za zagon mobilne aplikacije, je blagovna znamka ključnega pomena, saj je za nas, relevantno da se razlikujemo v spletnih trgovinah z aplikacijami in sočasno zagotovimo distanciranje od posnemovalcev. S tem želimo predvsem držati posnemovalce

na varni razdalji oziroma preprečiti kakršnokoli posnemanje, na primer ime Facebook kakor tudi logotip mobilne aplikacije sta zaščitena z blagovno znamko (Kovalcik, 2015).

Ime in logotip mobilne aplikacije je najbolje registrirati na USPTO. Registracija omogoča številne prednosti iz vidika varovanja imena mobilne aplikacije (na določenem območju), saj služi kot opozorilo posameznikom, ki se želijo okoristiti ali uporabljati že registrirano ime. S tem daje lastniku možnost, da kot lastnik imena vložite tožbo na zveznem sodišču zaradi kršitve uporabe vaše registrirane blagovne znamke (Cuddy, 2011).

Mnogi razvijalci mobilne aplikacije oblikovanja ikon ne načrtujejo, dokler niso pripravljeni narediti prenosa v trgovino z aplikacijam. Ikona mobilne aplikacije ni nekaj samoumevnega. Igra pomembno vlogo v celotni strategiji blagovne znamke in je pogosto prvi stik kupca z aplikacijo. Potrošniki naredijo domnevo oziroma predpostavko na podlagi videza, podobno kot pri platnicah knjig. Potrošniki morajo biti namreč sposobni razlikovati različne aplikacije med seboj in najti razlog, da prenesejo točno določeno aplikacijo. (Kovalcik, 2015).

Slika 1: Glasbene ikone mobilnih aplikacij

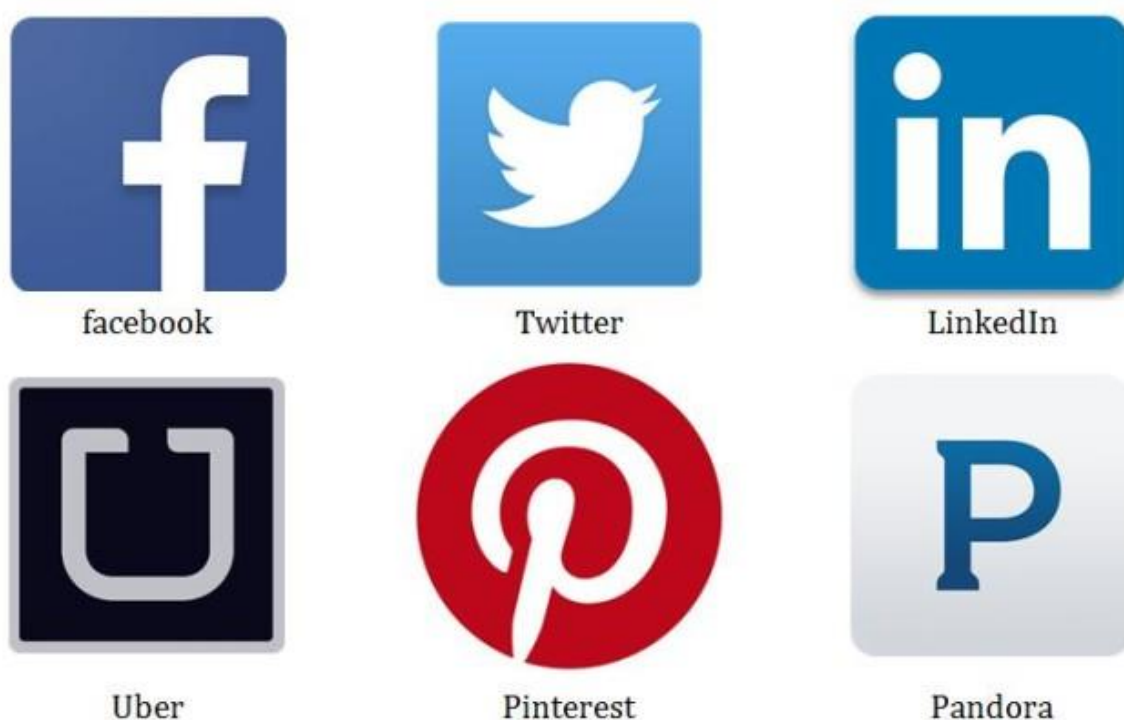


Vir: J. Kovalcik, Trademarkology, 2015, str. 1, Slika 1.

Slika 1 prikazuje dejansko stanje v trgovini z aplikacijami, kjer lahko opazimo, da so ikone za glasbo ponazorjene z notami in slušalkami.

Točno določene črke, barve in slike pomembno vplivajo na odločitev, kako hitro bodo potencialne stranke določeno aplikacijo našle. Relevantno je tudi, da ne uporabimo podobne ikone, kot jo imajo že drugi, saj lahko s tem zmedemo potencialne uporabnike naše aplikacije. Na voljo so le omejene barve in elementi, poleg tega pa je potrebno uporabiti majhne ikone. To pomeni, da je realizacija določitve ikone nekoliko težje izvedljiva, vendar se s tem zagotovi lažja prepoznavnost zaradi edinstvenosti, sočasno pa se izognemo morebitni kršitvi. Prav tako je potrebno skrbno pregledati, katere elemente za podobno aplikacijo uporabljajo druga podjetja, kar nam omogoča lažjo odločitev oziroma se tako izognemo ponavljanju napak (Kovalcik, 2015).

Slika 2: Ikone mobilnih aplikacij



Vir: J. Kovalcik, Trademarkology, 2015, str. 1, Slika 2.

Slika 2 grafično ponazarja, da uspešna podjetja na svojem področju uporabljajo za prepoznavanje svoje mobilne aplikacije samo eno črko, simbol ali sliko.

Če uporabimo samo eno črko, je večja možnost da je bila ta črka že izbrana, zato je iz tega vidika relevantna predvsem izbira barve in stilizacija, ki pripomore k raznolikosti. Poskrbeti je treba, da se uporabi nova oblikovalska ikona ter da niso vse programske aplikacije narejene na enak način. Če dve različni aplikaciji uporabljata isto črko v ikoni, to še ne predstavlja kakršne koli težave. Obstaja pa izjema, ko aplikacija doseže visoko raven prepoznavnosti in je v tem primeru ta ikona upravičena do širšega varstva (Kovalcik, 2015).

4 AVTORSKE PRAVICE

Avtorska pravica je oblika varstva, določena s strani zakonov ZDA in dodeljena avtorjem na področju izvirnih avtorskih del, ki vključujejo literarna, dramska, glasbena, umetniška in nekatera druga intelektualna dela. To varstvo je na voljo tako objavljenim kakor neobjavljenim delom. Lastnik avtorskih pravic, pridobi izključno pravico, da stori ali odobri katero koli od naslednjih možnosti (United States Copyright Office, 2012):

- kopiranje avtorskega dela,
- manjše spremembe originalnega dela,
- najem, oddaja in posoja avtorskega dela,
- javna izvedba avtorskih del kot je glasba na koncertih in dramske predstave,
- javni prikaz avtorskih del kot so glasbena, dramska in koreografska dela.

Lastnik avtorskih pravic ima izključno pravico do kopiranja, spreminjanja, razširjanja ali javnega razkritja dela, razen v primeru, ko pooblasti druge, da lahko to storijo. Če najame druga podjetja ali samostojno osebo za določeno delo, ima še vedno v lasti avtorske pravice. Zato je priporočljivo, da se vedno podpiše pogodbo, saj se tako lažje ugotovi, kdo je lastnik avtorskih pravic (United States Copyright Office, 2012).

V ZDA je ustvarjalno delo samodejno zaščiteno z avtorskimi pravicami, in sicer, če je (Intellectual Property Office, 2013):

- izvirno, torej ustvarjeno neodvisno in ni kopirano od drugih del,
- določeno v opredmeteni obliki, lahko razumljiva vizualizacija in daje možnost reproduciranja ali komuniciranja skozi daljšo časovno obdobje.

Avtorske pravice ščitijo le opredmeteno obliko ustvarjalnega dela, torej ne varujejo ideje same, temveč le obliko. Pri poslovnem oglasu je na primer vsebina dejansko zaščitena z avtorskimi pravicami, kar pa ne preprečuje, da drugi uporabljajo podobne ideje, tako da si ustvarijo sami svoj oglas (Intellectual Property Office, 2013).

Čeprav registracija avtorske pravice v ZDA ni pravna zahteva, je to priporočljivo zaradi naslednjih razlogov (Intellectual Property Office, 2013):

- vzpostavitev javne evidence lastništva in krepitev svojega položaja v primeru kršitve avtorskih pravic,
- potrebe po ovadbi zaradi kršitve avtorskih pravic na zveznih sodiščih,
- zahteve za zakonsko odškodnino in povrnitve odvetniških stroškov, ne da bi morali dokazati dejansko škodo, ki je nastala v primeru kršenja avtorskih pravic.

4.1 Pridobitev avtorskih pravic

Veliko ljudi zmotno verjame, da je treba svoje delo najprej prijaviti, preden si zagotoviš avtorske pravice. Vendar za zagotovitev avtorskih pravic ni potrebna nobena publikacija, registracija ali druga oblika prijave, saj je to zagotovljeno samodejno, ko delo nastane. Primer nastanka avtorske pravice je, kadar glasba nastane že v prvotni obliki (note) ali računalniškem programu. Čeprav prijava avtorskih pravic ni potrebna za zaščito dela, pa je priporočljiva zaradi naslednjih razlogov (Copyright Basics, 2015):

- publikacija v založbi,
- prijava avtorskega dela je potrebna, preden je lahko tožba posredovana sodišču,
- prijava avtorskega dela ščiti avtorja pred nedovoljenim kopiranjem.

4.2 Čas trajanja avtorskih pravic

Trajanje avtorske pravice je odvisno od datuma nastanka, objave ali registracije. Trajanje je odvisno tudi od tega, ali je delo ustvaril posameznik ali skupina. Za dela, ki jih je ustvaril posameznik, po 1. 1. 1978 velja avtorska zaščita od trenutka nastanka in traja 70 let po smrti avtorja. V primeru skupinskega dela (ustvarjeno s strani dveh ali več oseb), pa avtorska pravica velja 70 let po smrti zadnjega avtorja. Za dela, ki so bila dana v najem in za anonimna dela, velja avtorska zaščita, ki traja 95 let po datumu objave ali 120 let po nastanku, odvisno kateri izmed teh časov, je krajši (Copyright Basics, 2015).

Vsa druga dela, ki so nastala pred letom 1978 ureja zakon o avtorskih pravicah iz leta 1909. Ta določa začetno zaščito 28 let z možnostjo poznejšega podaljšanja. Če so avtorske pravice objavljenega dela oziroma materiala potekle, se običajno šteje, da je delo v javni domeni, kar pomeni, da je brezplačno za vsakogar in s tem nudi možnost javne uporabe (Intellectual Property Office, 2013).

4.3 Mednarodne avtorske pravice

ZDA so del WTO od leta 1995. Članice organizacije morajo vključevati zaščito intelektualne lastnine v svojih nacionalnih zakonodajah. To pomeni, da boste v primeru poslovanja v ZDA ali v VB našli nekatere podobnosti intelektualne lastnine med lokalnimi postopki prava in uveljavljanjem intelektualne lastnine (Intellectual Property Office, 2013).

Mednarodna zaščita avtorskih pravic, ki bi avtomatično zaščitila avtorsko delo v vseh državah na svetu, ne obstaja. Namesto tega se morajo avtorji zgledovati po zakonih v posameznih državah. Večina držav je sicer članic Bernske konvencije o varstvu literarnih in umetniških del ter univerzalne konvencije avtorskih pravic, ki s svojimi sporazumi

ščitita avtorje v mednarodnem prostoru. To pomeni, da tuje delo dobi enako pravico kot delo, ki ga je ustvaril domači avtor (Copyright Basics, 2015).

4.3.1 Pogodba in enostranski sporazum

ZDA je podpisnica naslednjih mednarodnih sporazumov o intelektualni lastnini (Intellectual Property Office, 2013).

- Pariška konvencija, po kateri lahko vsaka oseba iz države podpisnice zaprosi za patent ali blagovno znamko v kateri koli drugi državi podpisnici ter s tem pridobi enake pravice izvajanja in statusa kot državljan tiste države, v kateri zaprosite za intelektualno lastnino.
- Bernska konvencija, po kateri vsaka država članica priznava avtorske pravice avtorjev iz drugega območja, tj. člana neke druge države, na enak način kot avtorske pravice svojih državljanov.
- Madridski protokol, ki je osrednji sistem za pridobitev skupka registracij nacionalne znamke v različnih pristojnostih preko enotnega zahtevka.
- Pogodba o patentnem sodelovanju, ki deluje na podoben način kot Madridski protokol, ampak velja za patentne prijave.

4.4 Avtorske pravice aplikacije

Avtorske pravice ščitijo izvirno delo za aplikacijo, vključno z izvirno, programsko kodo, grafiko, besedilom in avdiovizualno vsebino. Pridobivanje zaščite avtorske pravice preko USCO je s finančnega vidika ugodno. Proces pridobitve avtorskih pravic je cenejši, če postopek primerjamo z vložitvijo prijave patenta in blagovne znamke. Poleg tega je sam proces pridobivanja avtorskih pravic enostavnejši in hitrejši. Oseba, ki ima možnost za zagotovitev avtorskih pravic, lahko zanje zaprosi tudi preko interneta. Kljub temu avtorske pravice ne zagotavljajo zaščite ideje, dejstev ali načina delovanja, razen če se izvajajo ali uporabljajo na umetniški in ustvarjalni način (avtorske pravice dajo zaščito na podlagi tega, kako so utemeljene, zapisane). Same ideje niso zaščitene z avtorskimi pravicami (Carter, 2013).

Programsko kodo je mogoče zaščititi samo z direktnim, neposrednim kopiranjem, se pravi vrstico za vrstico. Konkurenčni razvijalci lahko tako kopirajo celotno programsko kodo in vanjo vstavijo par dodatnih vrstic, kar lahko smatramo kot luknjo v zakonu varovanja avtorskih pravic (Cleary, 2014).

Ob pridobitvi avtorskih pravic moramo kot lastnik aplikacije vedeti, v kateri kategoriji bomo registrirali mobilno aplikacijo. Večina računalniških programov je registriranih kot literarna dela, ker so mobilne aplikacije napisane v programskih kodah. Kljub temu obstaja

še druga alternativa, kadar je primarni namen mobilne aplikacije, prikazovanje slik. V tem primeru lahko to aplikacijo smatramo kot vizualno delo. Če je mobilna aplikacija grafična oziroma v obliki kakšne mobilne igre, lahko izberemo kategorijo izvedbenega dela. Ustrezno kategorijo torej izberemo, glede na primarni namen mobilne aplikacije (Stim, 2010).

Če so naše avtorske pravice kršene, moramo pristopiti k morebitnim kršiteljem z ustreznim pristopom. Ustvarjalci vsebin in strokovni delavci, razvijalci mobilne aplikacije, morajo temeljito preučiti, uskladiti in utemeljiti razloge, kako tretja oseba krši naše avtorske pravice. Običajno najprej stopimo v kontakt s tretjo osebo, ki krši naše avtorske pravice, ki je v večini primerov razvijalec aplikacije. Pri tem navedemo naše razloge oziroma utemeljimo, zakaj menimo, da kršijo naše avtorske pravice, in zahtevamo, da aplikacijo umaknejo s trga oziroma je ne izdajo. Ta strategija ni zmeraj učinkovita, saj razvijalec aplikacije lahko odlaša s svojim umikom, odgovori in obveznostmi ali pa uporablja napačne podatke, nas zavaja in sočasno premakne svoje lastništvo ali lokacijo, da se izogne obveznostim. Primernejša strategija je, koordinirano pošiljanje obvestil z namenom obveščanja spletnih strani, ki ponujajo mobilne aplikacije, tako da dosežemo umik aplikacije, ki krši avtorsko delo (Graham, 2013).

V skladu z zakonodajo varstva avtorskih pravic v ZDA, lahko kršitve proti razvijalcem aplikacij ter samim aplikacijam vključujejo odškodninske zahteve zaradi izgube potencialnega dobička in stroškov, ki so s tem povezani. Kršitev v ZDA in na mednarodni ravni lahko pripelje tudi do kazenske zahtevke. Tak primer je francoski upravljavec spletne strani, na kateri je bila povezava do drugih spletnih strani, ki so omogočale nezakonito prenašanje filmov, televizijskih serij in drugih piratskih vsebin. Francoska oblast je temu upravljavcu izdala kazen za kršenju avtorskih pravic. Podobne kazni kažejo na vse večjo osveščenost sodnih organov, kadar se pojavi vprašanje o varovanju avtorskih pravic. Ker se mobilna tehnologija eksponentno razvija, lahko sklepamo, da se bo ozaveščenost glede varovanja aplikacijskih del, vedno bolj povečevala (Graham, 2013).

5 STRATEGIJA INTELEKTUALNE LASTNINE

V sami strategiji sem se odločil, da bom poskusil vpeljati nekaj konceptov, povezanih z varstvom intelektualne lastnine pri razvoju mobilne aplikacije. Namen je izpostaviti, kako naj se podjetje osredotoči na strategijo intelektualne lastnine, ali z drugimi besedami, s kakšnimi pristopi lahko najlažje stopimo v poslovni svet, kjer je varstvo pravic intelektualne lastnine zelo relevanten pojem. Podjetja, ki se ukvarjajo z razvojem mobilne aplikacije, se v današnjem poslovnem svetu srečujejo predvsem z pomanjkanjem informiranosti na področju optimalnega upravljanja, zbiranja in ozaveščenosti o pravicah intelektualne lastnine ter o tem, katere se lahko oziroma morajo pridobiti ob ustanovitvi podjetja. Podjetja, katerih primarna dejavnost je razvoj mobilnih aplikacij, poslujejo v

okolju, kjer prevladuje nasičen trg in vlada huda konkurenca, zato je vitalnega pomena, da vodilni v podjetju že v začetni fazi organizacije ustvarijo strategijo, ki bo vključevala zaščito pravic intelektualne lastnine in bo strmel na izpolnjevanju ciljev, določenih v strategiji.

5.1 Pristop k strategiji

Nikoli ni prepozno za razmislek o tem, katera vrsta pravne zaščite je najbolj primerna za našo dejavnost. Že v začetni fazi podjetja, torej ob ustanovitvi, morajo ustanovitelji eksplicitno opredeliti in začrtati jasne cilje, tj. cilje, ki temeljijo predvsem na vsebini aplikacije oziroma edinstvenosti, tehničnih idejah, blagovni znamki, distribucijskih kanalih in drugih dejavnikih, ki neposredno vplivajo na prihodnost poslovanja podjetja. Pravna zaščita ne vključuje samo možnosti zatiranja oziroma izključevanja konkurence, ampak vpliva tudi na interne probleme, ki nastanejo vzporedno z razvijanjem mobilne aplikacije. Velikokrat so glavni krivec za neuspešnost poslovanja neskladja tekom poslovnega leta. To se pojavi predvsem v zagonskih podjetjih oz. t.i. start-up podjetjih, kjer je sodelovanje med razvijalci, sodelavci in prijatelji v razvojni fazi zelo intenzivno. Obstaja veliko primerov, kjer so start-upi v začetni fazi razvoja poslovala neformalno in v tem času ustvarila dobiček, ki se ne porazdeli primerno z začetnim vložkom vsakega posameznika, saj velikokrat formalne pogodbe med ustanovitelji oziroma prijatelji nikoli ni bilo. Prav zato bi morali ustanovitelji, razvijalci in drugi posamezniki, ki so povezani z podjetjem, že od prvega dne delovanja družbe, jasno opredeliti in razmejiti odgovornost idej, ustvariti formalno dokumentacijo (statut) ter določiti vsako izmenjavo idej oziroma načrtov iz vidika varovanja poslovnega lastništva pravic intelektualne lastnine. Vsebina idej pa mora temeljiti na možnosti zaščite vseh potencialnih preprek.

5.2 Postavitev strategije

Kot ustanovitelj ali razvijalec mobilne aplikacije, je dobro upoštevati pristop, pri katerem ustvarjanje in oblikovanje strategije, ki je povezana z intelektualno lastnino, pripomore k pravni zaščiti pred konkurenco. Na pravilno oblikovano strategijo, ki je odvisna od vrste različnih dejavnikov, imata velik vpliv konkurenčnost trga in hitro spreminjajoči obrisi prava intelektualne lastnine. Strategija je velikokrat odvisna od prihodnjega poslovanja samega podjetja. V poslovnem svetu mobilnih aplikacij, kjer število konkurentov eksponentno raste, je pomembno, da v hitrem postopku ugotovimo, kako lahko najbolj optimalno zaščitimo intelektualno lastnino, še posebej v primeru, ko mobilna aplikacija temelji na dokaj preprostem konceptu razvoja. Pridobivanje avtorskih pravic na primer je lahko dober način za hitro zagotavljanje zaščite avtorskega dela. Izbira prijave drugih pravic, ki lahko traja več let, se lahko uporablja za tradicionalne izdelke in ideje, kot so na primer filmi, knjige ali pesmi. Prav zaradi navedenega razloga, mora biti izbira pravne zaščite intelektualne lastnine hitra in pravilna, saj se kot že omenjeno, razvijalci in

ustanovitelji mobilnih aplikacij gibljejo v hitrem in konkurenčnem okolju. Prva strateška odločitev v podjetju, ki razvija nove proizvode ali storitve, mora biti določitev oblike pravne zaščite intelektualne lastnine oziroma iskanje primerne zaščite za določeno dejavnost. Patenti, avtorske pravice, blagovne znamke in poslovne skrivnosti imajo različne prednosti in slabosti. Več o iskanju primerne pravne zaščite intelektualne lastnine je navedeno v točki 5.3.

5.3 Možnosti pravne zaščite mobilne aplikacije

Pri izbiri pravnih zaščit intelektualne lastnine sem izhajal iz tabele v prilogi 1. Obstaja več različnih vrst za uporabo pravne zaščite intelektualne lastnine, izbira primerne vrste pa je ključnega pomena. Pri sami izbiri sem se osredotočil predvsem na stroške pridobitve pravic intelektualne lastnine, saj je omejevanje stroškov v začetni fazi poslovanja vitalnega pomena. Poleg tega pa je ključno še dejstvo, kakšne pravne zaščite in sankcije ob morebitnem kršenju pravic ponuja vsaka izmed pravic intelektualne lastnine.

Prizadevno vodenje evidenc in jasni ter učinkoviti dogovori med vsemi ustanovitelji ali drugimi poslovnimi partnerji, morajo biti bistvo vsakega načrta, ki temelji na zaščiti internega vidika podjetja. V zvezi z pravno zaščito pred konkurenti obstaja več vrst intelektualne lastnine. Izpostavil bom samo tri glavne oblike, ki bi jih moral upoštevati vsak ustanovitelj za optimalnejši razvoj in bi morali biti obvezno vključeni v strategijo intelektualne lastnine.

Avtorska pravica je dodobra znana oblika intelektualne lastnine, vendar je moč zaščite, ki je ponujena, v očeh podjetnikov velikokrat precenjena. V našem primeru se lahko avtorske pravice uporabijo samo za kode, ki sestavljajo samo mobilno aplikacijo ali pa druge elemente uporabniškega vmesnika mobilne aplikacije, ki iz pravnega vidika ščiti le pred natančnimi dvojniki. Z drugimi besedami bi lahko rekli, da gre za fotokopijo mobilne aplikacije. Druga odstopanja, povezana z kodo in uporabniškim vmesnikom, če smo bolj natančni, je to minimalna sprememba kode, je dovolj za konkurente ali druge družbe, da ustvarijo določeno vrsto replik, ki temeljijo na vaših kodah in se tako izognejo kršitvam avtorskih pravic. Izbira avtorske pravice je razumljiva iz več možnih vidikov. Kljub temu, da avtorske pravice pridobite samodejno ob nastanku originalnega dela (kode), jih morate registrirati, saj z registracijo dosežete določene prednosti, kot je morebitna vložitev tožbe, če so bile vaše avtorske pravice kršene. Poleg tega so avtorske pravice iz finančnega stališča najcenejša oblika pravne zaščite, ki jih lahko pridobite. Tako po registraciji avtorskih pravic, nimate nobenih finančnih ali poslovnih obveznosti, kar lahko bistveno zmanjša skrbi za dokumentacijo in prihrani ogromno časa in stroškov.

Oblikovalni patent je oblika patenta, ki ima nekaj podobnosti s konceptom znamke in avtorskih pravic. V primeru mobilne aplikacije je vsem enako to, da lahko zaščitijo okrasne značilnosti mobilne aplikacije, kot je videz ikon ali zaslonov. Izbira oblikovalnega patenta je iz vidika stroškov in ponujanja pravne zaščite optimalna. Oblikovalni patent je bistveno cenejši od patenta za funkcionalnost ali drugih vrst patentov. Prednost oblikovalnega patenta je v tem, da je postopek pridobivanja bistveno lažji kot pri funkcionalnem patentu. Poleg tega je postopek za pridobivanje patentnega varstva hitrejši. Iz vidika uveljavljanja odškodnine, velja enako kot za ostale vrste patenta, torej da lahko lastnik patenta v primeru, ko tretja oseba krši pravice intelektualne lastnine, zahteva znatne odškodninske zneske. Oblikovalni patent, lahko torej zagotovi poceni način za zaščito vizualnosti aplikacije. Pomanjkljivost pri oblikovalnem patentu je ta, da je njegova trajnost krajša (14 let), kot pri drugih vrstah patenta. Podobnost med oblikovalnim patentom in avtorskimi pravicami ni samo v zaščiti, ampak tudi to, da obe pravni zaščiti nimata nobenih obveznosti po pridobitvi.

Blagovna znamka igra ključno vlogo na trgu mobilnih aplikacij. Razvijalci mobilne aplikacije, bi morali zmeraj razmišljati o pravni zaščiti blagovne znamke, saj lahko tako zaščitijo svoje ime in logotip mobilne aplikacije. To je pomembno predvsem iz stališča uporabnikov, saj uporabnik prepozna določeno mobilno aplikacijo bodisi po imenu bodisi logotipu. Pomembno je tudi, da zna uporabnik oznake razlikovati in tako ne pride do nepotrebne zmede. Tudi če gledamo iz stroškovnega vidika, lahko vidimo, da v prilogi 1, registracija blagovne znamke predstavlja podjetju relativno nizek začetni strošek.

5.4 Proračun

Intelektualna lastnina je poslovno orodje, ki se lahko uporablja na veliko različnih načinov, seveda znotraj razpoložljivega proračuna. Podjetje, ki želi zaščititi svoje mobilne aplikacije mora istočasno razmišljati o proračunu, ki ji je za to na voljo. Predvsem start-up podjetja, ki so v začetnih fazah razvoja morajo pravilno razporediti sredstva, ki so jim trenutno na voljo. S tem je mišljena predvsem primerna izbira pravne zaščite intelektualne lastnine, saj lahko napačna izbira pripelje do neuspešnega poslovanja. Za razvijalce, ustanovitelje in druge posameznike, ki sodelujejo pri podjetju, je pomembno, da prepoznajo, kako lahko intelektualna lastnina pomaga njihovemu poslovanju, s katerimi pravicami intelektualne lastnine je njihov posel povezan in kako tesno je vsaka izmed alternativ za zaščito teh pravic povezana z poslovno strategijo. Dejstvo je, da je veliko mobilnih aplikacij, ki so na razpolago na trgu, neuspešnih bodisi z vidika poslovanja bodisi iz vidika financiranja. Le nekaj aplikacij na trgu postane finančni in poslovni uspeh. Dobra poslovna odločitev pri izbiri zaščite intelektualne lastnine, mora zato temeljiti na nizki stroškovni ravni. Takšna izbira je primerna predvsem za manjša podjetja oziroma start-up podjetja, saj je iskanje cenovno primerne zaščite v začetni fazi popolnoma razumljivo in je smiselno počakati, da

izdelek postane bolj priljubljen in uspešen, preden začnete zapravljati dodaten denar za zaščito pravic intelektualnih lastnine.

5.5 Zaščita intelektualne lastnine v eni ali več državah

Podjetja, ki želijo zaščititi svojo intelektualno lastnino, se morajo vprašati, ali želijo zaščititi svojo intelektualno lastnino v eni ali več državah. K temu vprašanju je najlažje pristopiti tako, da se vprašate, kateri je vaš ciljni trg, kamor bi radi prodrli z mobilno aplikacijo. Drugo vprašanje pa je, koliko sredstev ste pripravljeni vložiti v zaščito intelektualne lastnine. Izbira trga bi načeloma morala biti preprosta oziroma v tej fazi že odločena. Pravilna izbira ima velik vpliv na zaščito intelektualne lastnine, saj se pričakuje pozitiven odziv s strani uporabnikov in iz tega vidika tudi večji proračun, ki se lahko nadalje izkoristi za morebitno širitev zaščite intelektualne lastnine v druge države.

5.6 Hipoteze

Navedel sem tri hipoteze, katere so vzpostavljene s pomočjo raziskovalnega dela in temeljijo na podlagi pridobljenih sekundarnih virov.

Hipoteza 1: Oblikovalni patent je primeren za tista podjetja, katera si želijo pravno zaščititi vizualni del mobilne aplikacije, a hkrati ne želijo investirati previsok znesek v pravno zaščito.

Kot je lahko razvidno iz priloge 1, je oblikovalni patent iz stroškovnega vidika nižji kakor pa patent funkcionalnosti. Zato je primernejši za tista podjetja, katera si želijo vstopiti na trg mobilnih aplikacij relativno varno, vsaj iz pridobitve vizualne pravne zaščite in hkrati zagotoviti nizko raven začetnih stroškov. Hipoteza v tem primeru je potrjena.

Hipoteza 2: Blagovna znamka igra veliko vlogo v svetu mobilnih aplikacij.

Blagovna znamka se uporablja za identifikacijo in razlikovanje blaga ali storitev. V našem primeru predvsem logotip in ime podjetja ter ostalih vizualnih elementov kot so simboli, slike črke, barve ipd. Iz tega vidika je predvsem pomembno za podjetja, kjer uporabnik lažje prepozna in ustvari mnenje o podjetju oziroma mobilni aplikaciji. Iz priloge 1, sem povzel podatke, s pomočjo katerih sem prišel do zaključka, da v tem primeru je hipoteza potrjena.

Hipoteza 3: Z mobilno aplikacijo ni mogoče pridobiti avtorske pravice.

Avtorske pravice ščitijo programsko kodo, ampak samo pred direktnim, neposrednim kopiranjem, se pravi vrstico po vrstico (Cleary, 2014). Z ustvarjenjem oziroma razvijanjem

mobilne aplikacije ustvarjalci samodejno pridobijo avtorske pravice v teku ustvarjenja programske kode. V tem primeru je hipoteza zavrnjena.

SKLEP

V preučujočem delu sem s pomočjo teoretičnega in praktičnega vidika prišel do spoznanja, da se s pridobitvijo intelektualne lastnine podjetju omogoča lažje in smotrno poslovanje. V ZDA je mogoče pravno zaščititi mobilne aplikacije, bodisi z patentom bodisi z blagovno znamko ali avtorskimi pravicami ter z drugimi razpoložljivimi oblikami. Zato je iz vidika poslovanja predvsem pomembno, da v začetni fazi ustvarjalci oziroma razvijalci aplikacije v podjetju raziščejo in ugotovijo, katere pravne zaščite so za njihovo mobilno aplikacijo najbolj primerne in na podlagi določenih kriterijev izberejo primerno pravno zaščito. Zraven tega je pomembno vprašanje oziroma odločanje, s kakšno strategijo intelektualne lastnine želijo vstopiti na zeleni trg. Vprašanje je, ali se podjetjem, predvsem tistim, ki nimajo veliko začetnega kapitala, splača investirati v zaščito intelektualne lastnine. Odgovor na to vprašanje ni tako preprost, predvsem pa je odvisen od odločitve razvijalcev mobilne aplikacije. Ali se želijo najprej osredotočiti na sam razvoj in nadgradnjo izdelka ter se v začetku ne ozirati na morebitno kopiranje s strani konkurence, ali pa že v začetni fazi investirati denarna sredstva v primerno izbiro pravne zaščite. Veliko opcij je odprtih tudi na strani pridobljene intelektualne lastnine, ki ponuja prednosti izkoriščanja pravic, hkrati pa lahko temelji na zatiranju ali izključevanju konkurence na določenem področju.

Ključno vprašanje v mojem delu je bilo, ali je sploh mogoče patentirati mobilno aplikacijo ter kateri elementi in funkcije so lahko predmet patentiranja. S pomočjo teorije in praktičnega primera sem prišel do ugotovitev, da je aplikacijo mogoče patentirati bodisi z oblikovalnim ali funkcionalnim patentom. Funkcije je mogoče patentirati na več načinov, izmed katerih na primer tudi proces, kako mobilna aplikacija komunicira s strežnikom ali drugimi mobilnimi napravami. Pri razvijanju mobilne aplikacije, ki temelji na sestavi kode, so osnova samodejne avtorske pravice. Kljub temu sama registracija avtorskih pravic pripomore k formalnosti in informiranju v primeru, ko pride do kršenja avtorskih pravic. V svetu mobilnih aplikacij, je blagovna znamka vitalnega pomena. Logotip in ime blagovne znamke, imata velik vpliv na uspešnost in prepoznavnost na trgu, zato je ključnega pomena, da se izberejo primerne barve, številke, črke in drugi vizualni elementi, ki so vidni očem javnosti, saj le-ti predstavljajo zunanjo podobo podjetja. Uspešne blagovne znamke na svojem področju, niso postale globalno prepoznavne zaradi naključja, ampak s sprejetjem hitrih, kakovostnih oziroma pravilnih odločitev, katere so vizualno izražene tudi v njihovi blagovni znamki. Torej, začetno investiranje, oblikovanje v blagovno znamko je ključnega pomena v svetu mobilnih aplikacij.

LITERATURA IN VIRI

1. *About us*. Najdeno 8. avgusta 2016 na spletnem naslovu <https://www.uspto.gov/about-us>
2. Bostwlck, H. (2013, september). Can You Patent Your Mobile App? *Legalzoom*. Najdeno 8. avgusta 2016 na spletnem naslovu <https://www.legalzoom.com/articles/can-you-patent-your-mobile-app>
3. Carter, T. (2015, 25. marec). Thieves Beware: Getting intellectual property Rights for Your iPhone App. *Bluecloudsolution*. Najdeno 13. julija 2016 na spletnem naslovu <http://www.bluecloudsolutions.com/articles/thieves-beware-intellectual-property-rights-iphone-app/>
4. Cleary, F. (2014, 21. oktober). To Patent, or Not To Patent: Mobile Apps & Intellectual Property Rights. *FbombMedia*. Najdeno 13. julija 2016 na spletnem naslovu <https://fbombmedia.com/patent-patent-mobile-apps-intellectual-property/>
5. *Copyright Basics*. Najdeno 11. avgusta 2016 na spletnem naslovu <http://www.uspto.gov/learning-and-resources/ip-policy/copyright/copyright-basics>
6. Cuddy, R.H. (2011, april). Protecting and Selling Your Mobile Application. *Legal zoom*. Najdeno 3. avgusta 2016 na spletnem naslovu <https://www.legalzoom.com/articles/protecting-and-selling-your-mobile-application>
7. Economics and Statistics Administration & United States Patent and Trademark Office. (2012, marec). *Intellectual Property and the U.S. Economy: Industries in Focus*. Najdeno 12. avgusta 2016 na spletnem naslovu https://www.uspto.gov/sites/default/files/news/publications/IP_Report_March_2012.pdf
8. Graham, M. (2013, maj). Protecting copyrighted works in the mobile app space. *Intellectual Property magazine*. Najdeno 14. junija 2016 na spletnem naslovu <http://www.marshallip.com/content/uploads/2014/07/media.729.pdf>
9. Haimo, B.E., & Kahn, D.A. (2013, 17. september). Emergency communication mobile application. *Google Patenti*. Najdeno 13. julija 2016 na spletnem naslovu <https://www.google.com/patents/US8538374>
10. *How it works*. Najdeno 11. julija 2016 na spletnem naslovu <http://myflare911.com/how-it-works/>
11. *How much does it cost to patent a mobile app?*. Najdeno 3. avgusta 2016 na spletnem naslovu <http://www.richardspatentlaw.com/faq/have-an-idea/how-much-does-it-cost-to-patent-a-mobile-app/>
12. *Intellectual Property Law*. Najdeno 25. avgusta 2016 na spletnem naslovu <https://www.hg.org/intell.html>
13. Intellectual Property Office. (2013, junij). *Intellectual Property Rights in the USA*. Najdeno 24. julija 2016 na spletnem naslovu https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/456368/IP_rights_in_USA.pdf
14. Kovalcik, J. (2015, 14. oktober). Mobile marking – Trademarks for your App Icon. *Trademarkology*. Najdeno 14. junija 2016 na spletnem naslovu

- <http://www.trademarkologist.com/2015/10/mobile-marking-trademarks-for-your-app-icon/>
15. Overview of Trademark Law. (b.l.). *Berkman Klein Center*. Najdeno 14. avgusta 2016 na spletnem naslovu <https://cyber.law.harvard.edu/metaschool/fisher/domain/tm.htm>
 16. *Patents*. Najdeno 24. julija 2016 na spletnem naslovu <http://www.wipo.int/patents/en/>
 17. *Provisional Application for Patent*. Najdeno 8. avgusta 2016 na spletnem naslovu <http://www.uspto.gov/patents-getting-started/patent-basics/types-patent-applications/provisional-application-patent>
 18. Sheldon Mak & Anderson. (2010). *Comparison of Patents, Trademarks, Copyrights, and Trade Secrets*. Najdeno 15. avgusta 2016 na spletnem naslovu http://www.usip.com/pdf/Comparison_of_Patents_TM_CR_And_Trade_Secrets.pdf
 19. Stim, R. (2010, 25. januar). How Do I Copyright My Mobile App? *Dear Rich: An Intellectual Property Blog*. Najdeno 14. julija 2016 na spletnem naslovu <http://dearrichblog.blogspot.si/2010/01/how-do-i-copyright-my-mobile-app.html>
 20. Straus, J. (2015). Intellectual Property Rights: Ethical Aspects. *International Encyclopedia of Social & Behavioral Sciences*, 12(2), 262-265.
 21. United States Copyright Office. (2012). *Copyright Basics*. Najdeno 25. avgusta 2016 na spletnem naslovu <http://www.copyright.gov/circs/circ01.pdf>
 22. Varshneya, R. (2015). Does your mobile app need a patent? *TNW*. Najdeno 8. julija 2016 na spletnem naslovu <http://thenextweb.com/insider/2015/05/07/does-your-mobile-app-need-a-patent/#gref>
 23. *Why Intellectual Property Matters*. Najdeno 13. avgusta 2016 na spletnem naslovu <http://www.state.gov/e/eb/tpp/ipe/why/>

PRILOGA

PRILOGA 1: Pravo intelektualne lastnine

Slika 1: Primerjava med patenti, blagovno znamko, avtorskimi pravicami in poslovno skrivnostjo.

Type of Protection:	Utility Patent	Design Patent	Copyright	Trademark	Trade Secret
Subject matter	Functional features of process, machine, manufactured item, or composition of matter	Ornamental designs for article of manufacture	Works fixed in tangible medium of expression; includes literary, musical, pictorial, architectural, sculptural, motion pictures, and computer software	Words, names, symbols, devices, sounds, smells, non-functional trade dress	Formulae, processes, products, software, plans, designs, pricing, devices, R&D information, business information
Criteria for protection	Useful, new and non-obvious	Ornamental, new and non-obvious	Originality; authorship; non-functional aspects	Used to identify and distinguish goods or services	Anything advantageous in business and secret
How to obtain rights	U.S. Patent Office	U.S. Patent Office	Automatic upon creation in tangible medium; notice and registration help monetary recovery; registration required for suit	Common law by use; federal or state registration based on use	Maintain secrecy
Term	20 years from effective filing date	14 years from grant	Post-1/1/78 works: Life of author plus 70 years	As long as properly used; federal registration lasts 10 years (if formalities are met); renewable for 10-year periods	Duration of secret
What infringes	Making, using, selling, offering for sale, or importing devices embodying the claimed invention or using claimed process	Designs that look alike to eye of ordinary observer and use "point of novelty"	Copying, distribution of copies, unauthorized performance or display	Likelihood of confusion, mistake or deception	Misappropriation, improper disclosure
Disclosure requirements	Best mode	Best mode	None; deposit for registration	Use of mark discloses it	Cannot disclose
Cost	High	Moderate	Low	Low to moderate	Cost of maintaining secret
Continuing duties	Maintenance fee	None	None	Proper use; policing; renewals of registration	Maintain secret
Date protection commences	Upon issuance; 2.5 years from filing (retroactive damages possible)	Upon issuance; 2.5 years from filing	When fixed in tangible medium	First use; filing of U.S. intent to use application followed by registration	Creation of valuable secret
Any rights against independent discovery or creation	Yes	Yes	No	Yes, but good faith limits monetary recovery	No
Potential civil remedies	Damages; attorney fees and enhanced damages if exceptional; injunction; prejudgment interest	Damages for injury or defendant's profits; attorney fees and enhanced damages if exceptional; injunction; prejudgment interest	Damages; statutory damages; attorney fees; seizure; injunction; Customs seizure (if recorded with Customs)	Damages; defendant's profits; attorney fees; punitive damages if also unfair competition; injunction; seizure and statutory damages if counterfeit; Customs seizure (if recorded with Customs)	Damages; punitive damages; attorney fees; injunction

© SMA 2010

Sheldon Mak & Anderson
INTELLECTUAL PROPERTY LAW

100 CORSON STREET, THIRD FLOOR, PASADENA, CALIFORNIA 91103-3842 • (626) 796-4000 • WWW.USIP.COM

Vir: Sheldon Mak & Anderson, Intellectual Property Law, 2010, str. 1, Slika 1.