

WYKORZYSTANIE OCHRONY WŁASNOŚCI PRZEMYSŁOWEJ PRZEZ POLSKICH PRODUCENTÓW W PRZEMYSŁE SPOŻYWCZYM

Irena Łącka

Katedra Ekonomii Zachodniopomorskiego Uniwersytetu Technologicznego w Szczecinie
Kierownik: dr inż. Irena Łącka

Słowa kluczowe: własność przemysłowa, przemysł spożywczy, ochrona, dofinansowanie
Key words: industrial property, food industry, protection, financial support

S y n o p s i s. W opracowaniu zaprezentowano problem wykorzystania ochrony własności intelektualnej przez przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego w Polsce. Przedstawiono teoretyczne podstawy ochrony dóbr niematerialnych – znaczenie dla firmy, charakterystykę poszczególnych chronionych form własności (wynałazków, znaków towarowych, wzorów użytkowych, wzorów przemysłowych i *know-how*) oraz korzyści z ich posiadania dla właścicieli. Dzięki wykorzystaniu danych z bazy Urzędu Patentowego Rzeczypospolitej Polskiej dla polskich spółek przemysłu spożywczego z Warszawskiej Giełdy Papierów Wartościowych oceniono stan ochrony własności przemysłowej w tym sektorze. W zakończeniu opracowania zaprezentowano możliwości wykorzystania wsparcia na uzyskanie lub realizację ochrony własności przemysłowej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.

WSTĘP

Działalność innowacyjna i właściwa jej ochrona zawsze były kluczem do zdobycia przewagi konkurencyjnej. Większość współczesnych międzynarodowych koncernów przemysłu spożywczego osiągnęła swoją pozycję rynkową dzięki uzyskaniu w przeszłości ochrony na zakupione lub opracowane wynalazki (towary, procesy, usługi), znaki towarowe, wzory przemysłowe albo zarejestrowane oznaczenia geograficzne. Niektóre z tych koncernów przez dziesięciolecia bardzo strzegły formuł wytwarzania oferowanych przez siebie produktów. W ten sposób chroniona jest – jako tajemnica przedsiębiorstwa, czyli *know-how* – receptura Coca Coli opracowana w 1886 r. i nadal podlegająca prawnej ochronie. Stanowi ona już od 124 lat tajemnicę produkcyjną The Coca Cola Company.

We współczesnej gospodarce ochrona własności przemysłowej warunkuje jej efektywne wdrażanie i w konsekwencji uzyskanie wymiernych korzyści ekonomicznych. Konkurencja w ciągle zmieniających się warunkach rynkowych, nasilającej się rywalizacji o nabywcę, również w wymiarze globalnym, wymaga od polskich przedsiębiorstw przemysłu spożywczego podejmowania nowych, nietypowych działań, opracowywania i wprowadzania innowacyjnych rozwiązań. Działalność innowacyjna jest kosztowna i obciążona dużym ryzykiem, dlatego bardzo istotna staje się ochrona opracowanych produktów, technologii,

wymyślonych znaków towarowych lub wzorów przemysłowych. Dokonuje się tego poprzez uzyskanie ochrony patentowej, prawa ochronnego na znak towarowy, zarejestrowanie i ochronę wzoru przemysłowego. W przypadku szczególnych towarów, które mają typowe dla nich cechy związane z ich geograficznym miejscem pochodzenia, wykorzystuje się ochronę oznaczeń geograficznych produktów rolnych i środków spożywczych.

MATERIAŁ I METODA BADAŃ

Celem artykułu jest przedstawienie wykorzystania ochrony własności przemysłowej przez polskie przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego oraz wskazanie możliwości zwiększenia stopnia ochrony własności intelektualnej w tym sektorze dzięki wsparciu takich działań przez państwo. Wprowadzeniem do problemu jest wyjaśnienie podstawowych pojęć z zakresu ochrony własności przemysłowej. W dalszej części opracowania zbadano stan ochrony własności przemysłowej w polskich giełdowych spółkach przemysłu spożywczego dzięki wykorzystaniu danych z baz Urzędu Patentowego Rzeczypospolitej Polskiej (UPRP). W opracowaniu przyjęto założenie, że spółki giełdowe sektora spożywczego reprezentują liderów poszczególnych branż i wykazują większą dbałość o ochronę własności intelektualnej niż pozostałe przedsiębiorstwa tego sektora. Przemysł spożywczy w Polsce w większości jest bardzo rozproszony i tworzą go przede wszystkim małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP). Podmioty należące do tego sektora przedsiębiorstw są mało innowacyjne, a ograniczenia ich rozwoju utrudniają wykorzystywanie ochrony własności przemysłowej dla poprawy konkurencyjności firmy i jej pozycji rynkowej.

WŁASNOŚĆ PRZEMYSŁOWA – POJĘCIE I REGULACJE PRAWNE

Własność przemysłowa należy do własności intelektualnej i zalicza się ją do dóbr niematerialnych. Do tej kategorii należą takie formy własności, jak: patenty na wynalazki, wzory użytkowe, wzory przemysłowe, znaki towarowe, nazwy handlowe i geograficzne oznaczenia pochodzenia towarów oraz topografie układów scalonych oraz *know-how* – tajemnice techniczne, organizacyjne i handlowe przedsiębiorców.

Własność przemysłową w Polsce chronią przepisy zawarte w ustawie z dnia 30 czerwca 2003 r. *Prawo własności przemysłowej* [DzU. 2003.119.1117 z późn. zm.]. Szczegółowy wykaz obowiązujących aktów prawnych w tej kwestii można znaleźć na stronie internetowej Urzędu Patentowego Rzeczypospolitej Polskiej (www.uprp.pl).

WYNALAZEK – DEFINICJA I CECHY

Najstarszą część prawa własności przemysłowej stanowi prawo patentowe, które zawiera przepisy dotyczące ochrony prawnej wynalazków. Za wynalazki uważa się wszelkie rozwiązania o charakterze technicznym, które są nowe, posiadają poziom wynalazczy i nadają się do przemysłowego zastosowania. Wynalazek może dotyczyć opracowania nowego urządzenia, produktu, metody, procesu lub stanowić istotne unowocześnienie już istniejących rozwiązań. Nowość wynalazku oznacza, że nie należy on do dotychczasowego stanu techniki.

Natomiast możliwość przemysłowego zastosowania oznacza, że powinien prowadzić do uzyskania wytworu lub wykorzystywanego sposobu w rozumieniu technicznym, w jakiegokolwiek działalności przemysłowej, nie wyłączając rolnictwa. Jednocześnie należy pa-

miętać, że nie udziela się patentów na odmiany roślin lub rasy zwierząt oraz czysto biologiczne sposoby hodowli roślin czy zwierząt, także sposoby leczenia zwierząt. Te zastrzeżenia są istotne dla podmiotów gospodarczych działających w rolnictwie [Adamczak, Gędek 2009a, Sieniow, Włodarczyk 2009, s. 15-16].

Ochrona wynalazku następuje poprzez udzielenie patentu na określony czas, tzn. maksymalnie na 20 lat od dnia dokonania zgłoszenia. Warunkiem koniecznym jest oczywiście wniesienie w wymaganym terminie wszystkich obowiązkowych opłat związanych z udzieleniem i utrzymaniem ochrony wynalazku. Patenty są udzielane przez krajowe urzędy ds. własności przemysłowej (w Polsce UPRP) lub urzędy regionalne (np. Europejski Urząd Patentowy). Należy pamiętać, że patent jest prawem obowiązującym terytorialnie, ograniczonym granicami danego państwa lub regionu, w którym został udzielony. Możliwe jest także dokonanie zgłoszenia patentowego w ramach procedury międzynarodowej. Tym zajmują się: Światowa Organizacja Własności Intelektualnej (WIPO) oraz krajowe urzędy patentowe.

W polskim przemyśle spożywczym przedsiębiorstwa niezmiernie rzadko wykorzystują patentowanie wynalazków, dlatego trudno znaleźć przykłady takich działań. Przykładowymi wynalazkami, które zostały opatentowane w Polsce przez przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego są: opakowanie słodczy przez ZPC Mieszko S.A. (1995 r.), sposób wytwarzania pieczeni indyczej przez Indykpol S.A. (1998 r.). W latach 90. XX w. Wawel S.A. uzyskał cztery patenty na swoje wyroby – czekoladę pełną bezcukrową oraz sposób wytwarzania czekolady pełnej bezcukrowej, a także na karmelki twarde bezcukrowe i sposób ich wytwarzania oraz karmelki twarde z efektem musującym i sposób ich wytwarzania. Patenty firmy wygasły jednak w kolejnej dekadzie.

ZNAKI TOWAROWE

Znakiem towarowym może być każde oznaczenie przedstawione w sposób graficzny lub takie, które się uda wyrazić w sposób graficzny, jeżeli oznaczenie takie nadaje się do odróżniania w obrocie towarów jednego przedsiębiorstwa od tego samego rodzaju towarów innych firm [Ustawa *Prawo własności przemysłowej*, DzU. 2003.119.1117 art. 120, ust. 1 i 2]. Najczęściej występującymi formami przedstawienia znaków towarowych są oznaczenia słowne (wyraz, zdanie, slogan), słowno-graficzne oraz graficzne (rysunki, ornamenty). Oprócz wymienionych form przedstawieniowych często stosuje się także znaki towarowe przestrzenne (w tym postać towaru lub opakowania), dźwiękowe (np. melodie), przestrzenno-słowno-graficzne oraz przestrzenno-graficzne. Znaki pełnią trzy funkcje, a mianowicie: funkcję oznaczania pochodzenia, funkcję jakościową i reklamową. Odpowiednio chronione znaki towarowe mogą stać się także źródłem dodatkowych dochodów dla ich właścicieli, np. poprzez udzielenie licencji na używanie znaku przez innych przedsiębiorców w ramach sieci franchisingowej. Znak towarowy, zwłaszcza o dużej renomie, może być czynnikiem wspierającym proces ubiegania się przedsiębiorcy o przyznanie środków ze źródeł zewnętrznych. Znak ten wykorzystywany jest także jako zabezpieczenie zaciąganego kredytu, przedmiot sprzedaży, zamiany, darowizny lub zastawu.

Uzyskanie prawnej ochrony znaku towarowego na obszar Polski wymaga dokonania zgłoszenia w UPRP oraz w Urzędzie Harmonizacji Rynku Wewnętrznego OHIM w Alicante w Hiszpanii. Ochrona jest udzielana zawsze w odniesieniu do pewnego terytorium, w związku z czym w przypadku rejestracji w OHIM ochrona będzie się rozciągać na całe terytorium Unii Europejskiej. Rejestracja znaku towarowego zapewnia jego ochronę na 10 lat, pod

warunkiem dokonania niezbędnych czynności i opłat z tym związanych [Adamczak, Gędek 2009b, Sieniow, Włodarczyk 2009, s. 17-18].

W przypadku przemysłu spożywczego rejestruje się znaki słowne i słowno-graficzne, które najlepiej służą promocji produktów i przedsiębiorstwa, budowaniu renomy i wizerunku firmy, a także odróżnieniu od konkurencji. Przykładowymi słowno-graficznymi znakami towarowymi, wykorzystywanymi przez notowane na GPW w Warszawie spółki przemysłu spożywczego, są: *Jeżyki najeżone bakaliarnymi* i *Goplana 1912 DAYS & NIGHTS Herbatniki z czekoladą mleczną i kremem jogurtowo-truskawkowym*, zgłoszone w 2007 r. należące do spółki Jutrzenka S.A. lub znak *Sorenti* zgłoszony przez Makarony Polskie S.A. w 2005 r. wraz ze sloganem *Sorenti, już jesteś mój...*, który spółka zarejestrowała w 2006 r. Do tej grupy znaków należą także takie znaki, jak: *Olej Kujawski 3 Ziarna* z 2009 r. lub znak reklamowanej w TVP margaryny *Manuel z masłem* z 2007 r. spółki Kruszwica.

WZORY UŻYTKOWE

Wzorem użytkowym jest nowe i użyteczne rozwiązanie o charakterze technicznym, dotyczące kształtu, budowy lub zestawienia przedmiotu o trwałej postaci, które pozwala na osiągnięcie celu mającego praktyczne znaczenie przy wytwarzaniu lub korzystaniu z wyrobów [Podręcznik zarządzania... 2009, s. 9-10]. Na wzór użytkowy może być udzielone prawo ochronne, które zapewnia wyłączność korzystania ze wzoru użytkowego w sposób zarobkowy lub zawodowy na całym obszarze Polski. Prawo to obowiązuje przez 10 lat od daty zgłoszenia wzoru użytkowego w UPRP.

W polskim przemyśle spożywczym wzory użytkowe stanowią bardzo rzadko wykorzystywany sposób na poprawę konkurencyjności firmy. Spośród 19 polskich spółek giełdowych tego sektora, jedynie 4 podmioty zgłosiły i dysponowały wzorami użytkowymi (obecnie ochrona wygasła) lub zgłosiły wzór, lecz UPRP podjął decyzję odmowną w sprawie jego zastrzeżenia. Należą do nich: Wawel S.A., Mieszko S.A., Kruszwica S.A. oraz Indykpol S.A. Przykładem firmy, która zgłosiła i uzyskała dwa prawa ochronne na wzory użytkowe (opaski na produkty) jest Indykpol S.A., jednak jej prawa ochronne już wygasły. Podobnie stało się w przypadku jedynego wzoru użytkowego na opakowanie, zgłoszonego przez Wawel S.A. i zatwierdzonego przez UPRP.

WZORY PRZEMYSŁOWE

Wzorem przemysłowym jest nowa, mająca indywidualny charakter postać wytworu lub jego części, nadana mu w szczególności przez cechy linii, konturów, kształtów, kolorystykę, strukturę lub materiał wytworu oraz przez jego ornamentację [DzU. 2003.119.1117 art. 102, ust. 1]. Wytworem jest każdy przedmiot wytworzony w sposób przemysłowy lub rzemieślniczy, obejmujący w szczególności opakowanie, symbole graficzne oraz kroje pisma typograficzne, z wyłączeniem programów komputerowych.

Wzór przemysłowy podnosi wartość produktu, gdyż powoduje, że nabywcy postrzegają go jako atrakcyjny, co skłania ich do zakupu. Przedsiębiorcy, tworząc nowy i oryginalny wzór przemysłowy, starają się dostosować dany produkt do oczekiwań określonych grup odbiorców na rynku, wypełnić niszę rynkową oraz podnieść renomę znaku towarowego. Ochrona wzoru rejestrowanego w systemie krajowym w Polsce i w systemie wspólnotowym może trwać nawet do 25 lat. Z ekonomicznego punktu widzenia zarejestrowanie

wzoru przemysłowego poprawia konkurencyjność przedsiębiorstwa oraz przynosi dodatkowe korzyści, ponieważ:

- zabezpiecza przed kopiowaniem lub podrabianiem wzoru przez konkurentów,
- przyczynia się do zwrotu kosztów poniesionych w związku z tworzeniem i wypromowaniem danego produktu, co pozwala w konsekwencji na zwiększenie zysków firmy,
- przedsiębiorstwo zwiększa swoją wartość, gdyż zarejestrowane wzory przemysłowe należą do aktywów firmy,
- zarejestrowane wzory przemysłowe mogą być przedmiotem sprzedaży lub licencji.

W polskim przemyśle spożywczym rejestrowanie wzorów przemysłowych także nie stanowi powszechnej praktyki. Wśród notowanych na warszawskiej giełdzie spółek tego sektora, będących w polskich rękach, jedynie Indykpol S.A., Jutrzenka S.A., Wawel S.A. i Wilbo S.A. dokonały zgłoszenia rejestracji wzorów przemysłowych w UPRP. Indykpol S.A. uzyskał od 2006 r. prawo rejestracji opakowania wyrobu wędliniarskiego (parówek). Jutrzenka S.A. dysponuje 14 zarejestrowanymi wzorami przemysłowymi dla wyrobów, etykiet i opakowań. Wawel S.A. ma 33 zarejestrowane wzory przemysłowe na wyroby i opakowania swoich produktów. Natomiast Wilbo S.A. zarejestrowała 5 wzorów przemysłowych na oferowane dania barowe oraz opakowania i tacki do nich.

TAJEMNICA PRZEDSIĘBIORSTWA (*KNOW-HOW*)

Do wartości niematerialnych przedsiębiorstwa należą tajemnice firmy. Stanowią one całokształt wiadomości, czyli wiedzy oraz doświadczeń w zakresie technologii i procesu produkcyjnego dla danego wyrobu. W fachowej terminologii określa się je mianem *know-how*. Według prawa europejskiego *know-how* to pakiet nieopatentowanych informacji praktycznych, wynikających z doświadczenia i badań, które są:

- niejawne, czyli nie są powszechnie znane lub łatwo dostępne,
- istotne, tzn. ważne i użyteczne z punktu widzenia wytwarzania produktów objętych umową,
- zidentyfikowane, czyli opisane w wystarczająco zrozumiały sposób, aby można było sprawdzić, czy spełniają kryteria niejawności i istotności.

Szerzej ujmując to pojęcie, za *know-how* można uznać całokształt wiedzy i doświadczenia o charakterze technicznym, handlowym, administracyjnym, finansowym lub innego rodzaju, które mogą być stosowane w działalności danego przedsiębiorstwa albo do wykonywania danego zawodu. W związku z tym do tajemnic przedsiębiorstwa (*know-how*) można zaliczyć: niezarejestrowane wzory użytkowe, nieopatentowane wynalazki, informacje techniczne dotyczące stosowania patentów lub wzorów użytkowych, doświadczenie administracyjne i organizacyjne związane z własnością przemysłową, zasady postępowania produkcyjnego, doświadczenia technologiczno-organizacyjne, metody kontroli jakości, sposoby organizacji oraz prowadzenia działalności marketingowej, metody prowadzenia działalności dystrybucyjnej, zasady finansowania przedsięwzięć gospodarczych, reguły praktyki zawodowej. Tajemnice przedsiębiorstwa mogą obejmować wynalazki lub sposoby produkcji, które nie spełniają kryteriów wymaganych dla uzyskania ochrony patentowej lub ich ochrona już wygasła. Jednocześnie jednak stanowią nadal tajemnicę i lepiej nie dopuszczać do ich ujawnienia, gdyż pozwalają osiągać większe korzyści [*Podręcznik zarządzania...* 2009, s. 22].

Zapewnienie tajemnicy przedsiębiorstwa nie wymaga ponoszenia kosztów związanych z ochroną patentową ani ujawnienia lub rejestracji w urzędzie krajowym. Ochrona *know-how*

nie jest ograniczona w czasie i utrudnia możliwości rozpoznania działań przedsiębiorstwa przez konkurentów. *Know-how* może być także przedmiotem obrotu (sprzedaży, licencji).

Chcąc zachować tajemnice przedsiębiorstwa, należy zadbać o to, aby w umowach określających różne stosunki z podmiotami gospodarczymi (pracownikami, kontrahentami, partnerami współpracy itp.) znalazły się klauzule zobowiązania do zachowania udostępnionych informacji w tajemnicy. Przedstawione zasady obowiązujące w przypadku ochrony *know-how* są stosowane przede wszystkim przez duże polskie firmy przemysłu spożywczego. W przypadku MŚP tego sektora można zauważyć brak dostatecznie silnej ochrony *know-how*, co wynika z niskiej świadomości potrzeby chronienia własności niematerialnych w przedsiębiorstwie oraz niedostatecznej wiedzy w tym zakresie.

OCHRONA WŁASNOŚCI PRZEMYSŁOWEJ W GIEŁDOWYCH SPÓLKACH SEKTORA SPOŻYWCZEGO

W celu zbadania stanu ochrony własności niematerialnych w przedsiębiorstwach przemysłu spożywczego w Polsce, wybrano grupę największych firm (spółek akcyjnych) tego sektora notowanych na GPW w Warszawie. Są one liderami branż, w których działają, dysponują znacznymi zasobami kapitałowymi oraz określonymi strategiami rozwoju. Uznano, że jednym z elementów tych strategii powinna być silnie rozwinięta ochrona własności przemysłowej. Wykorzystując bazy danych UPRP, ustalono liczbę zgłoszonych przez polskie spółki giełdowe (chronionych lub nie) i zarejestrowanych wynalazków, znaków towarowych, wzorów użytkowych, wzorów przemysłowych oraz międzynarodowych znaków towarowych. Okazało się, że poza spółką Kofola S.A., która ma 13 zarejestrowanych międzynarodowych znaków towarowych (na Czechy) i firmą Jutrzenka S.A., dysponującą 1 międzynarodowym znakiem towarowym (w Szwajcarii), pozostałe przedsiębiorstwa nie zgłosiły znaków w procedurze międzynarodowej. Wyniki analiz danych zestawiono w tabeli 1.

Z danych zawartych w tabeli 1. wynika, że polskie przedsiębiorstwa spożywcze, będące spółkami giełdowymi, najczęściej stosują ochronę znaków towarowych, przy czym największą liczbą zarejestrowanych w UPRP znaków towarowych dysponują spółki branży cukierniczej i napojów alkoholowych (Mieszko, Jutrzenka, Wawel, Ambra i Sobieski). Ochrona znaków towarowych stanowi także istotny element strategii konkurencyjności w przypadku spółki Kruszwica, działającej w branży tłuszczowej (produkcja margaryn i roślinnych tłuszczów jadalnych). Z wypowiedzi przedstawicielki ZPC Mieszko S.A. – Adrianny Ottlik – wynika, że firma ta zgłasza do ochrony znaki towarowe słowne (nazwy produktów, hasła) oraz znaki słowno-graficzne (grafika opakowań, logotypy, loga, symbole itp.) po przeprowadzeniu badania opinii konsumentów nt. możliwości ich rejestracji. W przypadku pozytywnej opinii następuje zgłoszenie znaku do ochrony. Znaki, które zostaną pozytywnie zweryfikowane przez konsumentów, a nie będą wykorzystane, trafiają do bazy danych przedsiębiorstwa i mogą być wykorzystywane podczas prac nad kolejnymi produktami. Spółka Mieszko najpierw zgłasza znak do ochrony na terytorium Polski, a następnie dokonuje rejestracji na wybranych rynkach eksportowych. Wybór krajów, a także sposobu rejestracji wynika ze strategii eksportowej przyjętej przez spółkę dla danego produktu lub marki [Popiołek 2009]. W podobny sposób postępują pozostałe wymienione firmy posiadające chronione znaki towarowe. Jednak należy mieć świadomość, że polscy przedsiębiorcy bardzo rzadko chronią swoją własność przemysłową poza terytorium Polski. Do Europejskiego Urzędu Patentowego trafia każdego roku jedynie około 100 zgłoszeń patentowych polskich przedsiębiorców (w 2008 r. – 105).

Zaprezentowane dane wskazują, że wynalazki, wzory użytkowe oraz wzory przemysłowe rzadko są zgłaszane do ochrony przez spółki giełdowe sektora spożywczego. Wynika to zarówno z braku tych wartości w badanych spółkach, jak i niskiej świadomości ich znaczenia dla konkurencyjności firmy. Takie działania podejmowały jedynie nieliczne podmioty, które chroniły swoje znaki towarowe. Wśród barier ochrony własności przemysłowej wskazywanych przez polskich przedsiębiorców wymienia się przede wszystkim: wysokie koszty, długotrwałość i skomplikowanie procedur, brak dostępu do informacji i bezpłatnego doradztwa, niepewność skuteczności ochrony, brak wykwalifikowanych specjalistów w firmie [Gawrychowski 2009, s. A2-A3].

Szczególnie istotnym czynnikiem ograniczającym ochronę własności przemysłowej w przypadku polskich MŚP (wszystkich branż) są koszty związane z opracowaniem i ochroną różnych form własności niematerialnej – wynalazków, znaków towarowych, wzorów użytkowych i przemysłowych. Największe koszty występują w sytuacji patentowania wynalazku, co wynika z konieczności poniesienia znacznych nakładów na stworzenie nowego rozwiązania, a potem przeprowadzenie procesu jego ochrony. W przypadku znaków towarowych, wzorów użytkowych i przemysłowych koszty poniesione na ich opracowanie są niższe, ale także stanowią problem dla przedsiębiorców z sektora MŚP [Adamczak, Gędek

Tabela 1. Formy ochrony własności przemysłowej stosowane przez spółki giełdowe sektora spożywczego w Polsce

Nazwa spółki	Branża	Wynalazki	Znaki towarowe	Wzory użytkowe	Wzory przemysłowe
Ambra	napoje alkoholowe	-	237	-	-
Beef-San	mięsna	-	13	-	-
Sobieski	napoje alkoholowe	-	144	-	1
Elstar Oils	tłuszczowa	-	2	-	-
Graal	rybna	-	13	-	-
Indykpol	drobiarska	1	72	2	1
Jutrzenka	cukiernicza	-	362	-	14
Kofola	napoje bezalkoholowe	-	-	-	-
Kruszwica	tłuszczowa	-	324	odmowa	-
Makarony Polskie	produkcja makaronów	-	21	-	-
Mieszko	cukiernicza	1	571	odmowa	-
Mispol	przetwórstwo mięsne	-	14	-	-
Pamapol	przetwórstwo mięsne i warzywne	-	10	-	-
Pepees	przetwórstwo ziemniaków i produkcja skrobi	-	6	-	-
PKM Duda	mięsna	-	34	-	-
Seko	rybna	-	2	-	-
Wawel	cukiernictwo	5	202	1	33
Wilbo	rybna	-	46	-	5
Herman	mięsna	-	4	-	1

Źródło: opracowanie własne na podstawie bazy danych UPRP [<http://www.uprp.pl>].

2009a, s. 19-20, 2009b, s. 16-17, Adamczak, Dobosz, Gędłek 2009, s. 18-19]. Nawet gdy rozważają ochronę jedynie na terytorium Polski, to muszą liczyć się z poniesieniem dodatkowo następujących wydatków:

- kosztów związanych z prowadzeniem badań ogólnego stanu techniki, poszukiwań w rejestrach przedsiębiorstw, bazach danych (patentów, znaków towarowych wzorów przemysłowych i użytkowych), co niekiedy wymaga wykorzystywania płatnych baz danych,
- kosztów związanych z nabyciem praw majątkowych, w tym autorskich praw majątkowych np. do znaku towarowego, wzoru itp.,
- kosztów związanych z procedurą dotyczącą udzielenia ochrony – opłat urzędowych związanych ze zgłoszeniem różnych form własności przemysłowej i opłat okresowych za utrzymanie ochrony,
- honorarium rzecznika patentowego w przypadku korzystania z jego usług.

Szczegółowe informacje dotyczące opłat związanych z ochroną wynalazków, znaków towarowych, wzorów użytkowych i przemysłowych w trybie krajowym w postępowaniu przez UPRP można znaleźć na stronie internetowej <http://www.uprp.pl>.

DOTACJE NA OCHRONĘ WŁASNOŚCI PRZEMYSŁOWEJ

Barierę kosztową stojącą przed polskimi firmami może ograniczyć wykorzystanie przez przedsiębiorców dofinansowania z funduszy unijnych na pokrycie kosztów związanych z uzyskaniem ochrony własności przemysłowej. Od lutego 2009 r. mogą się oni ubiegać o środki w ramach działania 5.4. Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Działanie to jest skierowane do mikro-, małych i średnich firm. Dofinansowanie może pokryć koszty związane z przygotowaniem zgłoszenia wynalazku, wzoru użytkowego lub przemysłowego, koszty opłat urzędowych za to zgłoszenie, reprezentacji pełnomocnika przed odpowiednim organem własności przemysłowej czy postępowania w zakresie unieważnienia lub stwierdzenia wygaśnięcia patentu, prawa ochronnego na wzór użytkowy lub prawa z rejestracji.

Dotacja na wsparcie ochrony praw własności przemysłowej jest zróżnicowana (od 2 tys. do 400 tys. zł) i wymaga wkładu własnego. Jej wysokość zależy od wielkości podmiotu i nie może przekraczać określonego udziału wydatków kwalifikowanych do objęcia dofinansowaniem. Najwyższy stopień wsparcia w wysokości 70% wydatków kwalifikowanych stosuje się w przypadku mikro- lub małego przedsiębiorstwa. Warunkiem niezbędnym do uzyskania wsparcia w tym przypadku jest stworzenie wynalazku, wzoru użytkowego lub przemysłowego w ramach badań przemysłowych. W tych samych warunkach firma średnia uzyska dotację na 60% kosztów kwalifikowanych. Natomiast jeżeli mikro- lub małe przedsiębiorstwo chce uzyskać wsparcie na ochronę wynalazku, wzoru użytkowego lub przemysłowego, które powstały w trakcie prac rozwojowych, to dofinansowanie może wynieść maksymalnie 45% wydatków kwalifikowanych. Firma średnia otrzyma w podobnej sytuacji dotację w wysokości 35% wydatków kwalifikowanych. Przedsiębiorcy mogą skorzystać także z dofinansowania na realizację ochrony własności przemysłowej (od 2 tys. do 400 tys. zł). Wielkość tej dotacji zależy od rozmiarów podmiotu. Mikro- i małe przedsiębiorstwa mogą uzyskać maksymalnie pokrycie 45% wydatków kwalifikujących się do objęcia wsparciem, a firmy średnie – 35% kosztów kwalifikowanych [Gawrychowski 2009, s. A2-A3].

WNIOSKI

Odpowiednia ochrona wynalazków i innych form własności przemysłowej przesądza o przewadze rynkowej i sukcesie komercyjnym przedsiębiorstw przemysłu spożywczego. Może także przyczynić się do powstawania kolejnych rozwiązań, zwiększających innowacyjność firmy. Podmioty sektora agrobiznesu mają wiele możliwości wykorzystywania swoich patentów – poprzez sprzedaż nowych produktów lub usług, modernizację procesów wytwarzania, poprawę jakości i efektywności, co umożliwia osiągnięcie przewagi konkurencyjnej na rynku.

Posiadane patenty, znaki towarowe i wzory przemysłowe mogą stać się także dla przedsiębiorstwa źródłem korzyści pochodzących z opłat licencyjnych. Rejestracja znaku zapewnia firmie monopol na korzystanie z marki, ale także umożliwia zdobycie dodatkowych środków finansowych – znaki towarowe mogą być odsprzedawane lub stać się zabezpieczeniem kredytu. Należy pamiętać, że znaki towarowe i wzory przemysłowe są dla firmy istotnym elementem promocji i strategii tworzenia wizerunku przedsiębiorstwa oraz produkowanych towarów lub świadczonych usług. Ich brak utrudnia, a niekiedy ogranicza rozwój przedsiębiorstwa sektora agrobiznesu.

Polskie firmy przemysłu spożywczego nie wykorzystują we właściwy sposób możliwości ochrony własności przemysłowej. Pod względem stosowania instrumentów tej ochrony wszystkie branże polskiej gospodarki prezentują się dramatycznie źle na tle dużych krajów UE i USA lub Japonii. Wynika to z występowania wielu barier, w tym także finansowych, podejmowania działań innowacyjnych oraz ochrony własności przemysłowej. Szansą na ograniczenie tych barier i zwiększenie stopnia ochrony wynalazków, znaków towarowych, wzorów użytkowych i przemysłowych jest wykorzystanie przez przedsiębiorców sektora spożywczego wsparcia na ten cel z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.

LITERATURA

- Adamczak A., Dobosz E., Gędłek M. 2009: *Wzory przemysłowe w działalności małych i średnich przedsiębiorstw*. KIG, UP RP, Warszawa.
- Adamczak A., Gędłek M. 2009a: *Wynalazki w działalności małych i średnich przedsiębiorstw*. KIG, UP RP, Warszawa.
- Adamczak A., Gędłek M. 2009b: *Znaki towarowe w działalności małych i średnich przedsiębiorstw*. KIG, UP RP, Warszawa.
- Bazy Danych Urzędu Patentowego RP, <http://www.up.rp.pl>.
- Gawrychowski A. 2009: *Nowe granty dla firm na patenty*, „Gazeta Prawna”, nr 47. <http://www.uprp.pl>.
- Konwencja Paryska o ochronie własności przemysłowej z dnia 20 marca 1883 r.*: Akt sztokholmski z dnia 14 lipca 1967 r. Dz.U. 1975.9.51.
- Podręcznik zarządzania własnością intelektualną*, J. Anders (red.), Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego. Poznań, grudzień 2009.
- Popiołek E. 2009: *Marketing i reklama: Siła znaku*. Portal Spożywczy, <http://portalspozywczy.pl> (dostęp 23.05.2009).
- Sieniow T., Włodarczyk W. 2009: *Własność intelektualna w społeczeństwie informacyjnym*. KIG, UPRP, Warszawa.
- Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej*.: Dz.U. 2003.119.1117 z późn. zm.

Irena Łącka

THE USE OF INDUSTRIAL PROPERTY PROTECTION BY THE POLISH PRODUCERS
IN THE FOOD INDUSTRY

Summary

The article discusses the problem of using the intellectual property protection by food industry enterprises in Poland. There are both the theoretical bases of the intangible assets protection – its importance for the enterprise, the characteristic of the particular protected forms of property (inventions, trademarks, utility models, industrial designs and know-how) as well as the benefits of their possession for owners. Using the database of the Patent Office of the Republic of Poland for the Polish food industrial stock corporations, there were evaluated the state of industrial property protection in this sector. The end of the paper shows the possibilities of using the support for obtaining the industrial property protection within the Innovative Economy Programme.

Adres do korespondencji:

dr inż. Łącka Irena
Katedra Ekonomii
Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie
ul. Żołnierska 47
71-210 Szczecin
tel. (71) 449 69 90
e-mail: irena.lacka@zut.edu.pl