


DUŠEVNÉ VLASTNÍCTVO VO VZDELÁVANÍ

DUŠEVNÉ VLASTNÍCTVO

Základy duševného vlastníctva
pre učiteľov



Základy
duševného
vlastníctva
pre učite-
ľov

Základy duševného vlastníctva pre učiteľov

Úvod

Vaša škola vás požiada, aby ste pripravili projekt pre národnú súťaž v oblasti vzdelávania. Ste motivovaní. Máte vynikajúci nápad. Strávite veľa času dôkladnou prípravou projektu, aby ste pre svoju školu získali ocenenie. Potom však bývalý kolega, ktorému dôverujete a ktorému ste svoju prácu ukázali, predloží podobný projekt za školu, v ktorej teraz pôsobí, a tá získa prvé miesto. Ako sa budete cítiť?

Duševné vlastníctvo (DV) chráni výtvary, ktoré sú výsledkom intelektuálnej alebo tvorivej činnosti, a účelom práv duševného vlastníctva je práve ochrániť vás pred podobnou situáciou.

Duševné vlastníctvo nie je žiadnou novinkou:

Koncepcia duševného vlastníctva nie je nová. Podľa niektorých informácií pochádza až z obdobia 500 rokov p. n. l., z časov, keď ľudia začali vyrábať nástroje, aby prežili a zlepšili kvalitu svojho života. Prvé právo duševného vlastníctva vzniklo, keď grécke mesto Sybaris povolilo svojim občanom získať patent na „akékoľvek nové zlepšenie blahobytu“.

Mesto tým chcelo odmeniť vytváranie originálnych receptov a kuchárskych výtvorov. Odvtedy sa v oblasti duševného vlastníctva dosiahli mnohé zlepšenia a vytvorilo sa veľa právnych predpisov. Zámer právnych predpisov v tejto oblasti však zostáva rovnaký – podpora tvorivosti. Aby to bolo možné, tvorcovi sa poskytnú určitá výlučná výsada na používanie jeho diela.

V súčasnosti sú predmety, ktoré sprevádzajú náš každodenný život, čoraz zložitejšie.

Napríklad taký smartfón je chránený státisícami práv duševného vlastníctva. A rovnako je na tom väčšina predmetov a služieb, ktoré tvoria súčasť nášho moderného života.



Ochranné známky sú rozlišovacím označením, ktoré slúži na odlišenie výrobkov a služieb jedného podniku od výrobkov a služieb jeho konkurencie. Za značku vždy stoja ľudia, ktorí pracujú na výrobkoch a službách, zlepšujúcich rôzne aspekty nášho života, investujú do nich a venujú sa ich výskumu a vývoju.

Ochranné známky

- Názov telefónu
- Úvodný tón
- Logo aplikácie Instagram

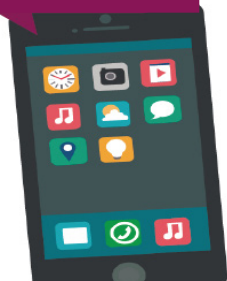


Niektorí ľudia dlhé roky či desaťročia zasuviť vynálezu, ktorý by mohol zmeniť svet. Niektorí ľudia dostanú geniálny nápad úplne nečakane. **Patenty** vychádzajú z myšlienky, že títo vynálezcovia si zaslúžia odmenu za túto namáhavú prácu, ako aj za svoje nápady. Výmenou za to, že svetu poskytnú svoj vynález, majitelia patenty získajú výlučné práva na výrobu a predaj alebo na inú distribúciu svojho vynálezu.

Patenty

- Metódy spracovania údajov
- Operačný systém
- Fungovanie používateľského rozhrania

Vedeli ste,
že existuje viac ako
250 000
aktívnych patentov,
ktoré sa vzťahujú na dnešné smartfóny?



Dizajn zahŕňa vzhľad výrobku (alebo len časti výrobku) - jeho tvar a farbu, použité materiály, obal, takže v podstate akýkoľvek vyrobený predmet je možné zapísať ako dizajn. Dizajn je však ešte oveľa širší pojem. Patria sem aj logá, mapy, typy písma a mnoho ďalšieho. Dizajn nemusí byť pekný, pútavý ani umelecký, stačí ak sa odlišuje.

Dizajny

- Celkový tvar telefónu
- Usporiadanie a tvar tlačidiel
- Poloha a tvar displeja



Autorské právo

- Softvér
- Používateľské príručky
- Vyzváňacie tóny
- Facebook
- Obrázky

Autorské práva sú súborom pravidiel, ktoré chránia umelecké a literárne diela. Vztahujú sa na filmy, hudbu, básne, maľby, komiksy atď. Ide vlastne o to, aby len ich tvorca mal právo rozhodovať, kto jeho dielo môže používať. Predstavte si napríklad, že zložíte pieseň. Ak nedáte povolenie, nikto ju nemôže skopírovať alebo povedať, že je to jeho pieseň. Tá pieseň je vaša. Samozrejme, ak chcete, môžete niekomu inému povoliť, aby ju spieval alebo nahral.



Obchodné tajomstvo je dôverná obchodná informácia s obchodnou alebo ekonomickou hodnotou, ktorej dôvernosť poskytuje podniku konkurenčnú výhodu. Obchodné tajomstvo sa chráni bez zápisu alebo iných formálnych požiadaviek. Obchodné tajomstvo preto môže byť chránené neobmedzene dlho. Informácie, ktoré majú byť chránené, musia spĺňať určité podmienky. Tieto informácie musia byť tajné, musia mať obchodnú hodnotu a držiteľ práva musí prijať primerané kroky na zachovanie ich dôvernosti. V každej krajine však platí niečo iné. Ako príklad možno uviesť slávny recept na výrobu nápoja Coca-Cola.

Autorské právo

Čo je autorské právo?

Autorské právo je jedno z najznámejších práv duševného vlastníctva a jedno z práv, ktoré sa najviac týka učiteľov. Chráni akékoľvek hmotné dielo ľudskej mysle, za predpokladu, že toto dielo nie je iba myšlienkou.

Každý je nositeľom autorského práva: veľkí aj malí umelci, uznávaní aj neznámi autori (môžu to byť aj učители či študenti). Aj na prezentáciu v PowerPointe sa pravdepodobne vzťahuje autorské právo. Na tento informačný prehľad sa autorské právo vzťahuje určite.

Dielo, ktoré má byť chránené autorským právom, musí byť pôvodné. Jednoducho povedané, dielo je pôvodné, keď odzrkadľuje osobnosť autora a vyjadruje jeho slobodné a tvorivé rozhodnutia.

Typickým príkladom sú dvaja maliari, ktorí v tom istom čase sedia pred rovnakým modelom: hoci je predmet ich tvorby ten istý, dielo každého maliara bude iné.

K pôvodným dielam patria romány, hry, poézia, hudba, piesne, kresby, maľby, sochy, fotografie, filmové scenáre, filmy a videá, textilné dizajny, architektonické plány, databázy a počítačové programy.



Väčšina z vás si na vyučovanie skopírovala z internetu fotografiu chránenú autorským právom. Všetci ste si stiahli film alebo pesničku. Na tieto činnosti sa vzťahujú právne predpisy v oblasti autorského práva.

Tieto predpisy poskytujú tvorcovi výlučné práva na určovanie toho, či a za akých podmienok jeho pôvodné dielo môžu používať ďalšie osoby. Nositeľovi autorského práva sa tu poskytujú dve práva:

Aké máte práva podľa právnych predpisov v oblasti autorského práva?

majetkové právo

- Právo na využívanie diela. Práva na kontrolu reprodukcie diela, sprostredkovanie diela verejnosti, jeho preklad, adaptáciu, distribúciu a ďalší predaj. Tvorcovi sa poskytuje dlhodobá ochrana, aby sa zaručila jeho odmena a aby sa zároveň zabezpečilo, že jeho rodina bude môcť požívať ekonomické výhody z tohto diela a jeho úspechu.
- Právo byť uznaný ako autor daného pôvodného diela. Osobnostné práva sú vo všeobecnosti v Európe uznávané, hoci úroveň ochrany, ktorú poskytujú, je v každej krajine iná.

osobnostné právo

Zahrňajú právo na:

- uvedenie mena tvorcu,
- zverejnenie diela anonymne alebo pod pseudonymom,
- integritu diela, ktorá bráni pozmeneniu, skresleniu alebo skomoleniu diela.
- rozhodnutie o tom, či a kedy dielo zverejniť. Všeobecne sa uznáva, že keď autor sprístupní svoje dielo verejnosti, odhaľuje spoločnosti určitý aspekt svojej osobnosti, a preto je bežne akceptované, že osobnostné práva nie sú časovo obmedzené.

Ako autorské právo chráni diela?

Pri ochrane autorským právom neexistuje žiadna potreba zápisu. Ochrana sa na dielo vzťahuje od okamihu jeho vytvorenia. V niektorých krajinách sú k dispozícii dobrovoľné postupy zápisu. Zápis sa môže zísť na účely dokazovania, keďže môže pomôcť preukázať, že dielo v určitom čase už existovalo.

Ochrana na základe autorského práva trvá veľmi dlho. V EÚ táto ochrana trvá počas života autora plus 70 rokov po jeho smrti.

Autorské právo je územné. Znamená to, že ochrana sa poskytuje podľa jednotlivých krajín. V medzinárodných nástrojoch, napríklad v medzinárodných dohovoroch, ktoré obsahujú pravidlá týkajúce sa všetkých krajín na svete, sa však stanovujú určité minimálne štandardy ochrany autorskými právami.

Aké výnimky existujú z práv tvorca?

Diela je možné používať bez súhlasu autora alebo držiteľa práv najmä na tieto účely, no existujú aj ďalšie výnimky:

reprodukcia diela na súkromné použitie

použitie krátkych citátov z diela na účely kritiky alebo recenzie

použitie úryvkov na účel ilustrácie v rámci vzdelávania alebo vedeckého výskumu

Často kladené otázky obsahujúce informácie pre spotrebiteľov o legálnom a nelegálnom používaní obsahu chráneného autorskými alebo súvisiacimi právami na internete sa nachádzajú na tejto adrese: [Často kladené otázky úradu EUIPO o autorskom práve](#)



Ochranné známky

Čo je ochranná známka?

Ochranná známka je rozlišujúce označenie, na základe ktorého sa tovary a služby identifikujú ako pochádzajúce od určitého podniku a ktoré ich odlišuje od tovarov a služieb konkurentov. Môže ísť o slovo, obraz, symbol alebo tvar, obrazový prvok, slogan, farbu alebo dokonca aj zvuk.



Samotná ochranná známka nie je chránená. Je chránená vo vzťahu ku konkrétnym výrobkom a/alebo službám. Napríklad názov Nike nie je chránený. Názov „Nike“ vo vzťahu k športovej obuvi však chránený je. Teoreticky to znamená, že niekto by mohol použiť názov „Nike“ pri predaji iných výrobkov, ktoré so športovou obuvou nesúvisia, napríklad ovocia a zeleniny. Známym ochranným známkam (ako Nike) sa však môže poskytnúť vyššia úroveň ochrany, čo znamená, že názov Nike nie je povolené používať vo vzťahu k tovarom a službám iným ako obuv.

Ochranná známka je právom duševného vlastníctva, ktoré podnikom umožňuje:

- vytvoriť spojenie medzi ich tovarmi a službami a zákazníkmi;
- budovať lojalnosť zákazníkov a povedomie o značke;
- odlíšiť ich výrobky a služby od výrobkov a služieb konkurenčných spoločností.

Ochranné známky:

- sú základným prvkom úspechu z hľadiska hospodárskej súťaže;
- predstavujú investíciu spoločnosti do svojho imidžu a značky;
- väčšina spoločností ich spomedzi práv duševného vlastníctva uprednostňuje;
- sú často najhodnotnejším kapitálom spoločnosti.

Dobrá ochranná známka by nemala mať žiadnu súvislosť s výrobkami a so službami, ktorých sa týka. Nie je možné, aby označenie „športová obuv“ chránilo športovú obuv, keďže by to komukoľvek inému bránilo v používaní slov „športová obuv“ pri predaji športovej obuvi. Naopak, slovo „Nike“ nemá žiadnu priamu, očividnú súvislosť s výrobkami, ktorých sa týka, a každý môže predávať športovú obuv pod akýmkoľvek iným názvom. Ochranné známky nemajú vplyv na tvorivosť či inovatívnosť podnikov. Ide o rozlišujúce označenia, ktoré je možné chrániť donekonečna, ak spĺňajú nasledujúce požiadavky. Musia:

byť jasné, presné, ľahko dostupné a objektívne,

mať rozlišovaciu spôsobilosť,

nesmú verejnosť uvádzať do omylu,

byť k dispozícii,

sa týkať zoznamu výrobkov a /alebo služieb.

Ako je ochranná známka chránená?

Ochranné známky si vyžadujú zápis, aby mohli byť chránené. V závislosti od toho, kde prihlasovatelia plánujú vykonávať činnosť, prihlášku môžu podať:

- v jednotlivých krajinách na ich národnom úrade pre duševné vlastníctvo,
- v prípade ochrannej známky Európskej únie na [Úrade Európskej únie pre duševné vlastníctvo](#) (EUIPO),
- prostredníctvom [Svetovej organizácie duševného vlastníctva](#) (WIPO) v prípade ochrany vo viacerých krajinách na základe jednej prihlášky, ktorá sa potom zašle a spracuje v každej z vybraných krajín.

Zápisom ochrannej známky sa zabezpečuje ochrana na niekoľko, obvykle desať rokov od dátumu podania prihlášky, a možno ho obnoviť na neobmedzený počet následných období s trvaním desať rokov.

Aké sú výhody ochranných známok?

Ekonomická hodnota

Sú jedným z najpopulárnejších a najcennejších aktív spoločnosti. Môžu mať obrovskú ekonomickú hodnotu a veľký význam pre podniky.

Postup zápisu

Postup zápisu je obvykle bezproblémový a rýchly. Ochranu pre ochrannú známku je možné získať v priebehu niekoľkých týždňov.

Ochrana

Ponúkajú širokú škálu právnej ochrany. Vlastník je oprávnený zabrániť tretím stranám v používaní ochrannej známky pri obchodovaní. Týka sa to nielen každého zhodného označenia pre zhodné tovary a služby, ale aj akýchkoľvek podobných označení pre podobné tovary a služby, ak existuje pravdepodobnosť zámény zo strany verejnosti.

Aké sú nevýhody ochranných známok?

Náklady

Majiteľ ochrannej známky za zápis a obnovenie zápisu ochrannej známky musí zaplatiť (je to však oveľa menej ako pri patentoch).

Povinnosť používania

Povinnosť používať ochrannú známku pre výrobky a služby, pre ktoré bola zapísaná – ak nedôjde k takémuto používaniu po určitom čase (obvykle 5 rokov), môže byť ochranná známka vymazaná.

Druhé použitie názvu

Majitelia ochranných známok musia zabezpečiť, aby sa z ich zapísaného označenia nestal druhový názov, t. j. názov bežne používaný na opis predmetných výrobkov alebo služieb.

Dizajny

Čo je dizajn?

Dizajn je právom duševného vlastníctva, ktoré sa vzťahuje na vzhľad výrobku. Podľa právneho vymedzenia ide o vonkajší alebo viditeľný vzhľad celého výrobku alebo jeho častí v dôsledku jeho vlastností. Týmito vlastnosťami môžu byť čiary, farby, tvary, textúry, obrysy, materiály alebo zdobenie. Toto veľmi široké vymedzenie tohto pojmu zahŕňa takmer všetky výtvary s viditeľnými aspektmi.

Ako dizajny je možné chrániť:

- akýkoľvek priemyselný alebo remeselný predmet alebo výrobok
- obal
- grafické symboly
- časti zmontované do zloženého výrobku
- kresby a umelecké diela

Výrobok nemusí byť vyrábaný priemyselne ani mať umeleckú hodnotu, aby sa považoval za dizajn.

Úspech a význam dizajnu spočíva v tom, že sa páči používateľom výrobku. Používateľom sa často páčia veľmi kreatívne dizajny. Nové tvary alebo farby môžu výrazne podporiť predaj bežných výrobkov a dizajn výrobku sa preto môže stať kľúčovým prvkom úsilia spoločnosti dosiahnuť, aby sa jej výrobky používateľom páčili viac. Priemyselné dizajny preto môžu mať veľmi vysokú obchodnú hodnotu a výrobca môže na trhu získať rozhodujúcu výhodu vytvorením nového vzhľadu pre svoj výrobok.

Aby vzhľad výrobku mohol byť v Európe chránený ako dizajn, musí spĺňať dve požiadavky:

Novosť: Dizajn sa považuje za nový, ak žiadny zhodný dizajn nebol sprístupnený verejnosti pred dátumom podania prihlášky.

Osobitý charakter: Dizajn musí vytvárať u „informovaného používateľa“ celkový dojem, ktorý je odlišný od akéhokoľvek predtým zverejneného dizajnu. „Informovaný používateľ“ je určitým medzistupňom, osobou, ktorá nie je pôvodca dizajnu ani technický odborník.

Z ochrany dizajnov sú vylúčené tieto výrobky:

- počítačové programy,
- výrobky v rozpore s verejným poriadkom alebo morálkou, napríklad vulgárne, rasistické, nemorálne obrazy alebo posolstvá,
- výrobky obsahujúce chránené oficiálne symboly alebo emblémy, napríklad štátnu vlajku,
- neviditeľné súčasti zložitých výrobkov,
- vlastnosti vzhľadu výrobku, ktoré sú dané výlučne technickou funkciou.

Ako je dizajn chránený?

Dizajn musí byť zapísaný, aby bol v plnej miere chránený. Dizajny je možné zapísať:

- v jednotlivých krajinách na ich národných úradoch pre duševné vlastníctvo,
- na úrovni Európskej únie ako dizajn Spoločenstva, ktorý sa automaticky vzťahuje na všetky členské štáty EÚ, v jednej prihláške na [Úrade Európskej únie pre duševné vlastníctvo](#) (EUIPO),
- prostredníctvom medzinárodnej prihlášky, ktorú vybavuje [Svetová organizácia duševného vlastníctva](#) (WIPO).

Zápis je rýchly a dizajn Spoločenstva je možné zapísať v priebehu niekoľkých dní. Ochrana dizajnu je časovo obmedzená. V Európskej únii je počiatková lehota ochrany päť rokov od dátumu podania prihlášky. Ochranu možno obnoviť na ďalšie obdobia päť rokov, a to najviac na 25 rokov.

Aké sú výhody zapísaných dizajnov?

Oficiálny nárok

Preukázanie existencie a vlastníctva dizajnu.

Výlučnosť

Zapísané práva chránia majiteľa dizajnu tým, že mu poskytujú výlučné práva na jeho používanie.

Ochrana

Majiteľ zapísaného dizajnu môže zabrániť tretím stranám v používaní chráneného dizajnu v iných formách vrátane: výroby, ponuky alebo uvádzania chráneného dizajnu na trh, vývozu, dovozu alebo používania výrobku, v ktorom je dizajn stelesnený, a skladovania takéhoto výrobku na tieto účely.

Nezapísané dizajny

V Európe môže byť dizajn chránený aj automaticky, bez zápisu pre celú Európsku úniu. Táto ochrana je však obmedzená a trvá len tri roky od dátumu prvého sprístupnenia dizajnu verejnosti v Európskej únii. Táto ochrana sa vzťahuje len na zhodné kópie dizajnu. Tento systém ochrany sa často používa v módnom priemysle.

Zemepisné označenia

Čo je zemepisné označenie?

Zemepisné označenie (ZO) je označenie používané na výrobkoch s konkrétnym zemepisným pôvodom, ktorých vlastnosti a/alebo dobrú povesť je možné pripísať tomuto ich pôvodu. ZO sa obvykle používajú pri poľnohospodárskych výrobkoch, potravinách, vínach a liehovinách, remeselných a priemyselných výrobkov a odkazujú na názvy miest. Chránené však môžu byť aj iné ako zemepisné názvy, ak súvisia s konkrétnym miestom. Napríklad syr Feta nie je pomenovaný po mieste, ale podľa talianskeho slova „fetta“, ktoré znamená „kúsok“ a ktoré sa stalo súčasťou gréckeho jazyka v 17. storočí. Viaceré faktory, ako napríklad skutočnosť, že 85 % syra feta v EÚ na obyvateľa a na rok sa spotrebúva v Grécku, alebo skutočnosť, že syr feta sa obvykle predáva pod označeniami, v ktorých sa odkazuje na grécke kultúrne tradície a civilizáciu, vedú k tomu, že spotrebiteľia v EÚ vnímajú syr feta ako v zásade grécky výrobok.

Zemepisné označenie musí:

- identifikovať výrobok ako pochádzajúci z určitého miesta (napr. Chianti identifikuje víno pochádzajúce z talianskej oblasti Chianti alebo syr Roquefort pochádzajúci z francúzskej oblasti Roquefort-sur-Soulzon),
- vlastnosti, znaky alebo dobrá povesť výrobku by mali byť výsledkom miesta jeho pôvodu (napr. vlastnosti Chianti sú výsledkom hrozna, ktoré sa pestuje na pôde tejto konkrétnej talianskej oblasti, zatiaľ čo vlastnosti syra Roquefort sú výsledkom kvality mlieka získaného z domácich plemien oviec krmných tradičným krmivom a vlastností jaskýň, v ktorých tento syr dozrieva).

Ochrana zemepisných označení v Európskej únii

Chránené označenia pôvodu (CHOP) identifikujú výrobky, ktoré sú vyrábané, spracúvané a pripravované v konkrétnej zemepisnej oblasti, za použitia uznávaného know-how miestnych výrobcov a surovín z danej oblasti.

Pri výrobkoch s CHOP sa všetky fázy postupu výroby potravín musia realizovať v dotknutej oblasti. K CHOP patria napríklad CHOP Bordeaux (Francúzsko, víno), CHOP Cava (Španielsko, víno), CHOP Manouri (Grécko, syr).



Chránené zemepisné označenia (CHZO) identifikujú výrobky, ktorých kvalita alebo dobrá povesť súvisí s miestom alebo oblasťou, kde sa vyrábajú, spracúvajú alebo pripravujú, hoci použité suroviny nemusia nevyhnutne pochádzať z tejto zemepisnej oblasti. Výrobky s označením CHZO majú špecifické vlastnosti alebo povesť súvisiacu s určitým miestom, a minimálne jedna fáza výrobného procesu sa musí realizovať v danej oblasti, pričom suroviny použité pri výrobe môžu pochádzať z inej oblasti. K CHZO patria napríklad České pivo (Česká republika, pivo), CHZO Lammefjordskartofler (Dánsko, zelenina) alebo CHZO Primorska (Slovinsko, víno).

Vyhľadajte si ďalšie zemepisné označenia na adrese <https://www.tmdn.org/giview/>

Alebo objavte chutné recepty s kvalitnými európskymi výrobkami, ktoré nesú zemepisné označenia: [Zemepisné označenia v receptoch](#)

Obchodné tajomstvá

Čo je obchodné tajomstvo?

Pojem „obchodné tajomstvo“ môže pôsobiť staromódne. V ére bleskurýchleho vyhľadávania na internete je len veľmi málo vecí neznámych alebo nepoznatelných. Obchodné tajomstvá však napriek tomu stále zohrávajú (a pravdepodobne stále budú zohrávať) významnú úlohu, pokiaľ ide o konkurenčnú výhodu podnikov. Spolu s ochrannými známkami sú obchodné tajomstvá kľúčovými prvkami mnohých franchisingových reťazcov, ako sú reštaurácie s rýchlym občerstvením, kaderníctva, obchody s oblečením atď.

Obchodné tajomstvá, ktorým sa niekedy hovorí aj know-how, sa týkajú dôverných obchodných informácií, ktoré podniku poskytujú konkurenčnú výhodu. Obchodné tajomstvo je informácia, ktorú nepozná nikto iný než firmy, ktoré výrobky vlastní, a ich zamestnanci.

Obchodné tajomstvá zahŕňajú výrobné/priemyselné tajomstvá a komerčné tajomstvá. Okrem iného zahŕňajú metódy predaja, distribučné metódy, profily spotrebiteľov, reklamné stratégie, zoznamy dodávateľov a klientov, cenníky a, samozrejme, výrobné procesy.

Môže ísť o pozitívnu (správne postupy), ako aj negatívnu informáciu (chyby, ktorým sa treba vyhýbať).

Aké sú kritériá obchodného tajomstva?

Obchodné tajomstvo môže byť obchodným tajomstvom len dovedy, kým je tajné. Informácie, ktoré predstavujú obchodné tajomstvo:

musia mať podnikovú, obchodnú alebo ekonomickú hodnotu,

nesmú byť známe,

nesmú byť jednoducho zistiteľné,

musí sa preukázať, že na zachovanie dôvernosti sa vynaložilo primerané úsilie.

TOP SECRET

Je obchodné tajomstvo právom duševného vlastníctva?

Nie, nie je. Obchodné tajomstvá nie sú právom duševného vlastníctva. Držiteľ obchodného tajomstva nemá výhradné právo na svoje dielo. Nemôže konkurentom zabrániť v tom, aby tajomstvo nezistili alebo aby neprišli na rovnaké riešenie.

Obchodné tajomstvá môžu byť nezávislé od patentov alebo ich môžu dopĺňať. Veľmi často sa využívajú v rámci kreatívneho procesu, ktorého výsledkom je inovácia. Kým nie je podaná prihláška o ochranu vynálezu, vynálezca sa musí veľmi usilovať o zachovanie dôvernosti vynálezu, aby zabezpečil, že bude splnená požiadavka novosti.

V prípade franchisingových dohôd poskytovateľ franchisingu poskytne nadobúdateľovi relevantné know-how, ktoré sa pravidelne aktualizuje s cieľom zachovať konkurenčnú výhodu franchisingovej siete.

Obchodné tajomstvá sú chránené zákonom len v prípadoch, keď niekto získal dôverné informácie nezákonnými prostriedkami (napr. špionážou, krádežou alebo úplatkárstvom).

Patenty

Čo je patent?

Patent poskytuje vynálezcom ochranu vynálezu. Vynález je riešenie konkrétneho technologického problému vo forme výrobku alebo procesu, ktorý nám zjednodušuje alebo zlepšuje život. V prípade úspechu nového riešenia sa toto riešenie stáva významným nástrojom v rukách inovátora a dôležitou konkurenčnou výhodou spoločnosti na trhu.

Konkurenti sa preto s veľkou pravdepodobnosťou budú usilovať vyrábať podobné alebo zhodné výrobky. Na ochranu vynálezcu a podporu ďalšej kreativity patent vynálezcovi umožňuje, aby ďalším osobám zabránil pretvoriť, používať, predávať alebo dovážať výrobok, ktorý kopíruje jeho vynález.

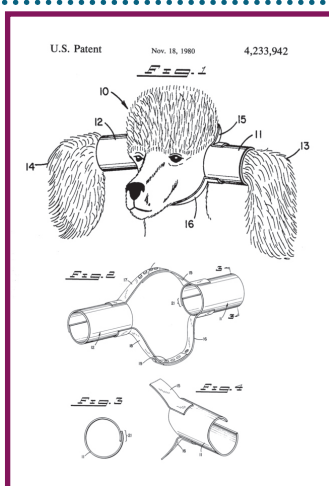
Patentom sa blokuje určitá technológia a zlepšenia, a preto je jeho platnosť časovo obmedzená. Maximálna ochranná lehota v prípade európskeho patentu je 20 rokov od dátumu podania prihlášky.

Vynálezy môžu byť úplne jednoduché, napr. hračky, ale aj veľmi zložité, napr. jadrové zbrane. Najvyšší súd Spojených štátov amerických sa raz vyjadril, že patentovať je možné „všetko pod slnkom, čo vytvoril človek“. V Európe musí patentovateľný vynález spĺňať tri požiadavky:

Novosť: Doteraz nebol v žiadnej forme a nikde známy verejnosti.

Invenčný prvok: Musí prekračovať hranice toho, čo je už známe. Nemôže ísť o jednoduché „pokračovanie“ alebo „obmenu“ niečoho, čo už existuje.

Priemyselná využiteľnosť: Je možná priemyselná výroba alebo použitie.



Napríklad:

Tento vynález je zariadením na ochranu uší zvierat, najmä dlhosrstých psov, pred zašpinením od jedla pri kŕmení.

Zariadenie pozostáva z časti obvykle v tvare trubice na zachytenie a ochranu ucha zvierata a časti na zachytenie trubice a uší zvierata bokom od papule a potravy počas kŕmenia.

Ako sa patent zapisuje?

Podnik alebo vynálezca môže patent prihlásiť:

- v konkrétnej krajine na národnom patentovom úrade,
- v jednej alebo viacerých európskych krajinách na [Európskom patentovom úrade \(EPO\)](#),
- na celosvetovej úrovni prostredníctvom [Svetovej organizácie duševného vlastníctva \(WIPO\)](#).

Aké sú nevýhody patentov?

Čas

Spracovanie prihlášok môže trvať aj roky.

Zverejnenie

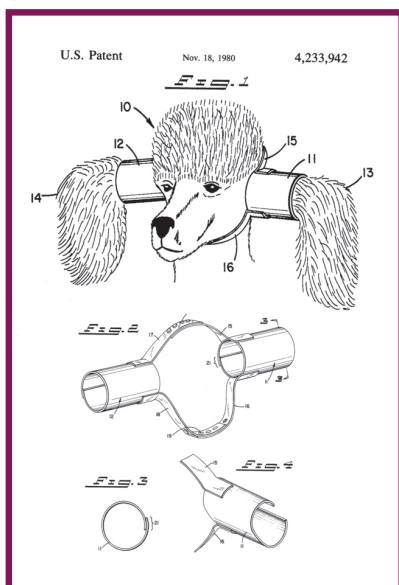
Postup podávania prihlášky zahŕňa zverejnenie technických údajov (tajomstvo vynálezu).

Náklady

Patent sa musí každoročne obnovovať. Keďže vynálezy môžu byť často chránené viacerými patentmi, náklady sa rýchlo môžu znásobiť.

Získanie patentu nie je zárukou obchodného úspechu. Vynálezca musí zabezpečiť, že výhody vyplývajúce z patentu prevážia čas, úsilie a peniaze vynaložené na jeho získanie a zachovanie. Pri zápise patentu musia spoločnosti svoj vynález podrobne opísať a odhaliť tak jeho tajomstvá. Patent nechráni výrobky ako také, chráni jednotlivé inovačné kroky formou patentových nárokov. Formulovanie patentových nárokov je samo osebe umením a musia ho mať na starosti patentoví právnici.

Nárok:



Zariadenie na ochranu uší zvierat pozostávajúce z:

- dvojice obvykle trubicových chráničov tvorených kusom formovateľného materiálu, ktorý sa v prirodzenom stave zvykne sformovať do požadovaného trubicového tvaru,
- každý z uvedených chráničov je možné po dĺžke otvoriť, aby bolo možné jednoducho vložiť jedno z uší zvierťa,
- umiestňuje sa flexibilným spojením jedného konca chrániča s koncom druhého chrániča v príslušnom odstupe a pripevnenie tohto zariadenia na hlavu zvierťa tak, aby pozdĺžna os každého chrániča a časť každého ucha zvierťa boli v podstate horizontálne a približne kolmo k hlave zvierťa, pričom v tejto polohe sú konce uší zvierťa od seba vzdialené na viac ako šírku hlavy zvierťa.

Mnohé veľké spoločnosti využívajú na ochranu výrobkov namiesto ich zapísania v podobe patentov iné práva duševného vlastníctva, pri ktorých nemusia odhaliť ich tajomstvá. Spoločnosť Coca Cola napríklad nikdy nepatentovala recept na svoje výrobky a uprednostnila jeho utajenie. Toto strategické rozhodnutie spoločnosti pomohlo zabezpečiť svetoznámosť nápoja „Coca Cola“ bez toho, aby sa niekto dozvedel recept.

V tomto prípade rozhodnutie zapísať patent závisí aj od tajomstva a technickej stránky patentu. Ak je vynález možné ľahko vytvoriť pomocou spätnej analýzy, napríklad rozložením motora, ochrana tajomstva nebude mať zmysel. V prípade výrobku Coca Cola mala ochrana zmysel, keďže rekonštruovať recept pomocou spätnej analýzy bolo veľmi ťažké.

Kvíz o duševnom vlastníctve

1 Duševné vlastníctvo...

- A existuje už veľmi dlho
- B pozostáva zo súboru práv
- C chráni diela
- D všetky uvedené možnosti

2 Duševné vlastníctvo môže...

- A chrániť vynálezy
- B chrániť písomné diela a prezentácie
- C pridať podniku hodnotu
- D všetky uvedené možnosti

3 Na získanie patentu musí vynález...

- A byť nový
- B prekračovať medze toho, čo už existuje
- C byť priemyselne využiteľný
- D spĺňať všetky uvedené požiadavky

4 Ochranná známka...

- A chráni vynález
- B chráni dôverné informácie
- C rozlišuje výrobky a služby
- D chráni vzhľad výrobkov

5 Dizajn...

- A je vonkajší vzhľad celého výrobku alebo jeho časti
- B nemusí byť zapísaný, aby bol plne chránený
- C musí mať umeleckú hodnotu
- D obvykle nemá vysokú obchodnú hodnotu

6 Autorské právo nadobúda účinnosť...

- A keď je dielo zverejnené alebo vystavené
- B automaticky pri vytvorení diela
- C keď je dielo zapísané
- D keď je dielo cenné

7 Ktoré z týchto možností sú chránené autorským právom?

- A počítačové programy a databázy
- B fotografie a videá
- C hudobné zápisy a texty piesní
- D všetky uvedené možnosti

8 Ak má študent vynikajúci inovatívny nápad, mal by...

- A si dávať pozor, keď o ňom bude rozprávať iným
- B poradiť sa o tom, ako ho chrániť
- C zverejniť ho na sociálnych sieťach, aby sa stal dobre známym
- D odpovede A a B sú správne

9 Bežný smartfón má... patentov.

- A 250
- B 2 500
- C 25 000
- D 250 000

10 Auto je chránené...

- A patentmi
- B ochrannou známkou a zapísaným dizajnom
- C autorským právom
- D všetky uvedené možnosti

Odpovede: 1D 2D 3D 4C 5A 6B 7D 8D 9D 10D