

Ochrona własności intelektualnej w przedsiębiorstwach regionu małopolskiego

Anna Karaś
Anna Mikos

Małopolska Wyższa Szkoła
Ekonomiczna w Tarnowie
Wydział Zarządzania i Turystyki

Abstrakt: Przedsiębiorstwa, dążąc do rozwoju, muszą pracować nad własnym potencjałem innowacyjnym. W działalności innowacyjnej ten potencjał obejmuje możliwości i zdolności innowacyjne wykorzystywane w tworzeniu, wprowadzaniu oraz zarządzaniu innowacjami. Ponieważ jednym z najważniejszych czynników wpływających na konkurencyjność i rozwój przedsiębiorstwa jest wiedza, która odpowiednio ukierunkowana stanowi podstawę tworzenia innowacji, celem tego artykułu jest analiza i ocena stopnia wykorzystania narzędzi służących ochronie własności intelektualnej związanej z procesem kreowania i wprowadzania innowacji w przedsiębiorstwach regionu tarnowskiego i Małopolski. Pierwsza część artykułu obejmuje prezentację oraz podział podstawowych narzędzi stosowanych przez przedsiębiorstwa w celu ochrony wiedzy jako najważniejszego zasobu wykorzystywanego do tworzenia innowacji. W drugiej części przedstawiono wyniki badań empirycznych obejmujących prezentację stopnia zastosowania narzędzi zabezpieczania wartości z innowacji przez przedsiębiorstwa regionu Małopolski w kontekście rodzaju prowadzonej działalności. Na podstawie badań można wnioskować, że przedsiębiorstwa posiadają zdolność do wprowadzania innowacji, jednak skala działań mających na celu zatrzymanie wartości powstałej w wyniku tworzenia innowacji kształtuje się w analizowanych przedsiębiorstwach na niskim poziomie.

Słowa kluczowe: potencjał innowacyjny, innowacje, narzędzia ochrony własności intelektualnej, przedsiębiorstwa innowacyjne

1. Wprowadzenie

Źródłem kompetencji i efektywności w przedsiębiorstwie, zweryfikowanym w praktyce, w licznych badaniach oraz literaturze przedmiotu, jest wiedza (Skrzypek, 2012). Nie bez przyczyny współczesna gospodarka nosi miano gospodarki opartej na wiedzy. Na potrzeby niniejszego opracowania przyjęto tezę, że dostęp do wiedzy i odpowiednie zarządzanie wiedzą jako głównym zasobem organizacji stanowią o potencjale innowacyjnym przedsiębiorstwa. Podając za Elżbietą Skrzypek (2012) – wiedza to surowiec przesądzający o inteligencji przedsiębiorstwa. Dla uściślenia, interpretacja poję-

Korespondencja:
Anna Karaś
Małopolska Wyższa Szkoła
Ekonomiczna w Tarnowie
Wydział Zarządzania i Turystyki
Katedra Zarządzania
ul. Waryńskiego 14
33-100 Tarnów, Poland
Tel. +48 65 65 535
E-mail: anna.karas@mwse.edu.pl

cia potencjału innowacyjnego opiera się na głównej koncepcji badań na temat „Działalności innowacyjnej przedsiębiorstw regionu tarnowskiego i Małopolski”, prowadzonych przez zespół pracowników Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie.

Potencjał innowacyjny przedsiębiorstwa określono jako zespół cech społeczno-gospodarczych, kształtowanych w ramach rozwoju danego przedsiębiorstwa, stanowiących bazę dla jego działalności innowacyjnej. W głównej mierze są to zasoby, procesy, struktury, czynniki występujące w przedsiębiorstwie. Te z nich, które są na bieżąco skutecznie wykorzystywane do tworzenia innowacji o znaczeniu komercyjnym, wpływają na zdolność przedsiębiorstwa do innowacji. Na potencjał innowacyjny ma również wpływ otoczenie sektorowe, głównie rynek, a więc przedsiębiorstwo wraz z klientami, konkurentami, dostawcami i kooperantami (w tym przede wszystkim relacje, jakie łączą przedsiębiorstwo z jego najważniejszymi interesariuszami), gdyż innowacje pojawiają się i są odkrywane zwłaszcza na styku z rynkiem.

Zgodnie z przyjętą koncepcją wyróżnia się następujące zależności:

- innowacje są efektem działalności innowacyjnej przedsiębiorstwa, a ta z kolei determinowana jest jego zdolnością do tworzenia innowacji;
- innowacyjność organizacji stanowi podstawę jej zdolności rozwojowej;
- zdolność innowacyjna może podlegać ocenie, a poziom tej zdolności zależy od potencjału innowacyjnego organizacji, który tworzony jest przez grupę determinant.

Wśród tych determinant wyróżniono kompetencje kierownicze i pracownicze, nowoczesność infrastruktury, organizację pracy, kooperację w zarządzaniu wiedzą (alianse wiedzy) oraz zabezpieczenie wiedzy (Kozioł, Wojtowicz, Karaś, 2014).

Uzupełnieniem głównej tezy artykułu jest zaobserwowana prawidłowość, że posiadany zasób wiedzy może być jednak niewystarczający. Dlatego, bez względu na poziom innowacyjności przedsiębiorstwa, jednostka będzie w naturalny sposób inicjowała proces poszukiwania i dzielenia się wiedzą. Sam proces otwarcia się na relacje z innymi podmiotami, poszukiwania nowych źródeł wiedzy (wewnętrznych i zewnętrznych) został już szeroko zbadany, w niniejszym artykule podjęto więc dyskusję na temat działań dotyczących ochrony wiedzy, przyjmującej postać innowacji, wprowadzanych w analizowanych przedsiębiorstwach regionu małopolskiego.

Człowiek dzięki wiedzy posiada umiejętność tworzenia wartości dodanej. Powszechnie uważa się, że kreacja większej wartości dodanej wraz ze wzmożonym efektem synergii jest możliwa, gdy przedsiębiorstwa uczestniczą w łańcuchu wzajemnych powiązań i w procesie dyfuzji wiedzy. Problem pojawia się wtedy, gdy w procesie przepływu wiedzy napotka ona na wyjściu pewne bariery, które mogą wynikać ze świadomego działania przedsiębiorstwa posiadającego daną wiedzę. Dlatego też istotnym punktem zarządzania wiedzą jest polityka dotycząca zatrzymywania wartości / zabezpieczania wiedzy w przedsiębiorstwie prowadzona przez poszczególne przedsiębiorstwa.

Celem artykułu jest analiza i ocena stopnia wykorzystania narzędzi służących ochronie własności intelektualnej związanej z procesem kreowania i wprowadzania innowacji w przedsiębiorstwach regionu tarnowskiego i Małopolski. Dodatkowo dokonano analizy wykorzystywanych metod i technik zabezpieczania wiedzy w zależności od rodzaju prowadzonej działalności (usługowej czy produkcyjnej) oraz wielkości przedsiębiorstwa.

2. Narzędzia ochrony własności intelektualnej w działalności innowacyjnej przedsiębiorstw

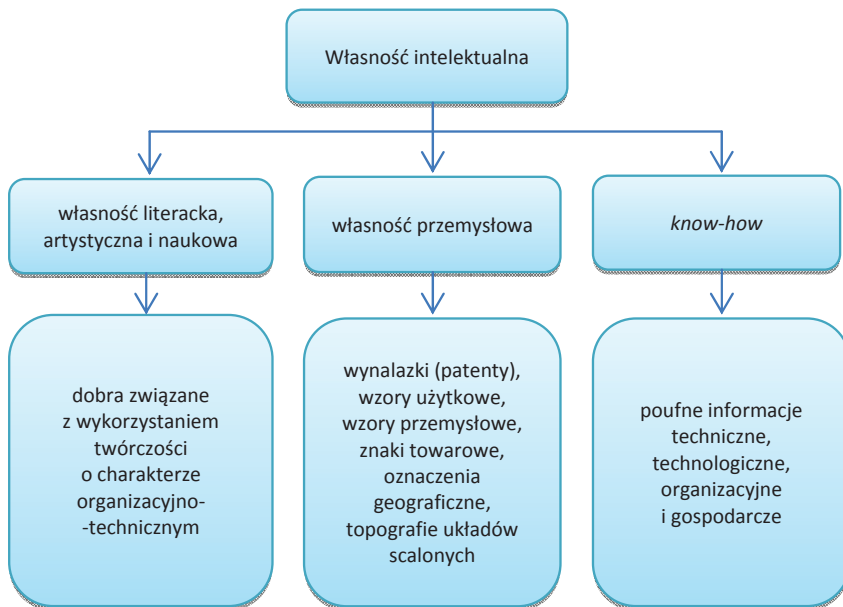
Świadomość roli, jaką odgrywa wiedza w życiu człowieka i organizacji, znalazła odzwierciedlenie w próbach stworzenia systemu zarządzania wiedzą. Zarządzanie wiedzą stało się dla wielu przedsiębiorstw wyzwaniem, fundamentem i tworzy nową wartość wewnątrz działań organizacyjnych (Skrzypek, 2012). Działania te są zwieńczone sukcesem, jeśli system zarządzania wiedzą będzie na miarę i możliwości jednostki, która odpowiednio wykorzysta zespół instrumentów, począwszy od rozwiązań ekonomiczno-finansowych, a skończywszy na rozwiązaniach prawnych, organizacyjnych i technicznych. Przyjęte instrumentarium systemu zarządzania będzie determinowało proces zarządzania wiedzą w wymiarze operacyjnym. Proces ten można rozpatrywać również w ujęciu strategicznym. W kontekście tematyki artykułu kwestia zabezpieczenia wiedzy będzie dotyczyła operacyjnego aspektu zarządzania wiedzą, ponieważ jednym z jego etapów, oprócz tworzenia wiedzy, jej przetwarzania i gromadzenia, jest ochrona posiadanych zasobów wiedzy (Skrzypek, 2012).

Każde przedsiębiorstwo, działając w obecnych realiach gospodarczych, ma świadomość, że to właśnie posiadana wiedza wpływa na jego pozycję rynkową. Samo wprowadzanie nowych rozwiązań, postrzeganych jako innowacje, jest oczywiście bardzo ważne, jednak istotnym punktem w budowaniu silnej pozycji konkurencyjnej jest ochrona tej wiedzy, którą wykorzystano w procesie tworzenia innowacji. Z kolei dzięki innowacjom, czyli wiedzy uprzedmiotowionej, przedsiębiorstwo generuje zyski. W tym miejscu można sformułować dwa zasadnicze pytania: czy przedsiębiorstwa chcą oraz czy są w stanie skutecznie chronić tę wiedzę? Opierając się na literaturze przedmiotu i badaniach poprzedników, można stwierdzić, że decyzja przedsiębiorstw w kwestii zastosowania odpowiednich narzędzi ochrony własności intelektualnej jest uzależniona od rodzaju innowacji, branży, w której działają, oraz wysokości kosztów poniesionych na ochronę w porównaniu z kosztami utracenia pozycji rynkowej zbudowanej dzięki innowacjom. W zależności od cech zasobów wykorzystywanych w procesie tworzenia innowacji przedsiębiorstwa są zdolne do osiągnięcia większej wartości od konkurencyjnych przedsiębiorstw. Różnice te mogą wynikać np. z posiadania lub łatwego dostępu do cennych i rzadkich zasobów lub też z charakteru innowacji, które mogą być odporne na imitację i substytucję. Nie zawsze jednak wskazane cechy zasobów wynikają z ich natury. W przypadku niektórych mechanizmów utrudniających przechwytywanie wartości powstałej z innowacji wynikają z ich specyfiki, np. złożoności lub nieczytelności związków przyczynowo-skutkowych. W pozostałych przypadkach zasoby muszą być wspierane dodatkowymi mechanizmami zapobiegającymi przechwytywaniu wartości przez konkurencję, do których można zaliczyć np. prawo autorskie czy patenty (Fischer, 2011).

Zgodnie z koncepcją Davida J. Teece'a zastosowanie odpowiednich mechanizmów mających na celu zatrzymywanie wartości z innowacji w przedsiębiorstwie jest uwarunkowane (Teece, 2002, za: Najda-Janoszka, 2013):

- podatnością innowacji na replikację,
- zakresem możliwej ochrony prawnej innowacji,
- aktywami i technologiami komplementarnymi,
- przewagą czasową.

Powyższe czynniki odnoszą się do innowacji technologicznych wprowadzanych przez przedsiębiorstwo, które musi posiadać zdolność do uchwycenia i oceny nowych możliwości tworzenia wartości oraz rekonfigurowania i ochrony zasobów wiedzy, aktywów komplekmentarnych, a także technologii w celu osiągnięcia trwałej przewagi konkurencyjnej (Teece, 2002, za: Najda-Janoszka, 2013). W zależności od stopnia innowacji i możliwości jej imitacji przedsiębiorstwa sięgają po prawne narzędzia ochrony własności intelektualnej, do których zalicza się prawo własności literackiej, artystycznej i naukowej czy prawo własności przemysłowej (rysunek 1). Według literatury przedmiotu przedsiębiorstwa, które są innowatorami (same tworzą i wprowadzają innowacje), najczęściej wykorzystują prawne narzędzia ochrony innowacji w postaci patentu, dzięki któremu mają monopol na korzystanie i rozporządzanie tym prawem. Z jednej strony ochrona własności przemysłowej przy wykorzystaniu prawnych narzędzi jest łatwiejsza, z drugiej strony jednak wiąże się to z publicznym ujawnieniem istoty danego innowacyjnego rozwiązania oraz ograniczonym czasem ochrony.



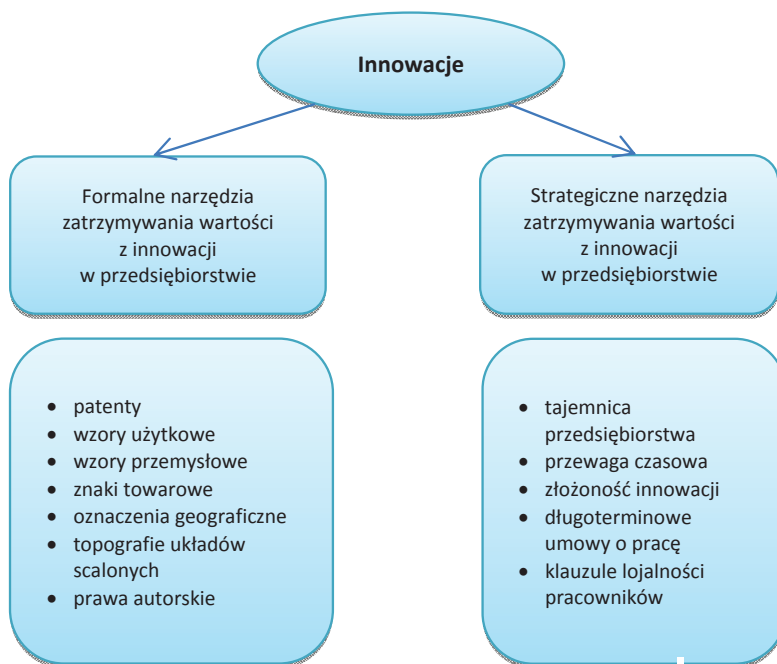
Rysunek 1. Własność intelektualna jako składnik aktywów niematerialnych przedsiębiorstwa
(Figure 1. Intellectual property as an intangible assets of the enterprise)

Źródło: opracowanie własne na podstawie Sieńczyło-Chlabicz, 2009.

Przedsiębiorca, który rezygnuje z prawnej ochrony własności przemysłowej o zasięgu krajowym, europejskim czy międzynarodowym, może objąć nowe innowacyjne rozwiązania tajemnicą przedsiębiorstwa. W świetle wyników badań znawców tematu ma ona większą skuteczność niż ochrona patentowa (Fischer, 2011). Zastosowanie narzędzia, jakim jest tajemnica przedsiębiorstwa, dotyczy posiadanego przez przedsiębiorstwo *know-how*, przez które rozumie się „nieujawnione do wiadomości publicznej informacje techniczne, techno-

logiczne, organizacyjne przedsiębiorstwa lub inne informacje posiadające wartość gospodarczą, co do których przedsiębiorca podjął niezbędne działania w celu zachowania ich poufności” (Ustawa o zakazie nieuczciwej konkurencji, art. 11 ust. 4, Dz.U. z 2003 r., nr 153, poz. 1503). W przypadku *know-how* nie występuje rejestr praw wyłącznych i opłat, nie ma również wygaśnięcia praw własności oraz nie musi być spełniony wymóg poziomu wynalazczości (Motyka, 2012).

Opierając się na powyższych uwagach, można dokonać podziału narzędzi służących zatrzymywaniu wartości z innowacji w przedsiębiorstwie na narzędzia natury formalnej, występujące w postaci patentów, znaków towarowych, wzorów użytkowych czy praw autorskich, oraz narzędzia natury strategicznej, jak np. tajemnica przedsiębiorstwa, przewaga czasowa nad konkurentami czy złożoność innowacji (rysunek 2).



Rysunek 2. Narzędzia zatrzymywania wartości z innowacji
(Figure 2. Tools for retaining value from innovation)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań Sieńczyło-Chlabczyk, 2009; Najda-Janoszka 2013.

Z jednej strony przedsiębiorstwa mogą korzystać z narzędzi mających charakter komplementarny, jak np. znak towarowy i tajemnica przedsiębiorstwa, z drugiej zaś strony, analizując relacje przedsiębiorstwa z otoczeniem rynkowym, wymienione narzędzia mogą mieć charakter substytucyjny (patenty i tajemnica przedsiębiorstwa).

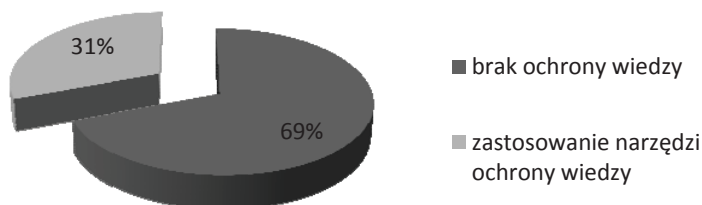
Reasumując, przyjęta przez przedsiębiorstwo polityka dotycząca bezpieczeństwa informacji stanowi o poziomie i zakresie posiadanych i wykorzystywanych przez nie zasobów wie-

dzy. Realizowane w ramach tej polityki działania wpływają natomiast na stopień realizacji celu, jakim jest minimalizacja ryzyka związanego z wyciekiem wiedzy i przechwyceniem jej przez konkurencję.

3. Wyniki badań empirycznych¹

W odniesieniu do sformułowanych wcześniej pytań o podejmowanie działań przedsiębiorstw w zakresie zatrzymywania wartości z innowacji dokonano analizy wyników badań przeprowadzonych wśród przedsiębiorstw działających w regionie małopolskim. Informacje zgromadzono za pomocą kwestionariusza ankietowego, na podstawie którego dokonano analizy kondycji przedsiębiorstwa, identyfikacji determinant potencjału innowacyjnego oraz oceny poziomu zdolności i działalności innowacyjnej badanych przedsiębiorstw (szerzej zob. Koziół, Wojtowicz, Karaś 2014). Z punktu widzenia prezentowanej tematyki niniejszego artykułu analizie jakościowej poddano 316 podmiotów gospodarczych w kontekście stosowanych narzędzi ochrony własności intelektualnej, mającej na celu zatrzymywanie wartości wynikającej z wprowadzania innowacji w przedsiębiorstwach. Badane podmioty wytypowano, wykorzystując metodę losową, a głównym kryterium doboru było miejsce prowadzonej działalności – region małopolski. Wśród badanych przedsiębiorstw dominował sektor MSP, który obejmował 15% mikroprzedsiębiorstw zatrudniających do 10 pracowników, 33% przedsiębiorstw małych zatrudniających do 50 pracowników oraz 31% średnich (50–250 pracowników). Duże podmioty (250–500 pracowników) stanowiły 7%, natomiast przedsiębiorstwa zatrudniające powyżej 500 pracowników – 14%. Blisko 40% badanych ograniczyło swoją działalność do analizowanego regionu, 33% działa na rynku krajowym, a 29% na rynku międzynarodowym. Połowa badanych świadczy usługi, reszta prowadzi działalność w zakresie produkcji i handlu.

Na podstawie uzyskanych informacji można stwierdzić, że przedsiębiorstwa w małym stopniu wykorzystują narzędzia mające na celu ochronę wiedzy organizacji. Blisko 70% badanych nie stosuje żadnej z form ochrony wiedzy (rysunek 3).



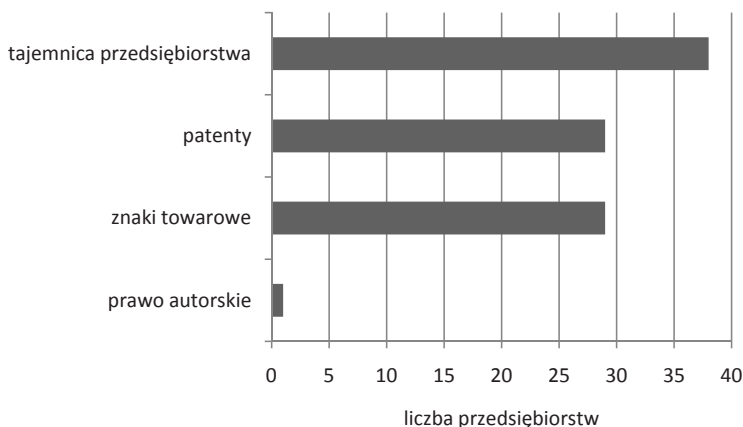
Rysunek 3. Wskaźnik stosowania środków ochrony wiedzy w przedsiębiorstwach regionu małopolskiego
(Figure 3. The ratio of applying knowledge protection measures in the Małopolska Region enterprises)

Źródło: opracowanie własne.

¹ Prezentowane w artykule badania zostały zrealizowane w latach 2010–2012 przez zespół pracowników Katedry Zarządzania, w ramach projektu badawczego własnego „Działalność innowacyjna przedsiębiorstw regionu tarnowskiego i Małopolski”.

Spośród analizowanych przedsiębiorstw tylko 29 podmiotów (9% badanych przedsiębiorstw) wskazało na stosowanie prawnej ochrony opracowanego przez siebie wynalazku w formie patentów. Tyle samo wskazań (9%) odnotowano w przypadku zarejestrowanych znaków towarowych zarówno chronionych w stopniu krajowym, jak i międzynarodowym (rysunek 4). W wielu przypadkach objęcie wynalazku ochroną patentową było stosowane przez te same przedsiębiorstwa, które zastrzegały swój znak towarowy.

Nieco liczniejszą grupę – 38 przedsiębiorstw (12% ogółu badanych) – stanowią podmioty gospodarcze, które wybierają klauzule poufności jako narzędzie ochrony wiedzy i wartości z innowacji powstałej w przedsiębiorstwie. Jak wynika z badań, przedsiębiorstwa znacznie częściej wykorzystują tajemnicę przedsiębiorstwa niż prawne formy ochrony wiedzy.



Rysunek 4. Narzędzia zatrzymywania wartości z innowacji stosowane w przedsiębiorstwach regionu małopolskiego
(Figure 4. Tools for the retention of the value of innovation used in the Małopolska Region enterprises)

Źródło: opracowanie własne.

W dalszej części analizy podjęto próbę powiązania stosowanych form zatrzymywania wartości z rodzajem wprowadzanych innowacji oraz rodzajem prowadzonej działalności (tabela 1). Wśród przedsiębiorstw wprowadzających innowacje produktowe liczniejszą grupę stanowią przedsiębiorstwa produkcyjne (11 przedsiębiorstw). W zdecydowanej większości wybierają one prawne formy ochrony wiedzy w postaci patentów i znaków towarowych. Tylko dwa przedsiębiorstwa chronią swoje innowacje produktowe przez zastosowanie tajemnicy przedsiębiorstwa. W przypadku występowania innowacji procesowych patenty zostały zastosowane w dużej mierze w przedsiębiorstwach produkcyjnych (8 wskazań), natomiast klauzule poufności częściej wykorzystują przedsiębiorstwa usługowe (8 firm) niż produkcyjne. Przy wprowadzaniu kolejnego rodzaju innowacji, jakim są innowacje organizacyjne, przedsiębiorstwa produkcyjne znacznie częściej stosują prawne narzędzia ochrony wiedzy, niż dzieje się to w przedsiębiorstwach usługowych. Tak jak w przypadku innowacji procesowych, przedsiębiorstwa usługowe w sytuacji występowania innowacji organizacyjnych stosują częściej strategiczne narzędzia zabezpieczania własnego *know-how*, obejmując go tajemnicą przedsiębiorstwa.

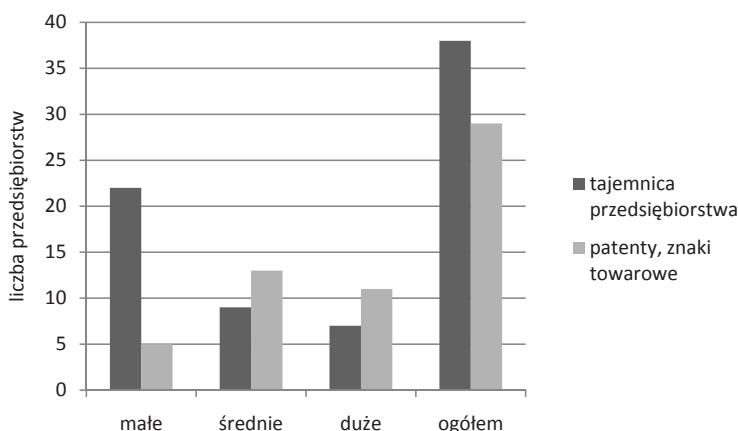
Przedsiębiorstwa produkcyjne, które w badanym okresie wprowadziły innowacje marketingowe, stosowały prawne formy zabezpieczenia wiedzy (9 przedsiębiorstw), natomiast w przypadku przedsiębiorstw usługowych, w których występowały tego typu innowacje, większa liczba firm wskazała na korzystanie z klauzul poufności.

Tabela 1. Narzędzia zatrzymywania wartości z innowacji w odniesieniu do rodzaju prowadzonej działalności
(Table 1. Tools for retaining value from innovation in relation to the type of business)

Rodzaj innowacji (Type of innovation)	Patenty, znaki towarowe (Patents, trademarks)		Tajemnica przedsiębiorstwa (The secret of enterprises)	
	Liczba przedsiębiorstw produkcyjnych (Number of industrial enterprises)	Liczba przedsiębiorstw usługowych (Number of service sector enterprises)	Liczba przedsiębiorstw produkcyjnych (Number of industrial enterprises)	Liczba przedsiębiorstw usługowych (Number of service sector enterprises)
Produktowe (Product)	11	3	2	2
Procesowe (Process)	8	4	3	8
Organizacyjne (Organizational)	10	2	4	8
Marketingowe (Marketing)	9	2	4	12

Źródło: opracowanie własne.

Równie ważnym aspektem wpływającym na zakres stosowanych narzędzi zatrzymywania wartości z innowacji jest wielkość przedsiębiorstw (rysunek 5).



Rysunek 5. Narzędzia zatrzymywania wartości z innowacji w odniesieniu do wielkości przedsiębiorstwa
(Figure 5. Tools for retaining value from innovation in relation to enterprise size)

Źródło: opracowanie własne.

Wśród badanych podmiotów sklasyfikowanych jako przedsiębiorstwa małe (zatrudniające do 50 pracowników) znacznie częściej pojawiają się strategiczne narzędzia ochrony wiedzy (tajemnica przedsiębiorstwa). Może to wynikać z braku dostatecznych środków finansowych jednostki na zastosowanie prawnych form ochrony wiedzy lub też z rodzaju wprowadzanych innowacji. Małe przedsiębiorstwa nie posiadają zaplecza badawczego, tym samym wprowadzane innowacje z reguły dotyczą zmian w sferze organizacyjnej, procesowej czy marketingowej, rzadziej produktowej. Z kolei w przypadku przedsiębiorstw średnich (50–250 zatrudnionych) oraz dużych (powyżej 250 pracowników) przeważają narzędzia prawne w formie patentów i/lub znaków towarowych.

Reasumując, w badanych podmiotach gospodarczych odsetek przedsiębiorstw realizujących działania mające na celu zabezpieczanie wartości z innowacji i stosujących jakąkolwiek formę ochrony tej wiedzy kształtuje się na stosunkowo niskim poziomie. Tylko 1/3 badanych wskazała na korzystanie z patentów i znaków towarowych lub objęcie wiedzy technologicznej i nietechnologicznej tajemnicą przedsiębiorstwa. Znaczna część nie przywiązuje do tego wagi mimo licznych innowacji, które pojawiają się w toku prowadzonej działalności. Przedsiębiorstwa produkcyjne znacznie częściej wybierają prawne formy ochrony wiedzy, natomiast przedsiębiorstwa usługowe w zdecydowanej większości korzystają ze strategicznych narzędzi zabezpieczania wiedzy, jaką jest wskazywana przez badane firmy tajemnica przedsiębiorstwa. Różnica w stosowanych narzędziach widoczna jest również w kontekście rozmiaru przedsiębiorstw. Przedsiębiorstwa o niskim poziomie zatrudnienia znacznie częściej korzystają z klauzul poufności, a przedsiębiorstwa średnie i duże chronią swoje rozwiązania innowacyjne za pomocą patentów i znaków towarowych.

4. Podsumowanie

Miarą rozwoju gospodarki, jak i przedsiębiorstwa w wąskim ujęciu jest poziom i rozmiar prowadzonej działalności innowacyjnej. Przedsiębiorstwa posiadające odpowiedni potencjał do tworzenia innowacji mają większą możliwość budowania silnej pozycji rynkowej. Najważniejszym czynnikiem warunkującym siłę i kierunek konkurowania jest niezaprzeczalnie wiedza. Zasób ten tworzony wewnątrz organizacji, jak również powstały w wyniku różnych aliansów strategicznych (wiedzy) pozwala w zmieniających się warunkach gospodarczych nie tylko na przetrwanie, ale także na rozwój organizacji. Samo zdobywanie i tworzenie wiedzy nie jest celem samym w sobie. Ważnym aspektem w zarządzaniu wiedzą jest umiejętne przekształcanie jej na konkretny produkt, proces czy działanie, które można zaobserwować poprzez rodzaj i rozmiar tworzonych i wprowadzanych w przedsiębiorstwie innowacji.

W świetle prowadzonych badań można wnioskować, że przedsiębiorstwa mają zdolność do wprowadzania innowacji różnego typu, od produktowych poczynając, na marketingowych kończąc. Jednak skala działań mających na celu zatrzymanie wartości powstałej w wyniku tworzenia innowacji jest w analizowanych podmiotach gospodarczych stosunkowo niska, w związku z czym można wysnuć następujące wnioski:

- wprowadzane innowacje są w większości wykreowane przez inne przedsiębiorstwa, zatem ich działalność ogranicza się do zaadaptowania nowości powstałej w wyniku ak-

- tywności innych podmiotów, co wpływa na stosunkowo niski poziom wykorzystywania środków ochrony wiedzy powstałej z innowacji;
- istotna jest wielkość przedsiębiorstw – przedsiębiorstwa małe znacznie częściej stosują strategiczne narzędzia zatrzymywania wartości z innowacji (tajemnica przedsiębiorstwa) niż narzędzia formalne (patenty, znaki towarowe), co może wynikać z braku dostatecznych środków na ochronę własności intelektualnej danego podmiotu;
 - istnieje widoczny podział na wykorzystywane środki ochrony wiedzy, który wynika z rodzaju wprowadzanych innowacji – przy innowacjach produktowych i procesowych przedsiębiorstwa częściej stosują patenty;
 - różnica w wykorzystywanych formach zatrzymywania wartości w przedsiębiorstwie wynika również z rodzaju prowadzonej działalności – przedsiębiorstwa produkcyjne stosują środki prawne (patenty, wzory użytkowe itp.), z kolei przedsiębiorstwa usługowe obejmują powstałe w organizacji *know-how* tajemnicą przedsiębiorstwa.

Ponieważ własność intelektualna tworzona w przedsiębiorstwach, zwłaszcza tych odznaczających się wysokim stopniem innowacyjności, bezpośrednio wiąże się z tworzeniem wiedzy (a tym samym innowacyjnych rozwiązań) oraz transferem technologii, współczesne przedsiębiorstwa powinny zwrócić szczególną uwagę na działania służące zatrzymywaniu wartości w organizacji zarówno w odniesieniu do bieżącego zarządzania, jak i strategii organizacji. Jest to niezwykle istotne zwłaszcza w przypadku przedsiębiorstw, w których tworzone innowacje stanowią lub mogą stanowić znaczący potencjał gospodarczy.

Po dokonanej analizie stosowanych narzędzi służących zabezpieczeniu wiedzy należałoby zastanowić się nad przyczynami tak niskiego poziomu aktywności dotyczącej ochrony własności intelektualnej badanych przedsiębiorstw. Podmioty gospodarcze, podejmując decyzję o wyborze narzędzi zatrzymywania wartości z innowacji, muszą dokładnie przeanalizować i ocenić skalę korzyści oraz wysokość kosztów poniesionych na ochronę w porównaniu z kosztami utracenia pozycji rynkowej osiągniętej dzięki zastosowanym innowacjom. Przy tak niskim poziomie ochrony wiedzy w badanych przedsiębiorstwach można stwierdzić, że tylko te firmy, które oceniają swoje innowacje jako znaczące, podejmują działania służące zatrzymywaniu wartości z innowacji w przedsiębiorstwie.

Bibliografia

- Fischer, T. (2011). *Managing Value Capture*. Heidelberg: Gabler Verlag. ISBN 978-3-8349-3251-8.
- Koziół, L., Wojtowicz, A., Karaś, A. (2014). Recognition of the determinants of innovation capacity of enterprises. *Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie*, 25(2), 107–116.
- Motyka, S. (2012). Ochrona własności intelektualnej w działalności innowacyjnej przedsiębiorstw. W: R. Knosal (red.). *Innowacje w zarządzaniu i inżynierii produkcji* (s. 78–88). Opole: Oficyna Wydawnicza Polskiego Towarzystwa Zarządzania Produkcją. ISBN 978-83-930399-4-4.
- Najda-Janoszka, M. (2013). Zatrzymywanie wartości z innowacji w branży turystycznej. *Współczesne Zarządzanie: kwartalnik środowisk naukowych i liderów biznesu*, 1, 96–105.
- Sieńczyło-Chłabicz, J. (red.) (2009). *Prawo własności intelektualnej*. Warszawa: LexisNexis. ISBN 978-83-7620-254-9.
- Skrzypek, E. (2012). Jakościowy wymiar zarządzania wiedzą – teoria i praktyka. *Zarządzanie i Finanse*, 10(3), cz. 1, 516–530.

The protection of intellectual property in enterprises of the Małopolska Region

Abstract: Firms seeking to develop must work on their own innovative potential. In innovation activities this potential includes the innovative capabilities used in the creation, implementation and management of innovation. As one of the most important factors affecting competitiveness and enterprise development is knowledge, which, adequately targeted, is the basis for the creation of innovation. The purpose of this article is to analyze and assess the level of the use of tools for the protection of intellectual property associated with the process of the creation and implementation of innovations in enterprises of Tarnów and Małopolska Region. The first

part of the article covers the presentation and division of basic tools used by businesses to protect knowledge as the most important resource used to create innovation. The second part of the article shows the results of empirical studies involving the presentation of the level of the use of tools to secure the value from innovation by the firms of the Małopolska Region, in the context of the type of activity. On the basis of the research it can be concluded that businesses have the ability to innovate, but the scale of operations aimed at the retention of the value created as a result of innovation in the analyzed enterprises is at a low level.

Key words: innovative potential, innovation, tools of intellectual property protection, innovative enterprises
