

Katma Değerli İşler

PATENT ÜRETİM SİSTEMİ

KATMA DEĞERLİ, REKABETÇİ, FİNANSAL DEĞERİ YÜKSEK VE GÜÇLÜ PATENT ÜRETMEK İÇİN



**Patent Üretim Sistemi ile
Katma Değerli, Rakiplere Üstünlük Sağlayan,
Finansal Değeri Yüksek ve Güçlü Patentler
Elde Etmek Mümkündür.**

Hasan DEMİRKIRAN

Türk Patent ve Marka Vekili

Avrupa Patent Vekili

T:212-341 17 95

M:542-341 17 95

W:Kordinat.com.tr

KORDINAT
Inovasyon Ar-Ge Patent Marka

Patent Üretim Sistemi Neleri İçeriyor;

Patent Ne Yarar Sağlar ?

Patent Üretmek; Rastgele mi? Sistematik mi?

Patent üretimi için nasıl bir sistem kurmalı?

6769 sayılı SMK'ya uygun buluşçu haklarının tesisi

Tedarikçiler ile birlikte patent üretimi

Üniversite ile birlikte patent üretimi

Güçlü ve değerli patentler ile rakiplere üstünlük

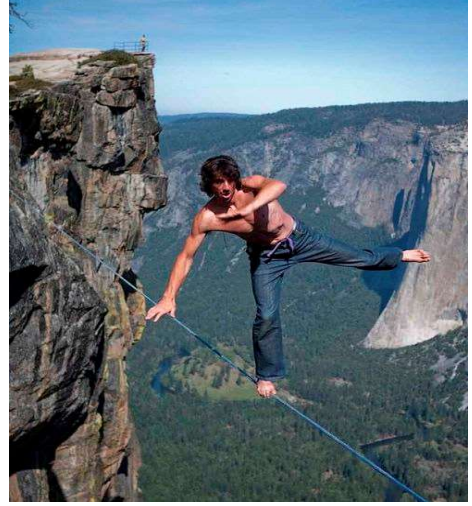
Bir Rekabet Stratejisi olarak inovasyon ve patent

Patentin firma ve marka değerine etkisi

PATENT ÜRETİM SİSTEMİ

Firmalar rekabetçi olmak, kârlı büyümek ve dünya şirketi olmak için inovasyon yapmalıdır. Firmanın yaptığı bu inovasyonlar öyle olmalı ki patentlenebilsin. Alınan patentler de değerli ve güçlü olmalıdır. Eğer Patent yoksa veya güçlü değilse inovasyon bir maliyet olur

Bu, yani, güçlü ve değerli patent üretimi, ancak disiplin, bilgi ve iyi bir tecrübe ile kurgulanmış bir sistem ile mümkündür.



Patent Ne Yarar Sağlar ? Patent Gerekli midir?

Patent, en pratik tarif ile teknolojik yeniliklere verilen bir tekel hakkı ve koruma belgesi. Patent kanunları ve uygulamaları özellikle sanayi devriminde ortaya çıktı. İlk olarak İngiltere, Amerika, Fransa, İtalya, Almanya, Rusya, Osmanlı ve Japonya’da patent kanunları yürürlüğe girdi. Sonra da tüm dünyaya yayıldı. Şu anda Dünya Ticaret Örgütüne (www.wto.org) üye 164 ülkede aktif olarak patent kanunları uygulanıyor. Günümüzde “gelişmiş ülke “ olarak isimlendirdiğimiz tüm ülkelerde patent, sanayi ve ticaretin önemli itici gücü ve ayrılmaz parçası halinde. Türkiye’nin 2022 gayri safi milli hasılatı (GDP) 905 milyar \$’dır. Amerika’nın önde gelen şirketlerinden olan Apple, Amazon ve Tesla’nın her birinin borsa değeri 1 trilyon \$’dır. Yani Amazonun 1 yılda kazandığı para neredeyse tüm Türkiye şirketlerinden fazla. Amazon hikayesinde kurucu Jeff Bezos’un ilk patenti US5960411 nolu patenti çok önemlidir. Amazon bu patent ile gerçek anlamda e-ticareti başlattı denebilir. Jeff Bezos adına kayıtlı 336 patent var. Amazon adına ise 30.000’den fazla patent mevcut. Amazon gibi, bir çok dünya şirketinin hikayesi başta patent olmak üzere marka, tasarım veya telif hakkı gibi inovasyonun bir meyvesi olan fikrî mülkiyet hikayesine dayanıyor. Tıpkı ışık veren ampül icat eden Edison’un General Electric şirketi ve ilk ampül patenti, Mercedes’in kurucularından olan Karl Benz’in ilk benzinli motorla çalışan otomobil patenti, Siemens’in kurucularından olan Werner von Siemens’in patentleri, Toyota’nın kurucusu Sakichi Toyoda’nın patentleri ve yüzlercesinin başarısında patent çok önemli bir unsurdur. Buradan, şu sonucu çıkarabiliriz; günümüzde ve geçmişte bir çok sanayi kuruluşunun başlangıç hikayesi patente dayanır. Bu, elbette ki şu anlama gelmez! “Her patenti olan sanayici dünya şirketi olur!” Değil elbet. Ama her dünya şirketinin mutlaka patenti vardır. Bu doğrudur. Bunu, Türkiye’ye de uyarlayabiliriz. Arçelik veya aynı gruba ait diğer bir kardeş markası

olan Beko'nun binlerce patenti var. Beko, gerçekten de bir dünya markası olma yolunda olan bir Türk şirkettir. Ama dünya markası olan global şirketlerden Samsung veya Philips bu patent işine daha önce başlamış ve Arçelik'in hemen hemen 10 katı patenti var.

Bir şirket üretim yapıyor ve satıyorsa veya kendi markası ile başkasına ürettiriyor ve kendisi satıyorsa mutlaka patenti olmalıdır. Bu şirketin ille de tüketici mamülleri üretmesi gerekmiyor. Bir otomotiv yan sanayi firması ise, enerji şirketi ise, yarı mamul yapan bir firma ise, mobilya üretiyorsa veya ilaç gibi aklımıza ne gelirse üretiyor ve ürettiriyorsa mutlaka patenti olmak zorundadır.

Bir şirket üretim yapıyor ve satıyorsa veya kendi markası ile başkasına ürettiriyor ve kendisi satıyorsa mutlaka patenti olmalıdır. Bu şirketin ille de tüketici mamülleri üretmesi gerekmiyor. Bir otomotiv yan sanayi firması ise, enerji şirketi ise, yarı mamul yapan bir firma ise, mobilya üretiyorsa veya ilaç gibi aklımıza ne gelirse üretiyor ve ürettiriyorsa mutlaka patenti olmak zorundadır. Bu şirket bir Migros gibi bir markette olabilir. Amerikan Wall Mart'ın binlerce patenti vardır. Bir şirketin patenti varsa veya patent üretebiliyorsa bu şirket inovasyon yapıyordur ve dünya şirketi olabilir. Eğer bir şirketin patenti

yoksa, piyasa koşullarından belki geçici bir süre Türkiye'de büyük bir şirket olabilir. Devir değişince bırakın büyük şirket olarak kalmayı, şirket olarak bile kalamayabilir. Patenti yoksa dünya şirketi hiç olamaz. Bu kesin !

Patent, zenginleşmeyi sağlar ve gereklidir. Tıpkı inovasyon gibi. İnovasyon, eğer katma değere dönüşen yenilik olarak kabul ederse, patent inovasyondan para kazanmayı garanti eden bir sigorta gibidir. Türkiye'de veya dünyada patentin yararsız ve gereksiz olduğunu düşünen çok küçük bir zümre vardır. Bunların çoğu girişimciliğe ekonomik inançları gereği düşmandır! Bu kesim kapalı ve devletçi bir ekonomi taraftarıdır. Bunlara karşı en iyi verilebilecek cevap; Bir buluş yapma veya sistematik inovasyon yöntemi olan TRİZ (<https://en.wikipedia.org/wiki/TRIZ>) eski Rusya devleti olan Sovyetler Birliği döneminde, 1945 yılında ortaya çıkmış, Sovyet Komünist sistemi veya kapalı ekonomisinden dolayı maalesef gelişememiş, Triz yaratıcısı Genrich Altchuller hapslere atılmıştır. Triz sistemi , Sovyetler yıkıldıktan sonra Genrich Artchuller ve talebelerinin Amerika'ya beyin göçü ile tanınmaya başlamış ve dünyaya yayılmıştır. Amerika devleti bir çok yönden eleştirilebilir. Ancak oluşturduğu inovasyon atmosferi ve patent gücü ile bir çok icadın ortaya çıkışına ve dolayısı ile bir çok dünya şirketinin ortaya çıkışına imkan vermiştir. Dolayısı ile patent yararlıdır, bundan daha önemlisi patent gereklidir. Patentte geri kalan dünyada da geri kalır.

Asıl soru şudur ; Dünya'da bir çok kişi, şirket ve ülke patentin önemini kavramışken bu yarışta nasıl öne geçeriz? Nasıl patent üretiriz ? ve daha önemlisi Nasıl katma değerli, güçlü ve rakiplerimizi alt edecek patentleri nasıl elde ederiz? Elbette ki sistematik metotlar kullanıp gerçekten değerli ve işe yarar patentler üreterek !

bir konuda teknik bilgilerini ve becerilerini kullanarak veya mucit insanları bünyelerine katarak yenilik yapar, sonra patent alırlardı. Daha sonra patentlenmiş yeni ürün veya teknolojilerini “kendilerine tekel hakkı veya ayrıcalık verilmiş olarak” satarak zenginleşirlerdi. Çünkü patentin amacı budur zaten. İnovasyon veya Ar-Ge yap, yeni bir ürün veya teknoloji çıkar, bunu patentleyerek tekel hakkı veya özel imtiyaz elde et ve satış ile para kazanarak zengin ol. Bu kadar. İşin yolu bu idi. Bunu yapan büyük çoğunlukla başarılı ve/veya zengin oluyordu. Ancak şimdi şöyle bir problem var; Patentın sanayinin her alanında gerçekten bir rekabet avantajı sağladığını herkes biliyor ve kabul ediyor. Onun

Günümüz rekabet ortamı o kadar kızıştı ki Edison veya Tesla gibi bir laboratuvara girip bir problem üzerinde yüzlerce deney yapıp, yapılan yanlışlardan doğruya ulaşip buluş yapmak ve bu buluşa patent alıp para kazanmak için ne zamanımız, ne paramız ve ne de iş gücümüz var. Çünkü rakiplerimiz de aynı problemlerle uğraşiyor. Kim daha sistematik ve doğru metotlarla çalışırsa o daha başarılı olur.

içindir ki şirketlerin artık rekabet stratejisi içinde mutlaka inovasyon ve patent var. Onun içindir ki dünyada yılda 3.000.000’den fazla patent başvurusu oluyor. Çin, Amerika, Japonya, Güney Kore, Almanya gibi ülkeler ve buranın şirketleri patent başvurularında başı çekiyor. Bu şirketlerin en önemli özelliği yeni ürün veya teknolojilerle öne geçmelerinin arkasında güçlü Ar-Ge yapıları ve patent üretim sistemlerine sahip olmalarıdır kuşkusuz.

Günümüz rekabet ortamı o kadar kızıştı ki Edison veya Tesla gibi bir laboratuvara girip bir problem üzerinde yüzlerce deney yapıp, yapılan yanlışlardan doğruya ulaşip buluş yapmak ve bu buluşa patent alıp para kazanmak için ne zamanımız, ne paramız ve ne de iş gücümüz var. Çünkü rakiplerimiz de aynı problemlerle uğraşiyor. Kim daha sistematik ve doğru metotlarla çalışırsa o daha başarılı olur. Onun için inovasyon veya Ar-Ge’yi doğru metotlarla sistematik olarak yapmalı ve işin sonunda güçlü patentler elde edebilmeliyiz. Patent elde etmek için inovasyonu da sistematik olarak yapmalıyız. Hele hele güçlü ve değerli patent için bu şarttır.

Türkiye dahil dünyanın bir çok yerinde insanlar inovasyonu veya patenti “ratgele” yaparlar. Genellikle piyasada rağbet olan bir konu üzerinde kendi akıllarında oluşturdukları bir planla araştırma yaparlar, deneyler yaparlar, tıkandıklarında çevrelerindeki bu konuda fikir sahibi olacak kişilerden fikir alırlar ve en sonunda konu hakkında bir uzmana danışırlar. Hele hele, konu teknik bir inovasyon ise Ar-Ge projesi hazırlarlar ve TUBITAK’tan teşvik alabilirlerse bu onlar için büyük bir şanstır ! Maalesef gerçekler böyle değildir. Bunu TUBITAK’a verilen teşviklerin kaçtı ticarileşmiş, patent almış ve firmayı rakiplerin önüne geçirdiği konusunda bir istatistik olsa idi kolayca görebilirdik. Ancak nedense bu böyle bir istatistik yok!. Bizler, TUBITAK projelerine karşı değiliz. Ama çok iyi biliyoruz ki piyasada başarılı olmak apayrı bir şeydir. Öyle projeler üretmeliyiz ki piyasada başarılı olsun . Piyasadaki başarısı o kadar uzun sürsün ki rakipler yavaşmasın! Bu da ancak patentin verdiği tekel hakkı ile mümkündür. Bu da öyle klasik bir anlayışla sadece bir proje oluşturarak, ona zaman, insan kaynağı ve para ayırarak olmayacaktır. Sistematik inovasyon ile mümkün olacaktır. Sistematik inovasyon

öyle bir şeydir ki film üretmeye benzer. Film yapımcıları her defasında farklı film senaryolarını uygulayan film çekerler ve bazıları öyle tutulur ki gişe rekorları kırar. Sistematik inovasyon da tıpkı film yapmak gibi fikir seçiminden, fizibiliteye, proje geliştirmeden prototip yapmak ve test ürününe kadar her şeyin bir yolu yordamı vardır. Şu anda inovasyon ve Ar-Ge uygulamalarında yapılan en büyük yanlışlık sadece bir konuda uzman bilgiye dayanıp kişisel deneyimlerle bir yenilik yapıp piyasada başarılı olmak umut ediliyor. Gerçekte ise piyasada başarılı olmayan inovasyonlar ! Günümüz inovasyon ve Ar-Ge projelerinin başarısızlığı bundan kaynaklanıyor. İnovasyon ve Ar-Ge projelerinin bu içler acısı hali, patentte ise kendisini daha da belli ediyor. Piyasada başarılı olamayan bir sürü fikir ve proje, çok azı patentlenebiliyor. Patentlenen projelerin başarı oranı da çok düşük maalesef. İnovasyon ve Ar-ge projelerinin başarısız olması, bunların patente dahi ulaşamaması tıpkı film yapmak isteyen usta bir aktörün bir filmdeki tecrübesi ile usta bir yönetmen ve film ekibi olmadan bir filmi çevirmesi ve buradan başarılı bir film çıkartmayı hedeflemesinden farksızdır. Doğrusu, nerede ne yapılacağını bilen iyi bir yönetmen, film ekibi ve usta bir aktör. İş inovasyona gelince inovasyonu ve Ar-Ge projelerini yönetmeyi bilen yenilikçi bir yönetici, iyi bir Ar-Ge ekibi ve konusunda uzman buluşçular. Dolayısı ile öyle fikirlere odaklanmalı ki işin sonunda piyasada başarılı olacak inovasyon projeleri oluşsun, bunlar sistematik inovasyon ile patente dönüşsün. İnovasyondaki asıl amaç şu olmalı; öyle inovasyon projeleri yapalım ki piyasada başarılı olsun. Eğer bu projeler patentlenebiliyorsa başarı şansımız ve kazanacağımız para patentin verdiği tekel hakkından dolayı daha fazla olabilir. İşte bunun için sistematik olarak patent elde etmeyi sağlamak için patent üretim sisteminin uygulanması gerekir.

Öyle projeler üretmeliyiz ki piyasada başarılı olsun . Piyasadaki başarısı o kadar uzun sürsün ki rakipler yaşamasın! Bu da ancak patentin verdiği tekel hakkı ile mümkündür. Bu da öyle klasik bir anlayışla sadece bir proje oluşturarak, ona zaman, insan kaynağı ve para ayırarak olmayacaktır. Sistematik inovasyon ile mümkün olacaktır.

Patent Üretimi İçin Nasıl Bir Sistem Kurulmalıdır? Patent Üretim Sistemi

Bir firma inovasyon yapıyor veya daha klasik bir tabirle Ar-Ge yapıyor ise (İnovasyon ve Ar-Ge farklı kavramlar değildir. İç içe geçmiş kavramlardır ve inovasyon teknik yenilikleri ilgilendiren Ar-Ge yi de kapsayacak şekilde yenilikçilik anlamında kullanılmalıdır), ancak işin sonunda patent ve diğer fikrî mülkiyet haklarından faydalanmıyor ise yaptığı yatırımların çoğu maliyettir. Bunun için inovasyoncular mutlaka patenti hedeflemelidir. Ancak patent, inovasyon sonucunda “bahtımıza çıkan ne ise odur”

anlamındaki yeniliklerin korunması şeklinde düşünülmemelidir. Aksine, öyle projeler üretilmelidir ki sonunda patent çıkacak şekilde projeler üretilmelidir. Patent üretimi sistematik bir yaklaşım gerektirir. Buna “**Patent Üretim Sistemi**” denir.

Patent üretim sistemi, özellikle firmalarda ve bundan daha önemlisi Ar-Ge ve Tasarım merkezlerinde

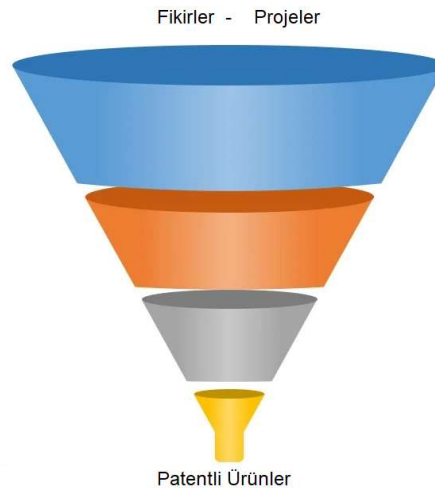
Bir patent ne kadar güçlü ve değerli ise sahibine o kadar büyük rekabet avantajı sağlar. Elbette ki sahibine o kadar çok para kazandırır. Güçlü ve değerli bir patente ulaşmak için iyi bir inovasyon yönetimi ve sistematik inovasyon uygulamaları gerekir.

bir yönetim sistemi olarak uygulanacak know how içerir. Fikir üretiminden proje yönetimine, patent başvurusundan, rekabet stratejilerine kadar uzanan bir know how içerir.

Bir patent ne kadar güçlü ve değerli ise sahibine o kadar büyük rekabet avantajı sağlar. Elbette ki sahibine o kadar çok para kazandırır. Güçlü ve değerli bir patente ulaşmak için iyi bir inovasyon yönetimi ve sistematik inovasyon uygulamaları gerekir. İyi bir inovasyon yönetiminden kasıt TUBITAK veya

Avrupa Birliği proje yönetimi değildir. Elbette ki bir inovasyon projesinin finansal fonlaması önemlidir ve çok iyi yönetilmelidir. Ancak bir inovasyonun başarılı olması için fikirden piyasaya sürene kadar inovasyonun yönetimi ve doğru yöntemleri uygulamak finans veya fon yönetiminden daha önemlidir. Patent üretim sistemi için elbette ki inovasyonun da sistematik olması gerekir. Ama burada asıl amaç patent üretimi olduğundan sistematik inovasyona girilmeyecektir. Buna göre Patent Üretim Sistemi için şu ana unsurlara dikkat etmek gerekir ;

- 1) Rekabet Stratejiniz Patent Üretimini Destekliyor mu?
- 2) İnovasyon, Ar-Ge veya Tasarım Yönetiminiz Patent Üretimini Destekliyor mu?
- 3) Fikir Üretimi ve Yönetiminde Patent ve Diğer Fikrî Haklar Ne Önemli?
- 4) Patent Üretmek Sadece Ar-Ge'nin Sorumluluğunda mı ? Pazarlama ve Satış Ne Durumda?
- 5) Piyasaya Bir Ürün Çıkarırken Patent ve Diğer Fikrî Haklar Kullanılıyor mu?
- 6) Patentinizin Caydırıcı Gücü Var mı? Rakiplerinizi Engelliyor mu?



Yukarıdaki bu özet başlık olarak verilen bu unsurları detaylandıralım.

1) Rekabet Stratejiniz Patent Üretimini Destekliyor mu?

Bir çok firma patentin kendileri için çok önemli olduğunu söyler. Hele hele Ar-Ge ve tasarım merkezleri ön sıralarda yer alır. Ama nasıl rekabet ettiğine bakılırsa patentten eser yoktur. Örneğin fiyatları yabancı bir rakibinin fiyatının bir altındadır ve “ucuzluk” ile rekabet etmeye çalışır. Türkiye’deki maliyetler yükselince de feryat eder ki devlet ithalata ek vergi getirsin ! diye. Dolayısı ile bir firma patent üretmek istiyorsa rekabet stratejisi doğrudan veya dolaylı olarak patent ile ilgili olmalıdır. Örneğin ”öyle inovasyonlar yapmalıyım ki rakipleri engelleyecek ve sektörde tekel olacak patentli ürünler geliştireyim “ sonucu çıkan stratejiler içermelidir.

2) İnovasyon, Ar-Ge veya Tasarım Yönetiminiz Patent Üretimini Destekliyor mu?

Artık bir çok sanayi firması, hatta hizmet sektöründe ve bilgi sektöründeki bankacılık, yazılım gibi firmalar İnovasyonun, Ar-Ge’nin veya Tasarımın önemini biliyor ve bununla ilgili faaliyet yapıyor. Ancak bu faaliyetlerinde çoğu zaman patent hedeflenmiyor. İşin sonunda yeni bir şey çıkarsa ve inovasyon takımının içinde biri “aslında bu projeye patent alabiliriz !” gibi bir söylem ile gelirse patent gündeme gelebiliyor. Oysa inovasyon projelerinde piyasa başarısı ile birlikte mutlaka patent ve diğer haklar hedeflenmeli ve bunun için elbette ki projeler işin sonunda patent olacak şekilde dizayn edilmelidir. Unutulmamalıdır ki bir inovasyon projesi oluyor ve işin sonunda patent çıkmıyorsa bu proje pusuda bekleyen hazırcı taklitçiler için üretilmiştir. Hatta öyle ki patentsiz bir inovasyona harcanan paralar boşa harcanan paradır.

3) Fikir Üretimi ve Yönetiminde Patent ve Diğer Fikrî Haklar Ne Önemli?

Tüm inovasyon projeleri mutlaka bir fikir ile başlar. Bu fikir firmanın başındaki insandan, firma içi çalışanlardan veya danışmanlardan gelebilir. Hatta bu fikirler iş birliği yapılan üniversite veya yan sanayi kurumlarından da gelebilir. Bir inovasyonun kimden geldiği, o inovasyonun sahibini, dolayısı ile patent veya diğer fikrî mülkiyet haklarında kimin adının geçeceğini belirler. Bu da fikir sahiplerine manevi bir tatmin verdiği gibi parasal kazanç verir. İşte bu inovasyonun itici gücüdür. Bir firmada personel işin sonunda patent alabilecek ve rakipleri alt edecek fikirler üretiliyor, ama patentte adı geçmiyorsa o firmada bir daha fikir çıkmaz.

4) Patent Üretmek Sadece Ar-Ge’nin Sorumluluğunda mı ? Pazarlama ve Satış Ne Durumda?

Bünyesinde Ar-Ge birimi olan veya kendisi Ar-Ge merkezi olan bir çok şirkette inovasyon yapmak veya Ar-Ge projesi üretmek sadece bir bölüme kalır. O da Ar-Ge bölümüdür. Pazarlama, satış, finans, üretim, insan kaynakları gibi diğer departmanlar “Ar-Ge bi şey

üretsin ki biz de satalım !” der. İnovasyon veya Ar-Ge o kadar önemlidir ki sadece Ar-Ge bölümünün sorumluluğuna bırakılamaz. Ar-Ge bölümü belki inovasyon ve Ar-Ge faaliyetlerinin sistematik yönetilmesinden sorumlu olabilir. Ama işin sorumlusu herkestdir. Satış bölümündeki biri müşterileri o kadar iyi analiz edebilir ki, müşterinin aklına gelmeyen veya bilmediği bir ürünü veya hizmeti düşünebilir ve buna göre yeni bir ürün oluşturabilir. Veya en azından yeni bir ürün için fikir üretebilir. Benzer şekilde üretimdeki bir kişi, pazarlamadaki bir kişi veya finans departmanındaki bir kişi firmaya katma değer oluşturacak bir fikir ve sonrasında ürüne veya teknolojiye dönüşecek bir inovasyon projesine ön ayak olabileceği unutulmamalıdır.

5) Piyasaya Bir Ürün Çıkarırken Patent ve Diğer Fikrî Haklar Kullanılıyor mu?

Firmalar, yeni bir ürünü veya hizmeti piyasaya çıkarırken satışa o kadar odaklanırlar ki bir an evvel inovasyon projesinin ticarileşmesi için tüm gayretleri sergilerler. Çünkü zaman, emek ve para harcanmıştır. Artık satış yapıp para kazanmak gereklidir. Bu anlayış doğrudur da. Ama çoğu zaman bu işlerle uğraşırken patent ve diğer haklar ihlal edilir. Oysa patent, inovasyon faaliyetinin bir sigortası olduğu gibi, o konuda tekel olmanın da bir fırsattır. Dolayısı ile inovasyon veya Ar-Ge projesinin ticarileşme planlarında mutlaka “patent almak ve tekel olmak” bulunmalıdır.

6) Patentinizin Caydırıcı Gücü Var mı? Rakiplerinizi Engelliyor mu?

Türkiye’de son yıllarda patent başvuru sayısında bir artış görülüyor. Özellikle Ar-Ge ve Tasarım merkezlerinde sanayi bakanlığının Ar-Ge faaliyetlerinin verimini ölçmek için patent sayılarının yüksek oluşuna bakması buna bir etken olabilir. Ama ne yazık ki çoğu firma aldığı patentin gerçekte güçlü olup olmadığını bilmiyor veya ürün piyasaya çıkınca elindeki patentin rakiplerini engelleyip engellemeyeceğini bilmiyor. Oysa olması gereken şey, yukarıda da anlatıldığı gibi inovasyon veya Ar-Ge projesinin fikir üretimi ve planlama aşamasındayken güçlü bir patent elde etmek ve rakipleri engelleyebilmektir. Bu, ancak patentin sadece resmi kuruma başvurup alınan bir belge değil, inovasyonun sigortası ve rekabetin en etkili silahı olduğu bilinciyle hareket edilmesi sonucu oluşur.

Öyle projeler üretilmelidir ki sonunda patent çıkacak şekilde projeler üretilmelidir.

Patent üretim sisteminde 6769 sayılı SMK'ya Uygun Buluşçu Haklarının Tesisi

Eskiden, özellikle sanayi devriminden sonra buluşların artması Edison, Tesla, Ford gibi buluşçu insanların liderlikleri ile olurdu. Bu halen geçerlidir. Ancak günümüzde kurumsal firmalarda buluşlar veya geniş anlamıyla inovasyonlar artık bir kişiye bağlı değil, bir ekip işi. Bu ekip genellikle firmalardaki Ar-Ge veya İnovasyon ekiplerinden oluşuyor.

6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununa (SMK) göre pratiğe veya üretime dönüşen her patentli fikir şirkete bir gelir oluşturuyorsa bu projenin taraflarına maddi yarar sağlamalı. Bu yarar 67669 sayılı SMK'da patent bölümünde buluşçu hakları olarak, Tasarım bölümünde ise Tasarımcı hakları olarak ele alınıyor. Kanun, genel olarak diyor ki eğer bir patent, faydalı model veya tasarım var ve bu tescillerin ilgili olduğu ürünler veya üretim yönteminde maddi bir yarar varsa, buluşu yapanların normal maaşlarından hariç patentli üründen elde edilen veya katma değerden onlara ek ücret verilmeli diyor.

Madem inovasyon tek bir kişinin gayreti ile olmuyor. Tüm ekibi işin içine katma gerekir. Herkes bu gerçeğin farkında, kanunlar da. Şöyle ki 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununa (SMK) göre pratiğe veya üretime dönüşen her patentli fikir şirkete bir gelir oluşturuyorsa bu projenin taraflarına maddi yarar sağlamalı. Bu yarar 67669 sayılı SMK'da patent bölümünde buluşçu hakları olarak, Tasarım bölümünde ise Tasarımcı hakları olarak ele alınıyor. Kanun, genel olarak diyor ki eğer bir patent, faydalı model veya tasarım var ve bu tescillerin ilgili olduğu ürünler veya üretim yönteminde maddi bir yarar varsa, buluşu yapanların normal maaşlarından hariç patentli üründen elde edilen veya katma değerden onlara ek ücret verilmeli diyor. Bu buluş ücreti veya buluştan dolayı patent ücreti kanun ve yönetmelikle o kadar detaylı anlatılmış ki patentin finansal değeri veya patentli üründen elde edilen değere göre buluşu yapanların görevlerine göre belirlenmiş bir miktarın

paylaştırılmasını zorunlu kılıyor. Bu aslında hem firma sahipleri veya ortakları için, hem de çalışanlar için çok iyi bir şey. Çünkü kanun esas olarak “buluştan bir kazanç elde edilmişse bunu paylaş” diyor özet olarak. Kazanç yoksa para da yok. Dolayısı ile her kes şuna odaklanacaktır ; Öyle inovasyonlar yapalım ki, bunu paraya dönüştürelim, bundan dolayı kazanacağımız parayı paylaşalım. Bunu kanun garanti ediyor. Yerine getirilmez ise kişisel hak ihlali olarak görülüyor.

6769 sayılı SMK'nın buluşçu ve tasarımcı hükümlerinden faydalanmak için fikir üretiminden, ürünün satılıp ticarileşmesine kadar çok iyi bir sistem ile yönetilmesi ve kayıt altına alınması gereklidir. Fikrî kimden doğduğu, örneğin fikrin Ar-Ge ekibindeki bir mühendisten mi, yoksa finans departmanındaki bir iktisatçıdan mı doğduğunun kayıt edilmesi önemlidir. Çünkü fikrî patentlenmesinden, oluşacak üretimden elde edilen patent gelirinin paylaşımına kadar bu unsur önemlidir. Örneğin fikir Ar-Ge ekibindeki bir mühendisten çıkmış ve projelenmişse firma doğrudan buluşu sahiplenebilir ve patent haklarını üstüne alıp yönetebilir. Sonuçta ilgili mühendise maaşından hariç patent ile ilgili gelir ödemesi yapılır. Ancak fikir muhasebe departmanından çıkmış bir iktisatçıdan gelirse buluşun “serbest buluş” olma durumu vardır ve firmanın buluşa patent alması zorlaşabilir. Bu haklar 6769

sayılı SMK'ya göre yönetilmezse bırakın inovasyondan para kazanmayı, inovasyon o firmada hayal olur gider. Yapılacak şey firma içi Ar-Ge, Ürün Geliştirme, Patent ve benzeri yönetim sistemi ile ilgili dokümanların 67769 sayılı SMK göz önüne alınarak düzenlenmesi ve uygulanmasıdır.



Tedarikçiler İle Birlikte Patent Üretimi

Eskiden inovasyon ve Ar-Ge faaliyetleri kapalı ortamda, yani sadece firma içinde yapılırdı. Firmanın ilişki içinde olduğu şirket ve kuruluşlara bilgi verilmez, veya çok gizli şartlarda bilgi verilir. Artık, firmanın ilişkide olduğu kurumlara, yani firma tedarikçileri ile birlikte inovasyon yapmak çok daha iyi sonuç verdiği görülüyor. Ancak burada birkaç sorun var. Örneğin bir plastik eşya üreticisi bir firma yeni bir ürün geliştirmek istiyor ve kalıpcısının bu konuda çalışmasını istiyor. Kalıpcının iyi bir çalışma yaptığını ve plastik firmaya sunduğunu, sunulan numune veya prototipin çok beğenildiğini düşünelim. Şimdi soru şu; Yeni çıkan ürünün fikrî mülkiyet hakları kime ait ? Plastik firmasına mı yoksa onun tedarikçisi olan kalıpcıya mı ait ? Bu sorun her yerde ortaya çıkabilir. Bir firma ve reklam ajansı arasında da çıkabilir, üretici ve kalıpcı arasında da çıkabilir, otomotiv veya benzer ölçekteki beyaz eşya sektöründeki ana sanayi ve yan sanayi arasında da çıkabilir. Bu sorunun çıkmamasının yolu projeyi veya fikirleri saklamak değil, firmalar arası bağlılık ve gizlik sözleşmeleri gibi ön tedbirler olarak olur.

Tedarikçiler ile yapılan Ar-Ge veya yeni ürün geliştirme faaliyetleri, daha geniş anlamıyla inovasyon faaliyetleri kısıtlanmadan özgürce devam etmelidir ki patentli ürünler ortaya çıkabilsin. Bunun için proje başlangıcında veya iş başlangıcında firmalar arası yapılan iş birliği sözleşmelerinde ortaya

çıkacak patent veya diğer fikrî mülkiyet haklarının kimin yönetiminde olacağı, kimin maliyetleri karşılayacağı ve kimin sahipleneceği, bu sahiplenmede gelir paylaşımının nasıl olacağını belirlenmesi şeklinde olabilecektir. Bu iş sadece gizlilik ve fikrî mülkiyet sözleşmeleri ile değil, firma içi yönetim sistemlerinin buna paralel olarak düzenlenmesi ile mümkün olabilecektir.

Üniversiteler İle Birlikte Patent Üretimi

Üniversite - Sanayi iş birliği hep konuşulan ve önerilen bir sistemdir. Beklenen şey; “Sanayicinin bir problem ile uğraşırken üniversitenin devreye girmesi ve bu problemle adam akıllı uğraşıp çözüm bulmasıdır”. Böylece beklenen sanayicinin kendi işine uğraşması, Ar-Ge ile uğraşırken karşılaştığı sorunları üniversitenin çözmesi ve bu çözümden elde edilecek katma değer ile manevi kazançlar bir yana, hem firmaya kâr getirmesi, hem de başta üniversite öğretim görevlisi olmak üzere üniversitenin de buradan para kazanması şeklindedir. Gerçekte böyle mi? Çok az. Gerçekte ; firmalar işini çok iyi biliyor ve üniversiteye ihtiyacı yok !, üniversite öğretim görevlisi de ders verip parasını kazanıyor ,

Normal şartlarda 6769 Sayılı SMK'ya göre üniversite'den çıkan patentler Üniversitenin kontrolünde ve sahipliğindedir. Araştırma veya öğretim görevlileri buluşçu olarak yer alır. Ancak pratikte bunun nasıl olacağı Üniversite ile işbirliği yapan firma ve Üniversite arasındaki anlaşmaya bağlıdır.

sanayicinin problemi pek ilgilendirmiyor kendisini!. Devletin ön ayak olması ile veya başka sebeplerden dolayı iş birliği oldu ve patentlik bir proje ortaya çıktı. Bu projenin patent hakları kime ait ? Üniversitenin mi ? Sanayicinin Mi ? yoksa %50-50 paylaşacaklar mı? Normal şartlarda 6769 Sayılı SMK'ya göre üniversite'den çıkan patentler Üniversitenin kontrolünde ve sahipliğindedir. Araştırma veya öğretim görevlileri buluşçu olarak yer alır. Ancak pratikte bunun nasıl olacağı Üniversite ile işbirliği yapan firma ve Üniversite arasındaki anlaşmaya bağlıdır.

Bizler Üniversite -Sanayi iş birliğini küçümsemiyoruz. Ancak gerçekleri de kabul etmek zorundayız. İş birlikleri bir birine duyulan ihtiyaç ile olur. Firmalar kendilerine o kadar iddialı projeler oluşturmaları ki bunu yalnız yapamayacaklarını, tedarikçileri ile ve üniversiteler ile işbirliği içinde olması halinde bunu başarabileceklerini bilmelidir. Üniversiteler de firmaların rekabet esnasında karşılaştıkları problemleri kendilerine case study olarak adlandırılan bir antrenman aracı (örnek olay) olarak kabul etmeli ve buna istekli olmalıdır. Bu kafa yapısı ile başlanılan projelerde mutlaka firmanın ve üniversitenin projeye katkısının belirlenip patent başta olmak üzere fikrî mülkiyet haklarını nasıl paylaşacaklarını ve ticarileştirmenin nasıl olacağını belirlemelidirler. Bu mantıkla yapılan projelerin başarılı olması muhtemeldir ve patentleme sonrası işlemlerde bir sorun çıkma olasılığı düşük olacaktır.

Universite- Sanayi işbirliklerinde diğer bir sorun Üniversitelerdeki Teknoloji Transfer Ofisleridir. Türkiye'deki Teknoloji Transfer ofisleri, üniversitede üretilen bilginin sanayileştirilmesi amacı ile kurulmuş, çalışanlarının maaşlarının ve giderlerinin büyük bir kısmının devlet tarafından desteklendiği ofislerdir. Teorik olarak çok yararlı olsalar da pratikte beklenen katma değer oluşmadığı kanaati hakimdir. Bu nedenle üniversiteler ile yapılan iş birliklerinde sadece işin teknoloji transfer ofislerine bırakılması riskli olabilir. Bu nedenle piyasanın rekabetini derinden hisseden, teorik ve pratik bilgisi güçlü danışmanlar ile çalışılması önerilir.

Güçlü ve Değerli Patentler İle Rakiplere Üstünlük

Türkiye'de ortalama 1.500 adet Ar-Ge ve Tasarım Merkezi vardır. Ar-Ge ve tasarım merkezleri doğrudan inovasyon stratejisi ile çalışan, devamlı yeni ürün, üretim yöntemi veya teknoloji geliştiren firma demektir. Bir Ar-Ge merkezinin kurulması için en az 15 mühendis çalıştırma şartı vardır. 5746 sayılı Ar-Ge kanunu ilk çıktığında bu sayı 50 idi. Zamanla teşvik verilmesi için indirildi. Şu anda ortalama bir Ar-Ge firmasındaki mühendis 15'ten fazla, 20-25 civarında olduğu farz edilsin. Her mühendisin yıllık 1 adet patent hedefi verildiği farz edilerek yılda sadece Ar-Ge merkezlerinden en az 22.500 adet toplam bir patent sayısı olmalı idi. Şu anda tüm Türkiye'nin yıllık patent başvuru sayısı 15.000 civarı. Hiç patenti olmayan Ar-Ge merkezi var. Bir de Ar-Ge merkezleri değil de teknoparkları hesaplayın,, durum daha da vahim. Patent nedir bilmeyen teknopark içinde şirket var!

İnsanlar İnovasyon veya Ar-Ge yapar ve neden patenti düşünmez !. Oysa patent, onun inovasyon ile

Patentteki amaçlardan biri de Ar-Ge için harcanan tüm servete sahip çıkmak ve onu rakiplere karşı bir silah olarak kullanmaktır.

ilgili harcadığı zamanı, emeği ve parayı korur. Çünkü çıkan yeni ürün, proses veya teknolojiyi korur. Bir İnovasyon firması patenti düşünmüyorsa, ya patentin kendisine vereceği gücü bilmiyordur, ya patentlik bir şey üretmiyor ,kendisini kandırıyor veya göz boyuyordur veya Türkiye'deki patent sisteminin doğru işlemediğini düşünüyordur. Buradaki amacımız bunların nedenleri üzerinde tartışmak değil. Amacımız patent sisteminin güçlü ve gerekli olduğunu biliyoruz. Tüm gelişmiş ülkelerde patent sistemi güçlüdür. En başta dediğimiz gibi bu gün her birinin borsa değeri Türkiye'nin bütçesini aşmış olan bir amazon, Tesla veya Apple şirketinin her birisinin binlerce patenti var. Bu patentler onların teknolojilerini koruduğu gibi, marka değerlerini de, servetlerini de ve hatta geleceklerini de korumaktadır. Dolayısı ile Türk şirketleri mazeretleri bir yana bırakıp işin sonunda patent çıkacak inovasyon veya Ar-Ge faaliyetlerine yönelmelidir.

Amaç patent çıkartmak değildir. Amaç rekabet edebilmek ve rakiplerini alt edip onların geride bırakmaktır. Bunun için İnovasyon, Ar-Ge ve Patent elzemdir. Dolayısı ile olaya “öyle inovasyonlar yapalım ki patent alıp rakipsiz olalım” mantığı ile başlanmalıdır. Yani, patent, bir Ar-Ge projesinin sonunda değil, başında düşünölmelidir. Proje başlangıcında “biz projede patent hedefi koyduk !” demek de yanlıştır. Öyle fikirler bulmalıyız, öyle projeler seçmeliyiz ki fizibilite esnasında bu alanda “patent var mı? Rakipler kimler, rakiplerin patenti ne ve biz neyi geliştirip patent alacağız ve rakiplere üstünlük sağlayıp para kazanacağız?” sorusuna cevap verebilmeliyiz.

Bir Rekabet Stratejisi Olarak İnovasyon ve Patent

Türkiye’de özellikle 90’lı yıllardan itibaren, başta otomotiv ana sanayi olmak üzere bir çok kesimde kalite fırtınası esti. Toplam kalite veya ISO9000 o yıllarda moda idi. İyi de oldu. Bu çalışmalar yapılırken firmalar ; bir hedefi olmalı, misyon, vizyon vs. Yaptığını yaz, yazdığını yap gibi bir çok değerli bilgiyi öğrendi. Şimdilerde firmaların girişinde uzun uzun misyon, vizyon cümleleri görölüyor. Bunların ne kadarını firma benimsemiş ve uyguluyor, ne kadarını çalışanlar beynine kazımış bilinmez. Bu da eğitim zayıyatı herhalde !. Ama bir şeyin tam bilinmediğini biliyoruz: Firmalar rekabet stratejilerini tam bilmiyor !. Firmanın rekabet stratejisi “ucuzluk mu?, tasarım mı?, büyüklük mü?, mühendislik mi ?.....” nedir .

Bizim tecrübemiz ve önerimiz şudur; Her Türk firması kendi sektörüne veya yapısına göre mutlaka inovasyon stratejisi belirlemeli. Bu strateji kurumsal olarak inovasyon yapmak olabileceği gibi, bir bölümün inovasyon çalışması veya dışardan inovasyon hizmeti almak da olabilir. Üretim yapan bir sanayi firmasının da inovasyonu daha da derinleştirip Ar-Ge yapmalı veya yaptırmalıdır. Ve işin sonunda mutlaka patente ulaşmalıdır. İşin sonunda Patent yoksa inovasyon veya Ar-Ge için harcadığı tüm paralar boşa gideceği gibi emekler de güzel bir anıdan öte gitmeyecektir.

Firmalar, içinde buldukları ekonomik ve sosyal ortamı belirleyip rekabet stratejisini çok iyi belirlemeli. Bunun için Micheal Porter’den rekabet stratejisi dersini almaya gerek yok. Bilmemiz gereken şey; “benim güçlü yanımdır nedir? Piyasanın durumu nedir ve piyasanın buna talebi var mı? Varsa nasıl kendimi yapılandırmalıyım veya yoksa kendimde neyi değiştirmeliyim? “ sorularına cevap bulmak. Aslında bir çok firma bu yönde ilerliyor. Diyor ki “inovasyon ve Ar-Ge çok önemli, bunu yapmamız lazım !” . Sonrası da önemli, E peki bunun için ne yapıyorsun?

Bizim tecrübemiz ve önerimiz şudur; Her Türk firması kendi sektörüne veya yapısına göre mutlaka inovasyon stratejisi belirlemeli. Bu strateji kurumsal olarak inovasyon yapmak olabileceği gibi, bir bölümün inovasyon çalışması veya dışardan inovasyon hizmeti almak da olabilir. Üretim yapan

bir sanayi firmasının da inovasyonu daha da derinleştirip Ar-Ge yapmalı veya yaptırmalıdır. Ve işin

sonunda mutlaka patente ulaşmalıdır. İşin sonunda Patent yoksa inovasyon veya Ar-Ge için harcadığı tüm paralar boşa gideceği gibi emekler de güzel bir anıdan öte gitmeyecektir.

Firmalar patent hedefi koyarken rakiplerini engelleyip o konuda tekel olmayı düşünebilirler. Kimisi ise rakiplerini engellemeyi değil savunma amaçlı da patenti düşünebilir. Başka birileri hem saldırma, hem savunma düşünebileceği gibi bilgilerini teknoloji lisansı vererek de paylaşmayı düşünebilir. Mesela Philips şirketi gelirinin %17'sini ürettiği teknolojileri patent lisansı vererek kazanıyor.

Patentin firma ve Marka Değerine Etkisi

Üretilen her patentin mutlaka bir değeri vardır. Eğer patent, iyi planlanmış ve sistematik olarak üretilmiş ise mutlaka rekabete pozitif etkisi vardır. Firmanın rekabet gücünü artırır. Bazı patentler o kadar güçlüdür ki verilen tekel hakkı rakiplerin o işe girmesi engellenir ve rakip olmadan para kazanılır. Bu da büyük bir güçtür. Örneğin Edison'un ampul patenti, Motorola'nın 70 yıllardaki mobil telefon patenti, amazon'nun 97 yılında aldığı e-ticaret patenti, I-Phone'nun ilk piyasaya ilk çıktığındaki patenti gibi. Bazı patentler sektörde rakipler vardır ama daha güçlüdür. Patentte arzu edilen firmayı sektörde tekel haline getirecek derecede güçlü olması veya rakiplerine üstünlük sağlamasıdır. Yoksa patent alınmış ve hiç kullanılmıyorsa bu maalesef patentin bir işe yaramadığının işaretidir ki bu makede bundan kaçınmak için ne yapılması gerektiği üzerinde duruluyor.

Güçlü patentlerin mutlaka firma değerine katkısı vardır. Çünkü kendileri değerlidir. Bu değer, mevcut durumda etkilediği ürünlerin değeri ve gelecekte kazanabileceği muhtemel gelirlere göre hesaplanır. Dolayısı ile değerli olan bu patentler firmanın muhasebe kayıtlarına girebilir. Patent değeri firmalarda elle tutulmayan sermaye içine girer. Diğer yandan değerli patentler firmanın değerini arttırdığı gibi firmanın marka değerini de artırır. Çünkü markaların değeri salt kelime veya şekillerin (logoların) değeri değil, arkasında yatan teknolojik güç, müşteri bağlılığı, bilinirlik ve satış potansiyeli ile ölçülür. İşte patentin , sağladığı katma değer o kadar büyüktür ki firmayı rakiplerine göre üstün yaptığı gibi firmanın ve markanın değerini de artırır. Bu değer artışının miktarı patentin gücüne ve değerine göre değişir. İşte bu makalenin amacı, inovasyon ve Ar-ge faaliyetlerine odaklanalım ve patent alalım, hatta iddiamız şu ki “öyle inovasyon ve Ar-Ge yapalım ki işin sonunda güçlü ve değerli patent üretelim. “ bu mümkündür, yapılmıştır, yapılıyor.

KORDİNAT NE YAPAR?

Kordinat, başta marka, patent ve tasarım olmak üzere tüm fikrî mülkiyet haklarının korunması konusunda vekillik hizmeti yapmaktadır.

Kordinat, firmaların fikri sermayelerini arttırmak ve rekabet güçlerini arttırmak için İnovasyon, Ar-Ge ve Yeni Ürün Geliştirme konularında katma değerli hizmetler sunar. Bu faaliyetler sonucu elde edilen değerleri fikrî mülkiyet hakları ile garanti altına alır.

KORDİNAT'IN DİĞER ÖZEL HİZMETLERİ

Ar-Ge Bölümlerinde Patent Stratejileri,

Patent Engeli Aşma ve Patent Kırma,

Entegre Fikrî Mülkiyet Yönetimi,

Marka ve Patent Değeri Ölçümü,

Tüm Dünyada Etkili Marka, Patent ve Tasarım Koruması

Yazar Hakkında

Hasan DEMİRKIRAN Makine mühendisi olup 1997 yılından beri Türk Patent ve Marka Vekili, 2000 yılından beri Avrupa Patent Vekilidir. 2008 yılından beri İnovasyon, Patent ve Marka danışmanlığı yapmaktadır. Halen Kordinat İnovasyon ve Fikrî Mülkiyet'in yönetici ortaklığının yanında, inovasyon danışmanlığı ve Patent Vekilliği görevini de yürütmektedir.

© Telif Koruması (Copyright)

Bu dokümanda açıklanan tüm bilgiler ve belgeler Kordinat İnovasyon ve Fikrî Mülkiyet Yönetimi Ltd. Şti'nin maddi ve manevi malıdır. Ancak izin alınmak sureti ile kullanılabilir.

KORDİNAT İNOVASYON VE FİKRİ MÜLKİYET YÖNETİMİ LTD. ŞTİ.

BEŞİKTAŞ İSTANBUL

TEL: 212 341 17 95 MOBİL: 542 341 17 95 FAX: 212 341 17 96

Kordinat.com.tr