



Czy możesz zrobić pieniądze na swoim pomysłe lub wynalazku?

Nowe pomysły są niezbędne dla postępu w biznesie. Wynalazcy mają jednak duże problemy z uzyskaniem niezbędnego wsparcia finansowego i organizacyjnego, które potrzebne jest dla wprowadzenia w życie ich pomysłów.

Niniejsza publikacja skierowana jest do ludzi z pomysłami, do wynalazców i do pomysłowych właścicieli małych firm. Opisuje ona testy, przez które musi przejść każdy pomysł, zanim zacznie robić pieniądze.

Masz pomysł? Znakomicie!

A więc masz pomysł na wynalazek lub nowy sposób robienia czegoś, który zwiększy produktywność, da zatrudnienie większej ilości ludzi, a także zrobi mnóstwo pieniędzy dla ciebie i tych, którzy cię popierają? Prawdopodobnie słyszałeś już, że jesteś osobą, której potrzebuje nasz kraj aby utrzymać wysoki standard życia i aby móc konkurować na rynkach światowych. Jesteś pionierem przyszłości.

Jesteś jednym z tych ludzi, od których zawsze zależał postęp. Wszyscy wiemy, że to nie wielkie korporacje wymyśliły wynalazki, które zrewolucjonizowały nasze życie. Wynalazca penicyliny, Sir Alexander Flemming, powiedział, "to samotny pracownik robi pierwszy krok w stronę postępu: detale mogą być później wyregulowane przez grupę, lecz główna idea zależy od przedsiębiorczości, myśli i obserwacji osoby indywidualnej." Wynalazcy, tacy jak ty, są źródłem żywotności biznesu.

Właściciele firm, którzy założyli je na bazie nowych pomysłów, znają z pierwszej ręki proces wynalazczy. Wiedzą oni także, czego możesz się spodziewać.

Masz pomysł? Co z tego?

Po pierwsze, szansa że jesteś pierwszym, który zrobił ten właśnie wynalazek, jest bardzo niska lub wręcz zerowa. Po drugie, nawet jeśli wymyśliłeś lepszą pułapkę na myszy, nikt - nikt - nie przyjdzie do twych drzwi z prośbą o ten produkt. Tak naprawdę, w miarę jak będziesz starał się znaleźć inwestorów, zdepczesz buty chodząc od drzwi do drzwi innych ludzi. Jest wielkie prawdopodobieństwo, że zabraknie ci cierpliwości, a przy okazji zużyjesz kilkadziesiąt chustek od wycierania łez.

Czemu jest tak trudno znaleźć poparcie dla swoich idei? Jeden z konsultantów odpowiedział na to w ten sposób: "nikt nie chce niesprawdzonych idei. Nikt nie chce być pierwszy. Każdy chce być drugi." Skąd bierze się ten strach przed nowym?

Konserwatywne oceny wskazują, że 50% do 80% nowych produktów wprowadzanych na rynek spotyka niepowodzenie. Badania przeprowadzone w wielkich firmach, mających miliony dolarów na badania rozwojowe, badania rynkowe, komercjalizację i posiadających dobrze rozwinięte systemy dystrybucji wskazały, że z 58 wewnętrznych propozycji tylko 12 przeszło przez wstępny przesiew. Spośród tych 12, tylko jeden nowy produkt odniósł sukces.

Inna grupa, założona w celu pomocy wynalazcom, stwierdziła, że z każdych 100 przedstawionych idei, 85 miało zbyt wiele wad aby się nimi warto było zajmować. Idee te mogły być od razu wyeliminowane. Z pozostałych 15, może pięć dojdzie do stadium produkcji. Tylko jedna spośród nich być może — zaledwie być może — zrobi pieniądze.



Szansa, że twoja idea stanie się sukcesem w sensie monetarnym, jest mniej więcej 1 na 99. Czy powinieneś więc dziwić się, że twój pomysł spotyka się z brakiem zainteresowania? Ludzie — firmy, inwestorzy, wszyscy — są konserwatywni, jeżeli chodzi o wydawanie pieniędzy. Idee są zaś ryzykowne.

Czy znaczy to, że powinieneś zarzucić swój pomysł? Oczywiście, że nie. Znaczy to po prostu, że zaczynasz widzieć, co miał na myśli Thomas Edison, gdy powiedział: "geniusz to jeden procent inspiracji i dziewięćdziesiąt dziewięć procent potu."

Ci spośród was, którzy są właścicielami małych firm, rozpoczętych na bazie innowacji, zdają sobie dobrze sprawę z prawdziwości słów Edisona. Przeszli przez dużo ciężkiej pracy.

Czy możesz wykorzystać swój pomysł?

Choć najważniejszym krokiem jest wymyślenie tej wspaniałej idei, jest to jednak tylko pierwszy krok. Do sukcesu jest jeszcze daleka droga.

Trzeba będzie wiele zrobić, zanim otrzymasz pierwszego dolara za swój wynalazek lub pomysł. Bądź przygotowany na przykrą niespodziankę, że koniec twojej idei może nadejść dużo wcześniej, niż punkt w którym zaczniesz robić na niej pieniądze.

Jako absolutne minimum, idea twoja będzie musiała przejść przez następujące testy:

- Czy jest to idea oryginalna, czy ktoś inny już ją wcześniej wymyślił?
- Czy ktoś może ją produkować i prowadzić dystrybucję, jeśli jest to wynalazek lub produkt tego typu, albo stosować ją, jeśli jest to innowacja marketingowa, nowe zastosowanie istniejącego produktu lub tym podobne?
- Czy rzeczywiście będą z tego pieniądze? (Czy ktoś to kupi?)
- Czy jesteś w stanie swoją ideę ochronić?

Jest to naprawdę skromna lista wymagań. Problemy powstają w rezultacie dziesiątków podstawowych pytań, na które trzeba odpowiedzieć zanim można zacząć rozwiązywać istotne sprawy. Poniżej, jako przykład, jest lista 33 czynników, które mają wpływ na każdą ideę, a to w celu ustalenia, czy ma ona sens z komercyjnego punktu widzenia:

Status prawny	Stan rozwoju
Bezpieczeństwo	Koszta inwestycyjne
Wpływ na środowisko naturalne	Trend popytu
Wpływ na społeczeństwo	Potencjał dla stworzenia linii produktów
Potencjalny rynek	Potrzeba
Cykl życiowy produktu	Reklama
Nauka użytkowania	Wygląd
Widoczność produktu	Cena
Serwis	Ochrona



Trwałość	Okres zwrotu inwestycji
Nowa konkurencja	Zyskowność
Funkcjonalność	Współzależność w odniesieniu do innych produktów
Sens podejmowania produkcji	Badania rozwojowe
Stabilność zapotrzebowania	Potencjalna suma sprzedaży
Kompatybilność z użytkownikiem	Istniejąca konkurencja
Badania rynkowe	Postrzegana funkcjonalność
Dystrybucja	

Nie jest to krótka lista. Zignorujmy jednak na razie powyższe 33 punkty i skoncentrujmy się na czterech głównych pytaniach.

Czy twoja idea jest oryginalna?

Oczywiście, jeżeli ktoś już wymyślił i produkuje równie dobry albo lepszy produkt, nie ma sensu zajmować się podobnym pomysłem. Traciłbyś tylko czas i pieniądze.

Odpowiedzi na to pytanie można szukać w wielu miejscach. Jeśli twoja idea dotyczy produktu konsumpcyjnego, sprawdź w sklepach i katalogach. Sprawdź w stowarzyszeniach handlowych i publikacjach specjalistycznych w dziedzinie, do której należy twój wynalazek. Odwiedź targi handlowe związane z twoją ideą. Zajrzyj do prasy biznesowej i popularnej.

Nie bój się pytać ludzi z danej branży, czy kiedykolwiek słyszeli o czymś przypominającym twój pomysł. W stadium czystej idei jest mało prawdopodobne, aby ktoś ukradł twój pomysł: cała ciężka praca byłaby jeszcze przed nim. Ponadto, możesz zadawać pytania natury ogólnej i zachowywać szczegóły dla siebie, jeżeli obawiasz się, że idea może zostać skradziona. Prawa patentowe w ważnych krajach mogą znaleźć się w niebezpieczeństwie na skutek niekontrolowanego podawania informacji przed złożeniem podania o patent w Stanach Zjednoczonych.

Oczywiście, jeśli twój pomysł jest wynalazkiem lub ideą, która może być wyrażona w formie możliwej do opatentowania, w końcu będziesz musiał zamówić przeszukiwanie patentów. Możesz to zrobić już w tym wczesnym stadium, jednak lepszym pomysłem jest wstrzymanie się aż przyjrzyj się swojemu pomysłowi w świetle poniższych dwóch pytań.

Jak będzie wynalazek produkowany i rozprowadzany?

Pierwszą myślą, jaka przychodzi do głowy wielu wynalazcom, jest przedstawienie ich pomysłu wielkiej, ogólnokrajowej firmie. Myślą oni, że wystarczy dostarczyć wspaniałej idei, a gigant poradzi sobie z detalami. W końcu ogólnokrajowa firma ma pieniądze, moce produkcyjne i wiedzę marketingową aby popchnąć ten wspaniały, pewny wynalazek do przodu.

Niestety, wielkie firmy nie są prawie nigdy zainteresowane wynalazkami pochodzącymi z zewnątrz. Czy jest tak dlatego, że technologie z zewnątrz widziane są jako "ryzyko, niebezpieczeństwo", lub po prostu dlatego, że wielkie korporacje potrzebują potencjalnego rynku



mierzzonego w dziesiątkach milionów dolarów, nie ma znaczenia. Faktem jest, że sprzedanie swojego pomysłu wielkiej firmie ma szansę powodzenia około 1 na 100 000.

Z drugiej strony, możesz być w stanie wyprodukować niektóre rzeczy samemu, pracując w domu i sprzedając je drogą pocztową. Metoda ta może być dobra na początek, jednak po pewnym czasie możesz stwierdzić, że masz już dość trzymania 200 000 lepszych pułapek na myszy we własnej sypialni.

Z pewnością, jeżeli możesz założyć (lub już założyłeś) własną firmę, będzie to dla ciebie lepsze. Łatwiej jest sprzedać firmę niż patent, nawet jeżeli firma przynosi straty.

Wielu potencjalnych nabywców lepiej rozumie funkcjonowanie firmy, niż technologię wynalazku. Biznesmeni zazwyczaj patrzą na możliwości zysków i strat z innej perspektywy niż wynalazcy.

Wielu takich biznesmenów stosuje metodę, którą jeden z wynalazców nazwał „teorią ekonomiczną *tak czy tak*”. Fabrykę mamy *tak czy tak*. Sprzedawców mamy *tak czy tak*. Reklamujemy się *tak czy tak*. Jesteśmy mądrzejsi *tak czy tak*. Biznesmeni wiedzą również, że zanim przyjdzie pora kupowania firmy, problemy technologiczne będą już po największej części uregulowane i firma będzie posiadała klientów.

Pomiędzy dwoma biegunami - rozpoczynaniem działalności gospodarczej na własną rękę, a sprzedażem się wielkiemu biznesowi - znajduje się zasada przedstawienia swojego pomysłu małym i średnim firmom. Wiele małych firm zainteresowanych jest produkowaniem ilości towaru, która byłaby zbyt mała dla wielkich przedsiębiorstw. Prawdą jest, że małe firmy mogą nie mieć doświadczenia w marketingu i dystrybucji, które charakteryzuje większe firmy. Ważniejsze jest jednak w tym punkcie, abyś zrobił pierwszy krok.

Czy pomysł twój robi pieniądze?

O to wszyscy się martwią. To tutaj pojawia się ryzyko, które sprawia, że tak trudno jest zainteresować ludzi twoim wynalazkiem.

Na pytanie to nie sposób odpowiedzieć z całą pewnością. W końcu wielkie firmy, nawet po przeprowadzeniu wielkich badań rynkowych, ciągle napotykać na niepowodzenia. Pamiętacie nieudany model Forda Edsela? Jednak z drugiej strony, czasem pomysły w oczywisty sposób tak głupie, że przypominają żart, robią miliony. Czy nie chciałbyś wymyślić kamień-zwierzaka do głaskania?

Wiele czynników musi zostać wziętych pod uwagę, aby móc odpowiedzieć na to pytanie. Czy istnieje rynek? Gdzie jest rynek? Czy jest on skoncentrowany czy rozszany? Czy rozmiar rynku może się nagle zmienić? Czy przepędzi cię konkurencja? Pytania te to nie wszystko. Jednak danie odpowiedzi na pytanie o pieniądze ku zadowoleniu potencjalnych inwestorów jest kluczem do odpowiedzi na następne pytania.

Czy możesz zapewnić swojemu pomysłowi ochronę?

Gdy stwierdziłeś mniej więcej, że pomysł jest oryginalny, a produkcja, dystrybucja i sprzedaż są możliwe, przychodzi pora na zapewnienie ochrony swojemu pomysłowi. Wygląda na to, że wreszcie coś się zaczęło.

Jeśli masz coś, co może zostać opatentowane, pora spróbować dać temu ochronę poprzez prawa patentowe. Poniżej wyliczone są pokrótce kroki, które należy podjąć:



Zamów broszurę informacyjną o patentach, dostępną poprzez Kanadyjskie Biuro Własności Intelektualnej (Canadian Intellectual Property Office - CIPO). Numer telefonu biura można znaleźć w sekcji rządowej książki telefonicznej. Poza tym, albo jako alternatywa, możesz poszukać w miejscowej bibliotece publicznej publikacji na temat patentów.

Skontaktuj się z organizacją taką, jak na przykład Rada Naukowa (Research Council), aby zrobili poszukiwania znane pod nazwą "State of the Art". Jest to rodzaj przeszukiwania patentów, które nie jest ani tak dokładne, ani nie sięga tak daleko w przeszłość, jak właściwe przeszukiwanie patentowe, może ono jednak być punktem wyjścia do dalszych działań. Jeśli masz zamiar kontynuować działania, bądź przygotowany na konieczność podania w miarę dokładnego opisu wynalazku i jego zastosowania, aby ten dokładny opis mógł być przekazany do Kanadyjskiego Biura Własności Intelektualnej Ministerstwa Przemysłu.

Skontaktuj się z rzecznikiem lub agentem patentowym, aby przedyskutować szczegóły przeprowadzenia procesu patentowego i potencjalne koszty z tym związane. Biuro Patentowe może przyjąć podanie o patent tylko od wynalazcy lub od autoryzowanego agenta lub rzecznika patentowego. Powinieneś dobrze rozważyć zalety i wady składania podania samemu lub skorzystania z usług profesjonalistów, którzy mają doświadczenie w tej dziedzinie.

Posiadanie patentu nie oznacza całkowitej ochrony. Co ciekawe, w trakcie jednego z badań stwierdzono, że w ponad 70% procesów sądowych o naruszenie patentu wniesionych przez posiadaczy patentów, sąd uznał właśnie patenty za nieważne.

Obrona patentu może być bardzo kosztowna. Jednak jeśli nie posiadasz patentu, szansa sukcesu przy próbach ochrony swojego wynalazku bliska jest zeru.

Same pomysły lub sugestie nie mogą być opatentowane. Niektóre z nich możesz wyrazić w formie możliwej do opatentowania, lecz z pozostałymi zostajesz sam na sam. Skonsultuj się z agentem lub rzecznikiem patentowym aby dowiedzieć się więcej o klasach własności intelektualnej, które można opatentować.

- Powiedzmy, że wymyśliłeś wspaniały sposób na sprzedawanie większej ilości produktów Firmy A. Pozostawiając na razie na boku możliwość, że Firma A nie będzie w ogóle zainteresowana, jak możesz podejść do nich ze swoim pomysłem aby mieć pewność, że nie użyją twojego pomysłu, nie zapłaciwszy ci za to ani centa?

Prawdopodobnie najlepszym sposobem jest napisać do nich list mówiący, że masz pomysł na promocję ich produktu (lub coś innego). Bez podawania szczegółów, zaproponuj, że wyślesz im go. Załącz do listu deklarację, którą powinien podpisać przedstawiciel Firmy A i zwrócić ci, stwierdzającą, że jeśli firma chce poznać szczegóły twojego planu, nie poda ich do publicznej wiadomości, ani nie użyje twojego planu bez zapłacenia ci odpowiedniego wynagrodzenia (które będzie do wynegocjowania). Najprawdopodobniej firma odpowie, że dziękuje lub że nie może nic obiecać, zanim nie zobaczy szczegółów pomysłu, jest to jednak jedyna możliwość, jaką masz.

Czy jest nadzieja?

Każda część niniejszej publikacji wydaje się być wypełniona złymi wiadomościami, ale przecież publikacja nie zrobiłaby nic dobrego, przedstawiając fałszywe nadzieje. Zasadnicza idea jest taka: musisz być więcej niż wynalazcą, aby zrobić pieniądze na wynalazku lub innowacji.



Wiele małych firm było od początku na przegranej pozycji z powodu fałszywych nadziei. Niektórzy z was, prowadzący już rosnące firmy, uniknęli już pustych nadziei w innych sferach biznesu. Musicie unikać ich również w sferze innowacji.

Czego szukają ludzie, którzy potencjalnie mogą poprzeć idee i innowacje? Jeśli poczytacie na ten temat, napotkacie wiele komentarzy takich jak:

- Chcemy człowieka przedsiębiorczego, kogoś kto nie tylko może wymyślić produkt, lecz także znaleźć źródło kapitału i sposób na wprowadzenie produktu na rynek.
- Lepiej mieć średniej klasy nowy produkt i wysokiej klasy menedżera, niż na odwrót.
- Zarządzanie jest najważniejszym elementem sukcesu wynalazku.

Edison był nie tylko geniuszem wynalazku. Był on też geniuszem promocji, reklamy, zdobywania kapitału, geniuszem, widzącym potencjalne rynki dla swoich pomysłów.

Czy kiedykolwiek słyszeliście o człowieku, który nazywał się Joseph Swan? Jest wiele mocnych argumentów, wskazujących na to, że wynalazł on światło elektryczne na osiem miesięcy przed Edisonem. Ale kto uzyskał patenty? Kto wprowadził żarówkę na rynek? Edison. Kto wynalazł żarówkę elektryczną? Edison.

Niewielu z nas może równać się z Edisonem. Możemy mieć wspaniałe pomysły co do produktów, ale zazwyczaj nie jesteśmy wystarczającej wiedzy, nie mówiąc już o byciu ekspertami, we wszystkich dziedzinach, jakimi należy się zająć. Potrzebujemy pomocy.

Gdzie możesz zwrócić się o pomoc?

Prawdopodobnie będziesz musiał włożyć samemu wiele pracy, ale możesz uzyskać pomoc choć w części. Nawet Edison korzystał z pomocy.

Rzecznicy i agenci patentowi

Rzecznicy i agenci mogą pomóc ci przy przeszukiwaniu patentów i składaniu podań, jeśli nie możesz zrobić tego sam. Można ich znaleźć w części handlowej książki telefonicznej pod hasłem "Patents."

Firmy promujące wynalazki

Również w części książki telefonicznej zatytułowanej "Patents" znajdują się firmy, oferujące - za opłatą - zrobienie całej roboty, związanej z ochroną i promocją twojej idei. Stosunki z takimi firmami wymagają jednak ostrożności.

Jeśli zdecydujesz się korzystać z usług firmy, promującej wynalazki, upewnij się że:

- firma ta może wykazać się wiarygodnymi danymi co do jej działalności w przeszłości - nie tylko paroma błyskotliwymi historiami. Wymagaj możliwych do sprawdzenia danych statystycznych co do liczby klientów firmy, a także ilu z tych klientów rzeczywiście zrobiło pieniądze na swoim wynalazku;
- nie pobiera całej opłaty z góry;
- zapewni próbki materiałów promocyjnych i listę firm, do których te materiały zostały wysłane. (Z kolei skontaktuj się samemu z tymi firmami, w celu sprawdzenia;)
- sprawdź renomę firmy w Better Business Bureau, Izbie handlu, u agenta patentowego, lub w lokalnym klubie wynalazców.



Brokerzy wynalazków

Brokerzy pracują za część zysków z wynalazku. Mogą oni pomóc wynalazcom zdobyć kapitał i założyć firmę aby produkować oraz wprowadzać na rynek wynalazek. Często brokerzy oferują doradztwo marketingowe na wysokim poziomie. Jako zasada, możesz spodziewać się, że brokerzy będą zainteresowani bardziej zaawansowanymi technologiami o dość dużym potencjale sprzedaży.

Uniwersyteckie centra innowacji/wynalazków/przedsiębiorczości

Centra te, po części fundowane przez Krajową Radę Badań Naukowych (National Research Council Canada), wyglądają dość obiecująco jako źródło pomocy dla wynalazców. Jako przykład, najlepiej znane z nich, przy Uniwersytecie Waterloo, oferuje ewaluację pomysłu za bardzo niewielką opłatą. Centrum dokonuje tej ewaluacji w odniesieniu do 33 kryteriów (wymienionych wcześniej). Ma to na celu pomoc w eliminacji złych pomysłów, aby wynalazcy nie tracili na nie więcej czasu i pieniędzy.

Centrum znajduje również słabe punkty, wymagające specjalnej uwagi przy planowaniu badań rozwojowych i komercjalizacji potencjalnego nowego produktu. Jeśli pomysł wygląda na dobry i ma szansę na powodzenie komercyjne, Centrum próbuje skontaktować wynalazcę z solidnymi firmami lub kieruje go do źródeł finansowania.

Wydział Małych Firm przy Prowincjonalnym Biurze Rozwoju Ekonomicznego

Wydział Małych Firm (Small Business Branch) może dostarczyć informacji na temat badań rynkowych, analiz rentowności oraz pomoc przy planowaniu niezbędną dla sukcesu wynalazku.

Lokalne biura Wydziału Małych Firm mogą udzielić ci informacji na temat programów rządowych. Możesz też znaleźć inne formy pomocy w dziedzinie zarządzania, które pomogą ci w zrealizowaniu twojej idei.

Kluby wynalazców/Związki/Towarzystwa

Kluby takie mogą istnieć w twoim mieście. Będziesz tam mógł dzielić się doświadczeniami z ludźmi bliskimi ci duchem i uzyskać dobre porady, ewaluacje po niskich kosztach i inne formy pomocy.

Prawdopodobnie jedną z najbardziej pomocnych rzeczy, jakie możesz zrobić, jest kontakt z innymi wynalazcami. Znajdź kogoś, kto przeszedł przez całą drogę, poprzez uzyskanie patentu, badania rozwojowe i wszystkie stadia finansowania. Nie ma znaczenia, czy efektem końcowym był sukces czy niepowodzenie. Ważne jest, aby zapoznać się z detalami procedury.

Czy brak ci realizmu co do własnych szans?

Jeśli przeczytałeś tę publikację i nadal myślisz, że możesz zrobić pieniądze na swojej idei, niektórzy uznaliby, że nie zrozumiałeś tego co czytasz. Jeśli nadal, po przyjrzeniu się wszystkim przeszkodom i niskim szansom, wierzysz w swój pomysł, brak ci realizmu.

I właśnie tak powinno być. Jesteś w dobrym towarzystwie.

Jak stwierdził George Bernard Shaw, cały postęp jest efektem działań ludzi, którym brak realizmu. Ludzie, posiadający realizm, dostosowują się do świata, który ich otacza; ludzie, którym brak realizmu, starają się świat ten zmienić.



Ośrodek Usług Biznesowych Kanada-Ontario (The Canada-Ontario Business Service Centre, COBSC/CSECO) udziela informacji w zakresie biznesu w oficjalnych językach Kanady: w języku angielskim i francuskim. Kopie niektórych z naszych najbardziej użytecznych dokumentów zostały przetłumaczone dla dogodności na inne języki. W celu otrzymania dodatkowych informacji w zakresie biznesu prosimy telefonować pod numer 1-888-576-4444, gdzie można porozmawiać z urzędnikiem COBSC/CSECO udzielającym informacji.