



# Uzņēmējdarbības idejas

Intelektuālā īpašuma  
rokasgrāmata jaunuzņēmumiem

Intelektuālais īpašums  
uzņēmējdarbībai,  
6. sērija



Patentu valde



## Publikācijas

### “Intelektuālais īpašums uzņēmējdarbībai” sērijās

#### **1.Preču zīmes izstrāde:**

ievads preču zīmju un zīmolu zinībās  
maziem un vidējiem uzņēmumiem.  
WIPO publikācija Nr. 900.1.

#### **2.Labs izskats:**

ievads dizainparaugu zinībās maziem un vidējiem uzņēmumiem.  
WIPO publikācija Nr. 498.1.

#### **3.Nākotnes veidošana::**

ievads patentu zinībās maziem un vidējiem uzņēmumiem.  
WIPO publikācija Nr. 917.1.

#### **4.Radošā izpausme:**

ievads autortiesībās un blakustiesībās maziem un  
vidējiem uzņēmumiem.  
WIPO publikācija Nr. 918.

#### **5.Labā sabiedrībā::**

intelektuālā īpašuma jautājumu pārvaldīšana franšīzē.  
WIPO publikācija Nr. 1035.

#### **6.Uzņēmējdarbības idejas:**

intelektuālā īpašuma rokasgrāmata jaunuzņēmumiem.  
WIPO publikācija Nr. 961.



# Uzņēmējdarbības idejas

Intelektuālā īpašuma rokasgrāmata  
jaunuzņēmumiem



Tulkojums uz latviešu valodu © Patentu valde, 2022

Attiecinājuma 4.0 Starptautiskā licence (CC BY 4.0)

Patentu valde,  
Citadeles iela 7/70, Rīga, LV-1010  
pasts@lrpv.gov.lv  
+371 67099600

Oriģināls izdots angļu valodā © Pasaules intelektuālā īpašuma organizācija (WIPO)  
© WIPO, 2021

Šī publikācija ir rokasgrāmatas tulkojums un pielāgošana, ko sākotnēji izstrādāja un radīja pieejamu saskaņā ar Creative Commons licenci, kuru izdeva Pasaules intelektuālā īpašuma organizācija (WIPO). Lai skatītu šīs licences kopiju, lūdzu, apmeklēt sekojošu vietni:  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

WIPO birojs neuzņemas nekādu atbildību vai līdzdalību oriģinālā teksta pārveidošanā un tulkošanā.

Rokasgrāmatas tulkojumu un pielāgošanu Latvijas tirgum veica Jevgeņijs Fortūna, profesionāls patentpilnvarnieks un SIA "Skrivanek Baltic".  
Vizuālo noformējumu veidoja Elīna Gaile, Patentu valde

Tulkojums ir pieejams tikai elektroniski Patentu valdes un WIPO tīmekļa vietnē.

# Satura rādītājs

|   |           |  |           |
|---|-----------|--|-----------|
| Akronīmi  | 5         | <b>Citi stratēģiski IĪ izmantošanas veidi</b>        | <b>37</b> |
| <b>Ievads</b>   | <b>6</b>  | Licencēšana  | 38        |
| Rokasgrāmatā aplūkotās jomas                                | 7         | Tiesību nodošana                                     | 41        |
| Kas ir intelektuālais īpašums?                              | 7         | Piekļuve finansējumam                                | 41        |
| Jaunuzņēmums, kas ģenerē IĪ, un jaunuzņēmums, kas patērē IĪ | 10        | Palielināt jaunuzņēmuma vērtību                      | 46        |
| Izpratne par tehnoloģiju gatavības līmeni (TRL)             | 10        | Piesaistīt partnerus un līdzstrādniekus              | 49        |
| Uzņēmējdarbības modelis un biznesa plāns                    | 13        | <b>Risku pārvaldīšana</b>                            | <b>51</b> |
| <b>Jūsu jauninājumu aizsardzība</b>                         | <b>15</b> | Precizēt īpašumtiesības un lietošanas tiesības       | 52        |
| Patentu tiesību iegūšana                                    | 16        | Rīcības brīvība (FTO)                                | 54        |
| Komercnoslēpumu aizsardzības nodrošināšana                  | 19        | Nepieļaut laika un resursu tērēšanu                  | 56        |
| Autortiesību aizsardzība                                    | 19        | <b>IĪ datubāzu izmantošana</b>                       | <b>58</b> |
| <b>Kā jūsu produktu izcelt tirgū</b>                        | <b>21</b> | Patentu datubāzes                                    | 59        |
| Preču zīmju tiesību iegūšana                                | 22        | Preču zīmju un dizainparaugu datubāzes               | 62        |
| Domēna vārdi  | 24        | Autortiesības  | 63        |
| Dizainparaugu tiesību iegūšana                              | 25        | Domēna vārdi   | 63        |
| <b>Starptautiskie tirgi</b>                                 | <b>27</b> | <b>IĪ audits</b>                                     | <b>64</b> |
| Patentu tiesību pieteikšana citās valstīs                   | 28        | <b>1. pielikums: Pakalpojumu sniedzēji</b>           | <b>68</b> |
| Preču zīmju tiesību pieteikšana citās valstīs               | 32        | Biznesa enģeļi                                       | 69        |
| Dizainparaugu tiesību pieteikšana citās valstīs             | 34        | Akceleratori   | 69        |
| Autortiesību aizsardzības iegūšana citās valstīs            | 36        | Riska kapitāla fondi                                 | 69        |
|   |           | Inkubatori   | 70        |
|   |           | Tehnoloģiju pārneses centri (TPC)                    | 70        |
|   |           | Valdības, NVO un starptautiskās atbalsta programmas. | 70        |
|   |           | <b>2. pielikums. Resursi</b>                         | <b>71</b> |



# Akronīmi

|       |   |
|-------|---|
| API   | Lietojumprogrammas saskarne                         |
| ASPI  | Piekļuve specializētai patentu informācijai         |
| ARIPO | Āfrikas Reģionālā intelektuālā īpašuma organizācija |
| B2B   | Uzņēmums uzņēmumam                                  |
| BOIP  | Beniluksa valstu Intelektuālā īpašuma pārvalde      |
| ccTLD | Valsts koda augstākā līmeņa domēns                  |
| CPC   | Kooperatīvā patentu klasifikācija                   |
| CRM   | Klientu attiecību pārvaldība                        |
| EUIPO | Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs      |
| FFF   | Draugi, ģimene un muļķi                             |
| FTO   | Rīcības brīvība                                     |
| gTLD  | Vispārējs augstākā līmeņa domēns                    |
| ICANN | Piešķirto nosaukumu un numuru interneta korporācija |
| IĪ    | Intelektuālais īpašums                              |
| IPC   | Starptautiskā patentu klasifikācija                 |
| LP    | Ierobežots partneris                                |
| NASA  | Nacionālā aeronautikas un kosmosa administrācija    |
| OAPI  | Āfrikas Intelektuālā īpašuma organizācija           |
| OEM   | Oriģinālā aprīkojuma ražotājs                       |
| PCT   | Patentu kooperācijas līgums                         |
| R&D   | Pētniecība un attīstība                             |
| RUL   | Atlikušais lietderīgas izmantošanas laiks           |
| SDK   | programmatūras izstrādes komplekts                  |
| SHA   | Dalībnieka līgums                                   |
| TISC  | Tehnoloģiju un jauninājumu atbalsta centri          |
| TLD   | Augstākā līmeņa domēns                              |
| TRL   | Tehnoloģiju gatavības līmenis                       |
| TTO   | Tehnoloģiju pārneses birojs                         |
| UDRP  | Vienotu domēna vārdu strīdu izšķiršanas politika    |
| VC    | Riska kapitāls                                      |
| WIPO  | Pasaules intelektuālā īpašuma organizācija          |



# levads



## Rokasgrāmatā aplūkotās jomas

Veiksmīga uzņēmuma dibināšanu bieži var izsekot līdz vienai labai idejai. Šī ideja, iespējams, veica garu un sarežģītu ceļu no laboratorijas līdz tirgum un izdzīvoja, kad citas labās idejas tika atmestas, jo līdzīgi produkti jau pastāvēja, tie nebija pievilcīgi tirgū vai tie maksāja vairāk, nekā tirgus varētu izturēt. Intelektuālā īpašuma (IĪ) sistēmai ir svarīga loma visā šajā ceļojumā. Tāpēc uzņēmuma IĪ ir pilnībā jāintegrē uzņēmuma uzņēmējdarbības stratēģijā un jāatbalsta tā.

IĪ sistēma ļauj novatoriem kontrolēt savu jauninājumu likteni. IĪ tiesības ļauj aizsargāties pret atdarinātājiem un ļauj uzņēmumiem izveidot atšķirīgu identitāti, lai stiprinātu savu klātbūtni tirgū. Laba IĪ pārvaldības prakse ir aktuāla visā uzņēmuma dzīves ciklā, jo tas tiek izveidots, paplašināts, meklē ieguldītājus, sadarbojas ar partneriem un līdzstrādniekiem, kā arī pieņem darbā darbiniekus. IĪ ir aktuāls arī tad, kad jaunuzņēmumus iegādājas citi uzņēmumi vai kad tie diemžēl bankrotē. IĪ sistēma ir arī svarīgas tehniskās un biznesa informācijas avots, kas ir nenovērtējams, lai pieņemtu apzinātus lēmumus visā uzņēmuma dzīves ciklā.

Jaunuzņēmumiem ir jāapzinās, ka IĪ sistēma var palīdzēt ne tikai konkurētspējas stiprināšanā, bet arī risku pārvaldībā. Jaunuzņēmums, kas ignorē IĪ, var pārkāpt citu personu intelektuālā īpašuma tiesības, tam var tikt liegta piekļuve domēna vārdiem, kurus jau aizņem citi, vai zaudēt galvenos aktīvus citiem uzņēmumiem, kas pirmie piesakās aizsardzībai. Šādas kļūdas var būt liktenīgas.

Šajā publikācijā ir sniegti norādījumi, kā jaunuzņēmumi var izmantot IĪ sistēmu, lai saglabātu konkurētspēju un izprastu riskus, kas var rasties, ja tā tiek ignorēta. Tā ir vērsta uz jaunuzņēmumu, kas cenšas ieviest tirgū novatorisku, uz tehnoloģijām balstītu risinājumu, taču principiem ir jābūt arī tikpat noderīgiem jaunuzņēmumiem, kas nebalstās uz tehnoloģijām, bet kuriem ir jauna tirgvedības ideja, kas atbilst tirgus nišai vai nodrošina novatorisku pakalpojumu. IĪ sistēmai ir ko piedāvāt katram jaunuzņēmumam, lai gan dažiem vairāk nekā citiem.

## Kas ir intelektuālais īpašums?

Plašākā nozīmē IĪ attiecas uz prāta radītajiem darbiem. Šādi darbi likumā ir atzīti par īpašumu, kas var piederēt radītājam, ja tiek izpildīti likumā noteiktie nosacījumi. Valstis starptautiskajos līgumos ir izvērsti vienojušās, kādi ir šie nosacījumi, lai gan pastāv atšķirības to interpretācijā un šo tiesību piemērošanā. Aplūkojot prāta radītos darbus, runājam par jaunām produktu idejām, jauniem darbības veidiem, pievilcīgu dizainu, atšķirīgiem komercapzīmējumiem, kā arī mūzikas mākslas un tēlotājmākslas darbiem. Būtībā tās ir nemateriālas lietas, jo nevaram pieskarties, satvert vai redzēt ideju, lai gan varam pieskarties, paturēt rokās vai izjust tās izpausmi. Šāda īpašuma netveramība rada trūkumus un priekšrocības, kas ir unikālas. Tā kā idejas ir nemateriālas, ir grūti neļaut citiem tās piesavināties un atveidot; tomēr daudzi cilvēki var vienlaikus izmantot idejas, tās neizsmelot un nemazinot to kvalitāti. Piemēram, ja runa ir par dziesmu. Man var būt grūti neļaut citai personai kopēt manis rakstīto dziesmu, taču vienlaikus daudzi cilvēki var baudīt manu dziesmu.



Ī likumi nodrošina ideju taustāmību, ļaujot radītājiem iegūt īpašumā savas novatoriskās idejas un radošo rezultātu, ja tiek izpildīti juridiskie kritēriji.

Kad ideja sasniedz punktu, kurā ir sagaidāms, ka tā kļūs par pamatu produktam vai pakalpojumam ar komerciālu potenciālu, ir svarīgi pēc iespējas ātrāk apsvērt, kā Ī varētu atvieglot tās ceļu uz tirgu. Turpmāk īsi aprakstīti attiecīgie Ī rīki.

## Patenti

Patents ir izņēmuma tiesības, ko valdība piešķir izgudrojumam, kas ir jauns, kam ir izgudrojuma līmenis un kas ir rūpnieciski izmantojams. Tas piešķir tā īpašniekam likumīgas tiesības izslēgt vai neļaut citiem izstrādāt, izmantot, piedāvāt pārdošanai, pārdot vai importēt produktu vai paņēmienu, kura pamatā ir patentētš izgudrojums.

Patentu piešķir nacionālā patentu iestāde (Patentu valde) vai reģionālā patentu iestāde, kas pārstāv valstu grupu. Tas ir derīgs ierobežotu laiku, parasti līdz 20 gadiem no pieteikuma iesniegšanas dienas, ja patenta īpašnieks nekavējoties samaksā nodevas, kas ir jāsamaksā, lai patents paliktu spēkā. Patents ir teritoriālas tiesības, kas aprobežojas ar attiecīgās valsts vai reģiona ģeogrāfiskajām robežām. Apmaiņā pret patenta tiesību piešķiršanu patenta pieteicējiem ir jāiesniedz sīks, precīzs un pilnīgs sava izgudrojuma rakstveida apraksts.<sup>2</sup> Patentu dokumentus (patentu pieteikumus un/vai piešķirtos patentus) publicē patentu valdes visā pasaulē, un tās ir galvenais patentu informācijas avots. Tādējādi publiskās patentu kolekcijas un komerciālās patentu datubāzes ir būtisks un bieži vien unikāls tehniskās informācijas avots, jo daudzi saistītie izgudrojumi netiek publicēti zinātniskajā literatūrā.

## Komercnoslēpumi

Komercnoslēpums ir jebkura informācija, kas uzņēmumam ir komerciāli vērtīga, ciktāl tā tiek turēta noslēpumā. Vispārīgi runājot, par komercnoslēpumu var uzskatīt jebkuru informāciju, sākot ar tehniskajām zināšanām un klientu sarakstiem līdz finanšu informācijai un tirgvedības stratēģijām utt. Komercnoslēpumus bieži raksturo kā aisbergu, kura redzamā daļa ir patenti. Jaunuzņēmumā var būt milzīgs konfidenciālas informācijas krājums, daļa tās potenciāli patentējama, un visa šī informācija, ja tā tiek turēta noslēpumā, varētu tikt kvalificēta un aizsargāta kā komercnoslēpums. Jaunuzņēmums stratēģisku iemeslu dēļ var nolemt paturēt savu patentējamo informāciju noslēpumā, jo, lai pieteiktos patentam, šī informācija būs jāpublisko. Informācija, kas ir izpausta patenta pieteikuma gaitā vai citu iemeslu dēļ, vairs nav kvalificējama kā komercnoslēpums.

## Autortiesības

Autortiesību likums piešķir autoriem, komponistiem, datorprogrammētājiem, vietņu dizaineriem un citiem veidotājiem juridisku aizsardzību viņu literārajai, mākslinieciskajai, dramaturģiskajai vai cita veida jaunradei, ko parasti dēvē par "darbiem". Autortiesību likums aizsargā plašu oriģināldarbu klāstu, tostarp grāmatas, žurnālus, laikrakstus, mūziku, gleznas, fotoattēlus, skulptūras, arhitektūru, filmas, datorprogrammas, videospēles un oriģinālās datubāzes. Tomēr tas tikai aizsargā idejas izpausmi – tas neaizsargā pamatā esošo ideju vai koncepciju. Šī ir svarīga atšķirība. Ja ideja tiek izteikta citādi, visticamāk, tā nepārkāps autora autortiesības. Autortiesību likums darba autoram vai radītājam piešķir virkni izņēmuma tiesību uz viņa darbu uz laika posmu, kas noteikts valsts tiesību aktos.

Lielākajā daļā valstu autortiesības darbojas autora mūžu un vēl 50 gadus; dažās valstīs, tostarp Amerikas Savienotajās Valstīs un Eiropā, šis laikposms ir ilgāks. Šīs tiesības ļauj autoram vairākos veidos kontrolēt sava darba ekonomisku izmantošanu un saņemt samaksu. Autortiesību likums paredz arī "personiskās tiesības", kas cita starpā aizsargā autora reputāciju un integritāti. Parasti autors nevar nodot šīs tiesības.<sup>3</sup>

## Preču zīmes

Jebkuru apzīmējumu, kas spēj atšķirt preces vai pakalpojumus (tostarp vārdus, nosaukumus, burtus, ciparus, zīmējumus, attēlus, formas, krāsas, etiķetes vai jebkuru to kombināciju), var izmantot kā preču zīmi. Lielākajā daļā valstu devīzes, reklāmas saukļi un nosaukumi arī var būt preču zīmes. Preču zīmes juridisko aizsardzību iegūst, tās reģistrējot un dažās valstīs – izmantojot. Lai reģistrētu preču zīmi, vispirms ir jāiesniedz atbilstošā pieteikuma veidlapa valsts vai reģionālajā preču zīmju birojā (Patentu valdē), kas izskata pieteikumu saskaņā ar vietējiem tiesību aktiem un piešķir vai atsaka preču zīmes reģistrāciju. Lai gan termiņš var atšķirties, daudzās valstīs reģistrētās preču zīmes tiek aizsargātas desmit gadus. Reģistrāciju var atjaunot uz nenoteiktu laiku (parasti uz desmit gadu secīgiem periodiem), ja pirms reģistrācijas termiņa beigām noteiktā laikā tiek samaksāta atjaunošanas maksa.<sup>4</sup>

## Dizainparaugi

Termins "dizainparaugs" attiecas uz izstrādājuma dekoratīvajiem vai estētiskajiem aspektiem. Izstrādājumu var aizsargāt kā dizainparaugu, ja ir izpildīti noteikti nosacījumi. Aizsardzība neattiecas uz izstrādājuma tehniskajiem vai funkcionālajiem aspektiem.

Lai reģistrētu dizainparaugu, pieteikuma iesniedzējam ir jāiesniedz valsts vai reģionālais pieteikums attiecīgajā valsts vai reģionālajā intelektuālā īpašuma birojā (Patentu valdē). Dizainparauga aizsardzība dažādās valstīs ir atšķirīga, taču tā ilgst vismaz desmit gadus.<sup>5</sup>

## Citas intelektuālā īpašuma tiesības<sup>6</sup>

- Lietderīgus modeļus sauc arī par "īstermiņa patentiem", "mazajiem patentiem" vai "jauninājumu patentiem". Daudzās valstīs daži izgudrojumu veidi, tostarp nelieli esošo produktu pielāgojumi, ir aizsargājami kā lietderīgie modeļi.
- Jaunas augu šķirnes. Daudzās valstīs jaunu augu šķirņu selekcionāri var iegūt aizsardzību, izmantojot "augu selekcionāru tiesības".
- Integrālo shēmu izkārtojuma dizains (vai topogrāfija). Oriģināls integrālās shēmas izkārtojums vai dizains var būt aizsargāts pret kopēšanu.

Lai gan intelektuālā īpašuma tiesības šeit ir norādītas kā atsevišķas tiesības, praksē tās tiek izmantotas kopā, lai aizsargātu un tirgotu produktus kopumā. Piemēram, tālrunis. Patenti aizsargā tā funkcijas, sākot no signāla apstrādes līdz kameru tehnoloģijai; preču zīmes aizsargā tā logotipu un identitāti; dizainparaugs aizsargā tā formu un kopējo izskatu; autortiesības aizsargā programmatūras pirmkodu, kurā darbojas ierīce; un komercnoslēpumi aizsargā tirgvedības stratēģijas, kas tiek izmantotas ierīces komercializācijai visā pasaulē.

## Jaunuzņēmums, kas ģenerē IĪ, un jaunuzņēmums, kas patērē IĪ

Šīs rokasgrāmatas kontekstā var būt noderīgi atšķirt jaunuzņēmumus, kas ģenerē IĪ, un jaunuzņēmumus, kas patērē IĪ. "Jaunuzņēmums, kas patērē IĪ" ir jaunuzņēmums, kura biznesa idejas pastāvēšanai ir nepieciešama tehnoloģija. "Jaunuzņēmums, kas ģenerē IĪ" ir jaunuzņēmums, kura centrā ir pamata IĪ, kura plaukstošai darbībai ir nepieciešama biznesa ideja.

Parasti jaunuzņēmums, kas patērē IĪ, ir saistīts ar ļoti mazu pētījumu un izstrādes veikšanu vai pētījumi un izstrāde netiek veikti vispār, un tas nerada daudz vai nekādu tam piederošu saturu vai programmatūru. Šādi uzņēmumi parasti ir interneta jaunuzņēmumi, lietojumprogrammu izstrādes uzņēmumi vai interneta tirdzniecības platformas. Kā piemērus var minēt "Airbnb" vai "Uber". Turpretim jaunuzņēmums, kas ģenerē IĪ, veido biznesa ideju, pamatojoties uz tehnisku risinājumu, ko aizsargā intelektuālā īpašuma tiesības. Tipisks piemērs būtu agrīnas stadijas tehnoloģija, ko parasti aizsargā patents, ko jaunuzņēmums ir izstrādājis, vai ko universitātes vai pētniecības iestādes ir licencējušas jaunuzņēmumam.

Patiesībā novatoriskus jaunuzņēmumus nevar tik vienkārši nodalīt. Lielākā daļa novatorisko jaunuzņēmumu darbojas kontinuitīvi: IĪ patērējošie jaunuzņēmumi ģenerē daļu IĪ un IĪ ģenerējošie jaunuzņēmumi patērē daļu IĪ. Lai izvērstu savu biznesa ideju, vairums jaunuzņēmumu, kas patērē IĪ, iegādāsies licences vai tehnoloģijas, kas ir aizsargātas ar IĪ un pieder trešām personām. Lielākā daļa arī, visticamāk, slēgs apakšlīgumus ar trešām personām, lai

izstrādātu risinājumus savam biznesa modelim. Kad tie uzņems apgriezienus, ideālā gadījumā viņi sāks nopietni attīstīt risinājumus un radīt potenciālas intelektuālā īpašuma tiesības. Šīs IĪ tiesības parasti ir preču zīmes, iespējams, daži algoritmi un pamata autortiesības uz lietotāja saskarnēm utt.

Attīstoties viņi var izveidot jaunu IĪ, uzlabojot licencēto programmatūru, izveidojot savu programmatūru vai pievienojot savam piedāvājumam jaunas funkcijas. Laika gaitā tie ģenerēs arī konfidenciālu biznesa informāciju. Veiksmīgākie IĪ patērējošie jaunuzņēmumi, piemēram, "Airbnb", "Uber" un "Alibaba", ģenerē arvien vairāk IĪ un bieži vien sāk iegādāties trešo personu IĪ un plašus patentu portfeļus, lai saglabātu vai palielinātu konkurences priekšrocības. Pēc darbības uzsākšanas pienācīgi finansēti IĪ ģenerējošie jaunuzņēmumi parasti turpinās ieguldīt pētniecībā un attīstībā un radīt jaunu IĪ.

## Izpratne par tehnoloģiju gatavības līmeni (TRL)

Tehnoloģiju gatavības līmenis ir paņēmiens, lai novērtētu, cik tuvu tehnoloģija vai produkts ir komercializācijai (sk. 1. attēlu). Pamatojoties uz Amerikas Savienoto Valstu Nacionālās aeronautikas un kosmosa administrācijas (NASA) izstrādāto metodiku, kas ļauj novērtēt kosmosa tehnoloģiju gatavības pakāpi, tagad to plaši izmanto dažādās rūpniecības jomās, lai gan daži eksperti apgalvo, ka rīks nav piemērots visu veidu tehnoloģijām. Eiropas Komisija un Apvienotās Karalistes publiskais sektors ir starp tām institūcijām, kas pielāgojušas TRL modeli. Katrs tehnoloģiju projekts tiek testēts pēc noteiktiem parametriem, un tam tiek piešķirts TRL novērtējums. Deviņu līmeņu skalā produktam ar TRL 1 ir viszemākā gatavība, savukārt produktam ar TRL 9 ir pilnveidots līdz galam.<sup>7</sup>

# Primekss SIA stāsts



**Dibinātājs:  
Jānis Ošlejs**

## Galvenais intelektuālais īpašums

Sešas starptautiskas preču zīmju reģistrācijas, kas ir attiecinātas uz vairāk nekā 20 valstīm, tostarp ES dalībvalstīm, Austrumeiropu un Ziemeļameriku. Trīs patentu saimes, kas ietver vairāk nekā 60 piešķirtus patentus un patentu pieteikumus, tostarp Eiropas patentus, ASV patentus, Ķīnas patentu, Dienvidkorejas patentu, Kanādas patentu, Austrālijas patentu, Indijas patentu, Indonēzijas patentu, Izraēlas patentu, Dienvidāfrikas patentu un citus. Komerccnoslēpumi. Zinātība. Autortiesības uz programmatūru. Domēna vārdi.

**Tīmekļa vietne:** [www.primekss.com](http://www.primekss.com)

## Uzņēmums un produkts

PRIMEKSS, SIA ir dibināta 1997. gadā, uzņēmējdarbību uzsākot kā betonēšanas darbu būvuzņēmējam. Pēc dibinātāja teiktā, uzņēmums bija izbrīnīts, ka betona nozarē par pašsaprotamu tika uzskatīta betona plaisāšana, plātņu malu savērpšanās, deformācija un citas problēmas. Uzņēmuma neapmierinātība pieauga, saņemot zvanus no klientiem, kuri pieprasīja betona segumu remontu. Pēc gadiem ilgas izpētes un izstrādes uzņēmums nonāca pie risinājuma, kas pārsteidza pat nozares ekspertus.

Šobrīd PRIMEKSS, SIA ir viens no pasaulē vadošajiem industriālo grīdu ražošanas un tehnoloģiju attīstības uzņēmumiem, kas piedāvā inovatīvus grīdu un betona konstrukciju risinājumus. Tam ir meitasuzņēmumi desmit valstīs un partneri visā pasaulē. PRIMEKSS savu produkciju eksportē uz 25 pasaules valstīm un nodarbina vairāk nekā 360 darbinieku. Kopējais koncerna veikto būvdarbu apjoms gadā pārsniedz 70 miljonus eiro.

PRIMEKSS izstrādātā tehnoloģija ar zīmolu PrīmX novērš lielāko betona trūkumu, ko izraisa tā rūkšana, proti, plātņu malu savērpšanās un plaisāšana. Šī tehnoloģija ļauj būvēt efektīvākas konstrukcijas, radot mazāku CO2 emisiju. Tas arī atvieglo automatizētās loģistikas un noliktavu darbības attīstību, jo piedāvātajai betona sistēmai piemīt augsta stabilitāte.

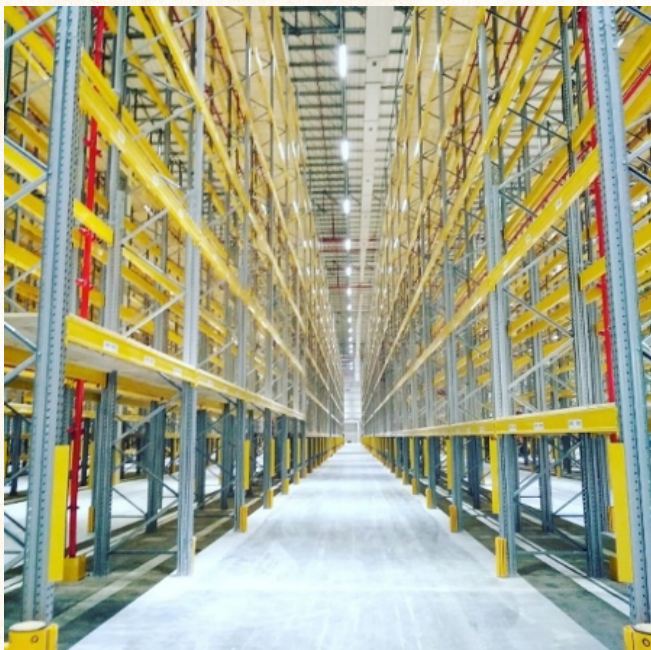
Uzņēmējdarbības idejas / Ievads



Saprotot, ka patenti ir nepieciešami, lai aizsargātu savas inovācijas, PRIMEKSS komanda veica meklējumus patentu datubāzes un pētīja konkrētus tolaik tirgū pieejamos betona sistēmu risinājumus. Šie meklējumi neatklāja nevienu produktu, kas tieši konkurētu ar viņu risinājumu. Tomēr vairāki attiecīgie patenti sniedza svarīgu informāciju par konkurences vidi un palīdzēja PRIMEKSS samazināt risku. Galu galā uzņēmums iesniedza trīs starptautiskus patenti pieteikumus un pieteica sešas preču zīmes starptautiskajai reģistrācijai. Vienam izgudrojumam PRIMEKSS nodrošināja aizsardzību kopā ar savu partneruzņēmumu.

PRIMEKSS atzīst, ka patentam ir spēcīga komerciāla vērtība, lai piekļūtu jauniem tirgiem, izmantojot uzņēmumu apvienošanās, kopuzņēmumu dibināšanu un partnerības iespējas. Uzņēmums tieši pielieto PrīmX tehnoloģiju Baltijā, Skandināvijā un Izraēlā, izmantojot savu darbaspēku. Ziemeļamerikā uzņēmums komercializē tehnoloģiju kopā ar partneruzņēmumu PRIMEKSS NORTH AMERICA. Citās valstīs PRIMEKSS komercializē savu tehnoloģiju, piešķirot licences vietējiem vadošajiem būvniecības uzņēmumiem. Uzņēmuma izstrādātā programmatūra ļauj nodrošināt licenciātiem reāllaika datus par visiem svarīgākajiem betona ražošanas parametriem, kā arī nodrošināt PRIMEKSS tiešsaistes monitoringu un attālinātas kvalitātes vadības iespējas.

Plaša izmantošana un spēcīgs mārketing ir padarījis PrīmX par pasaulē vadošo industriālo grīdu ražošanas tehnoloģiju.

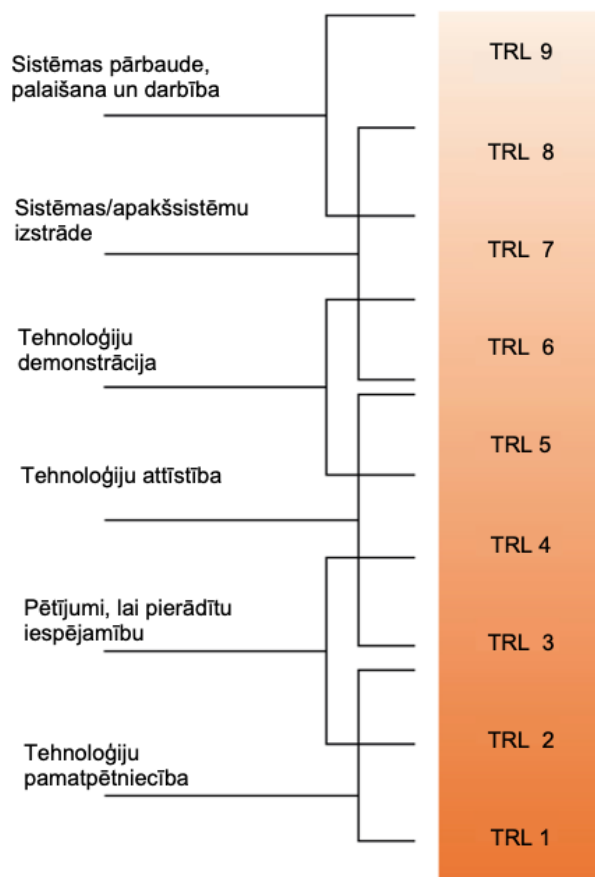


SNeizbēgami sekoja šīs tehnoloģijas pakalpojumtāji. Tomēr PRIMEKSS spēcīgā Ī aizsardzības stratēģija uzņēmumam ļāva saglabāt savu konkurētspēju. Savas izņēmumtiesības uz tehnoloģiju PRIMEKSS ir aizstāvējis vairākos tiesas procesos un ir izveidojis zīmola labo slavu, izpelnoties klientu uzticību.

Līdz brīdim, kad radās konkurence, PRIMEKSS ir nepārprotami nostiprinājies kā tirgus un tehnoloģiju līderis, ko veicināja nepārtraukta un izvērsta pētniecības un attīstības programma, kuras rezultātā ir ieviesti vairāki būtiski uzlabojumi un jauni produkti, tostarp PrīmX āra betona segums un PrīmX betona virsmu virsējais pārklājums. Tas sekmēja jaunu patentpieteikumu rašanos.

TRL piešķiršana tehnoloģijai vai projektam ļauj uzņēmumam to pozicionēt jauninājuma ķēdē. Parasti projektam, kam ir piešķirts zems TRL, būs nepieciešama ievērojama attīstība, lai tas būtu gatavs tirgum. Tas ļauj uzņēmējiem ņemt vērā turpmākās investīcijas attīstībai. Finansēšanas iespējas un iespējas licencēt tehnoloģiju būs arī atkarīgas no TRL. Būtībā TRL skala ir tikai rādītājs. Tas var palīdzēt uzņēmumiem rast finansējumu un pieņemt citus lēmumus, taču laiku, kas ir nepieciešams, lai tehnoloģiju ieviestu tirgū, ietekmēs vairāki faktori.

## 1. attēls. Tehnoloģiju gatavības līmenis



Avots: Nacionālā aeronautikas un kosmosa administrācija, Amerikas Savienotās Valstis.

## Uzņēmējdarbības modelis un biznesa plāns

Veiksmīgs bizness sniedz klientiem produktu vai pakalpojumu, kuru viņi novērtē. Savā biznesa modelī jaunuzņēmums nosaka sistēmu vērtības noteikšanai, radīšanai un nodrošināšanai, priekšlikumu ieņēmumu gūšanai, pašreizējās un plānotās konkurences, mērķa tirgu aprakstu utt. Ņemot vērā darbības un finanšu elementus, biznesa plānā ir plaši izklāstīts, kā uzņēmums īsteno savu biznesa modeli. Tā kā biznesa plāns ir būtisks stratēģisks dokuments, kas paredz jauna uzņēmuma nākotni, uzņēmējam ir jāizstrādā sīkas prognozes visaptverošam biznesa plānam. Lielākajai daļai topošo uzņēmēju nebūs pietiekami daudz datu, lai precīzi paredzētu būtiskos elementus, kas ir jāņem vērā biznesa plānā.

Tāpēc ļoti agrīnā jaunuzņēmuma izveides stadijā ir ieteicams izmantot elastīgākus biznesa modeļus, lai noteiktu vērtības piedāvājumu, ko jaunuzņēmums (kad tas būs izveidots) mēģinās apstiprināt. Uzņēmējiem būtu jāvelta laiks, lai izveidotu biznesa plānu, kad biznesa modeļa galvenie elementi ir apstiprināti un jaunuzņēmums ir savācis pietiekami daudz tirgus informācijas un datu, lai veiktu pamatotas prognozes.

Uzņēmuma lī stratēģija ir jāintegrē biznesa plānā, kurā ir jāparāda, kā lī atbalstīs veiksmīgu biznesa modeļa ieviešanu.

## Piezīmes

**1** Termins “intelektuālā īpašuma sistēma” attiecas uz intelektuālā īpašuma tiesībām, to piešķiršanas procesu; valsts, reģionālajām un starptautiskajām sistēmām, kas pastāv, lai apstrādātu, piešķirtu un reģistrētu šādas tiesības, un datubāzēm, kas satur informāciju par intelektuālo īpašumu.

**2** Skatīt WIPO (2018). Inventing the Future: An Introduction to Patents for Small and Medium-sized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 3. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_917\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_917_1.pdf)

**3** Skatīt WIPO (2006). Creative Expression – An Introduction to Copyright and Related Rights for Small and Medium-sized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 4. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/918/wipo\\_pub\\_918.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/918/wipo_pub_918.pdf)

**4** Skatīt WIPO (2017). Making a Mark – An Introduction to Trademarks and Brands for Small and Medium-sized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 1. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_900\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_900_1.pdf)

**5** Skatīt WIPO (2019). Looking Good – An Introduction to Designs for Small and Medium-sized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 2. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_498\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_498_1.pdf)

**6** WIPO (2018). Inventing the Future, p. 12. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_917\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_917_1.pdf).

**7** Skatīt: <https://web.archive.org/web/20051206035043/http://as.nasa.gov/aboutus/tri-intro-duction.html>

**8** Biznesa modeli var izveidot, izmantojot biznesa modeļa “audeklu” (Business Model Canvas). Tas vizuāli attēlo elementus, kas ir nepieciešami, lai identificētu produkta vai uzņēmuma vērtības piedāvājumu. Piemēram, [www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas](http://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas)



# Jūsu jauninājumu aizsardzība





Jaunuzņēmuma radītais novatoriskais produkts vai paņēmieni var būt jauns tirgū, var uzlabot esošā produkta vai pakalpojuma veiktspēju vai saīsināt ražošanas laiku, vai samazināt izmaksas. Visos gadījumos jaunuzņēmumam pēc iespējas ātrāk ir jāizstrādā atbilstoša īl stratēģija, kas atbilst un atbalsta tā biznesa plānu. Jaunuzņēmums ar pareizo īl portfeli spēs aizsargāt uzņēmuma konkurences telpu, tādējādi aizkavējot konkurentu ienākšanu tirgū un ļaujot pašam nostiprināties tirgū.

## Patentu tiesību iegūšana

Jaunuzņēmums, kas ir izstrādājis tehnisku risinājumu problēmai, var apsvērt iespēju iegūt patenta tiesības šim risinājumam. Lai pretendētu uz patentu, risinājumam ir jābūt jaunam, neacīmredzamam un noderīgam. Ja citi jau ir pieteikušies patentaizsardzībai par tādu pašu vai līdzīgu risinājumu, jaunuzņēmuma ideja vai produkts var netikt uzskatīts par jaunu, izslēdzot patentaizsardzību. Tāpēc ir svarīgi veikt meklēšanu esošajās patentu datubāzēs, lai noteiktu, vai līdzīgi risinājumi jau ir izstrādāti.

Turklāt paša jaunuzņēmuma darbības var pasliktināt tā spēju iegūt patentus. Izgudrojums, kas tika izpausts pirms patenta pieteikuma iesniegšanas, netiks uzskatīts par jaunu un pieteikums neatbildīs novitātes prasībai. Netīša izpaušana var notikt, piemēram, tirdzniecības izstādēs, žurnālu rakstos vai jebkādu nekonfidenciālu diskusiju laikā ar trešām personām. Tāpēc pirms patenta pieteikuma iesniegšanas ir ļoti svarīgi saglabāt izgudrojumu noslēpumā. Ja informācijas izpaušana ir nepieciešama, piemēram, lai veiktu darījumus ar piegādātājiem un potenciālajiem klientiem, tas ir jādara noslēdzot informācijas neizpaušanas līgumu.

Jaunuzņēmumam, kas apsver iespēju iesniegt patentu, tas ir jādara pēc iespējas drīzāk. Šis brīdis iestājas, kad jaunuzņēmums apzinās, ka tam var būt tehniskas problēmas tehnisks risinājums – citiem vārdiem sakot, kad tas ir izstrādājis izgudrojumu un pietiekami daudz datu liecina, ka tas ir efektīvs. Lai pienācīgi aizsargātu visus tā dažādos jauninājumus un funkcijas, piedāvātajam produktam var būt nepieciešami daudzi patenta pieteikumi.

Daži jaunuzņēmumi mēdz gaidīt, līdz ir gatava produkta galīgā versija, pirms iesniegt patentu. Tā ir riskanta stratēģija. Uzņēmumiem nav pienākuma tirgot produktu, pirms ir nodrošināta tā aizsardzība. Gluži pretēji, gaidīšana līdz komercializācijas pēdējiem posmiem var slēgt svarīgas aizsardzības iespējas. Konkurenti vai citas trešās personas var izstrādāt tādas pašas vai līdzīgus tehniskos risinājumus.

Ir svarīgi pārliicināties, ka patenta pieteikums ir pareizi sagatavots un pretenzijas (kas nosaka aizsardzības apjomu) aptver izgudrojuma svarīgos elementus. Sagatavojot pieteikumu, jaunuzņēmumam ir jāapsver, kā tas pats izmantos tehnoloģiju un kā to var izmantot potenciālie konkurenti. Iesniedzot patentaizsardzības pieteikumu, jaunuzņēmumiem būtu jāapsver arī dažādi veidi, kā izgudrojumu var izgatavot vai izmantot. Izgudrojuma plašs izklāsts patenta pieteikumā var radīt manevrēšanas iespējas, tirgum attīstoties. Kamēr tiek izskatīts patenta pieteikums, produktu var uzlabot vai iesniegt papildu pieteikumu, pamatojoties uz sākotnējo informāciju. Tomēr sākotnējā pieteikumā atklātās informācijas apjoms ir jāsamēro ar informācijas glabāšanas noslēpuma vērtību. Abām pieejām var būt komerciālas priekšrocības.

Patenta pieteikums ir jāiesniedz attiecīgajā valsts vai reģionālajā patentu iestādē. Latvijā tā ir Patentu valde. Lai risinātu juridiskās problēmas un izstrādātu efektīvu lī stratēģiju, jaunuzņēmumam būtu jāapsver profesionālā patentpilnvarnieka piesaistīšana pieteikuma sagatavošanas un patenta piešķiršanas procesam.

Patenta pieteikums ietver vairākas daļas: izgudrojuma aprakstu, rasējumus un kopsavilkumu. Taču tieši izgudrojuma pretenzijas nosaka aizsardzības apjomu. Turpinājumā ir sniegts vispārējs pieteikšanās procesa pārskats<sup>1</sup>; jāpatur prātā, ka valstis šo procesu pārvalda atšķirīgi.

- 1. Formālu prasību atbilstības pārbaude.** Patentu valde veic pieteikuma ekspertīzi, lai pārliecinātos, ka tas atbilst administratīvajām vai formālajām prasībām. Piemēram, vai ir iekļauta visa attiecīgā dokumentācija? Vai ir samaksātas maksas?
- 2. Meklēšana.** Daudzās valstīs patentu iestāde veic patentmeklējumu, lai noteiktu, vai izgudrojums ir jauns. Pieteikuma pārbaudes pēc būtības laikā (skatīt turpmāk) iestāde pārskata agrākus patentus, patentu pieteikumus un citu publisku informāciju,<sup>2</sup> kas ir iegūta, veicot meklēšanu. Latvijas Patentu valde izgudrojuma patentmeklējumu neveic, bet, saskaņā ar divpusējo līgumu ar Eiropas Patentu iestādi, dod iespēju pieteicējiem pasūtīt Latvijā pieteiktā izgudrojuma patentmeklējuma veikšanu Eiropas Patentu iestādē.<sup>3</sup>

- 3. Pieteikuma izskatīšana pēc būtības.** Patentu valde nosaka, vai pieteikums atbilst patenta piešķiršanas prasībām. Ne visas patentu iestādes veic izgudrojuma ekspertīzi pēc būtības, un dažas to veic tikai tad, ja noteiktā laikā saņem pieprasījumu ekspertīzes veikšanai. Ja pieprasījums netiek iesniegts, pieteikums var netikt izskatīts. Pārbaudes rezultātu rakstveidā nosūta pieteikuma iesniedzējam vai pieteikuma iesniedzēja pārstāvim. Daudzās valstīs pieteikuma iesniedzējam tiek dota iespēja atbildēt uz visiem pārbaudes laikā izteiktajiem iebildumiem vai grozīt pieteikumu. Tādējādi bieži tiek sašaurināts patentu pieteikumu pieprasītās aizsardzības apjoms.
- 4. Pieteikuma publicēšana.** Daudzās valstīs patenta pieteikums tiek publicēts iespējami īsā laikā pēc 18 mēnešiem pēc pirmā pieteikuma datuma.
- 5. Patenta piešķiršana.** Ja ekspertīzes rezultāts ir pozitīvs, Patentu valde piešķir un izsniedz patentu. Patentu iestādes parasti publicē patentu šajā laikā.
- 6. Iebildums.** Daudzas patentu iestādes paredz laikposmu, kurā trešās personas var iebilst pret patenta piešķiršanu, piemēram, pamatojoties uz to, ka pieteiktais izgudrojums nav jauns. Atkarībā no jurisdikcijas iebildumu process var notikt pirms vai pēc patenta piešķiršanas. Pēc iebilduma iesniegšanas termiņa beigām trešās personas joprojām var iesniegt pieteikumu patenta atzīšanai par spēkā neesošu. Latvijas Patentu likums neparedz iespēju iesniegt iebildumu pret patenta piešķiršanu. Taču pastāv iespēja apstrīdēt patenta piešķiršanu tiesā.

# Aeonpump SIA stāsts

## AEONPUMP

### Dibinātāji:

Igors Gorkins  
Mārtiņš Pastars  
Pauls Ragainis

### Galvenais intelektuālais īpašums

Seši reģistrēti dizainparaugi.  
Četras preču zīmes.  
Zinātība.  
Komerccnoslēpumi.  
Autortiesības.  
Domēna vārds.

Tīmekļa vietne: [www.aeonpump.com](http://www.aeonpump.com)

AEONPUMP SIA ir inovatīvs jaunuzņēmums, kas dibināts 2020. gadā. Uzņēmums galvenokārt koncentrējas uz B2B sektoru, sākotnēji piedāvājot produktus Eiropas Savienībā, Norvēģijā un Lielbritānijā, bet vēlāk arī ASV un Austrālijā. Uzņēmuma mērķis ir iegūt ievērojamu tirgus daļu mobilo šķidrumu sūkņēšanas iekārtu jomā, galvenokārt pateicoties inovatīviem risinājumiem, kas būtiski uzlabo zināmās tehnikas efektivitāti, nodrošina iekārtu progresīvu attālināto vadību un darbības statistiku, piedāvājot iekārtas par konkurētspējīgām cenām.

### Produkts

Uzņēmums ražo, pārdod un iznomā mobilas šķidrumu sūkņēšanas iekārtas. Šīs iekārtas ir izstrādātas, ņemot vērā energoefektivitāti, lai samazinātu ekspluatācijas izmaksas un CO2 emisijas. Iekārtu sastāvdaļas un materiāli ir izstrādāti un rūpīgi izvēlēti, lai sasniegtu nozarē vadošos apkopes intervālus un ilgu produktu kalpošanas laiku.



Iekārtas pēc izvēles var tikt aprīkotas ar tiešsaistes telemetriju un attālinātas piekļuves iespēju, lai iegūtu reāllaika datus un uzlabotu vadību, vienlaicīgi nodrošinot visaptverošu statistiku par katru iekārtu.

Pateicoties uzlabotajām vadības iespējām, vairākas iekārtas var savienot sinhronā darbībā, kas moduļu sūkņu sistēmām nodrošina plašas darbības iespējas.

### Intelektuālais īpašums un produkts

AEONPUMP SIA ir izstrādājusi savus produktus, pārskatot un salīdzinot esošās šķidrumu sūkņēšanas tehnoloģijas, pētot blakus esošo tehnikas jomu tehnoloģijas, ar Intelektuālā īpašuma informācijas centra palīdzību veicot meklējumus patentu datubāzēs un saņemot profesionālus padomus par IĪ. Jau agrīnā darbības stadijā uzņēmums ir iesniedzis pieteikumus un nodrošinājis dizainparaugu un preču zīmju aizsardzību.



Jaunuzņēmums ir izmantojis ES mērķfinansējumu, kas ir iedibināts, lai palīdzētu mazajiem un vidējiem Eiropas uzņēmumiem iegūt tiesības uz savu intelektuālo īpašumu un pastiprināt savu uzņēmējdarbību. Šis mērķfinansējums tika izmantots, lai daļēji finansētu IĪ priekšizpētes pakalpojumu (IP Scan), kas ļāva uzņēmumam identificēt intelektuālo īpašumu, iemācīties iekļaut IĪ stratēģiju biznesa plānos un iegūt informāciju, kā novērst IĪ konfliktus ar konkurentiem vai potenciālajiem partneriem. ES mērķfinansējums tika izmantots arī ES preču zīmju un Kopienas dizainparaugu pieteikumu daļējai finansēšanai, ko uzņēmums iesniedza produkta izstrādes sākumposmā. AEONPUMP IĪ portfelim ir izšķiroša nozīme tās globālajā attīstības stratēģijā. Papildus dizainparaugiem un preču zīmēm uzņēmumam ir autortiesības uz tā tiešsaistes telemetrijas un attālinātas piekļuves sistēmas kodu. Uzņēmums arī aizsargā savus komercnoslēpumus un zinātību.

Īpaša uzmanība jāpievērš, ja tiek iesniegts pieteikums par intelektuālā īpašuma aizsardzību, kas radītu kopīpašumu. Šādos gadījumos puses bieži kļūdaini uzskata, ka tās sadalīs lī, parasti vienādās daļās. Faktiski kopīpašums katrai pusei var piešķirt visas tiesības uz intelektuālā īpašuma tiesībām.<sup>4</sup> Kopīga pieteikuma iesniegšana šķiet vienkāršs risinājums, ja puses nevar vienoties, kam vajadzētu piederēt lī. Praksē kopīgi piederoša intelektuālā īpašuma pārvaldība un izmantošana var būt sarežģīta, jo īpaši saistībā ar patentiem, un katras puses tiesības ir jānosaka atsevišķā kopīpašuma līgumā. Ja kopīpašnieki nesagatavo pareizu īpašumtiesību līgumu, viņi var atklāt, ka viņu intereses ir pretrunā, iespējams, izraisot prasības par līguma pārkāpšanu. Pirms vienoties par kopīga lī aizsardzības pieteikuma iesniegšanu, ir jākonsultējas ar pieredzējušu lī juristu.

## Komercnoslēpumu aizsardzības nodrošināšana

Konfidenciāla informācija, tostarp tirgus stratēģijas, ražošanas metodes un klientu saraksti, visticamāk, būs visvērtīgākie jaunuzņēmuma īpašumi, jo īpaši agrīnajā stadijā. Tāpēc šo aktīvu aizsardzībai,<sup>5</sup> izmantojot komercnoslēpumus,<sup>6</sup> ir izšķiroša nozīme panākumiem. Jaunuzņēmumiem pēc iespējas drīzāk būtu jāizlemj, kā tie identificēs un aizsargās savus komercnoslēpumus. Nav oficiāla reģistrācijas procesa komercnoslēpumu aizsardzībai. Tomēr ir jāievieš saprātīgi pasākumi, lai pretendētu uz aizsardzību. Tie var iekļaut turpmāk minētās darbības:

- Ierobežot piekļuvi informācijai tikai tiem, kuriem tā ir "jāzina".
- Fiziski ierobežot trešo personu piekļuvi informācijai. Piemēram, kontrolēt piekļuvi uzņēmuma īpašumam un sensitīvām zonām, piemēram, laboratorijām.
- Izstrādāt procedūras, lai nepieļautu sensitīvas informācijas izklūšanu no darba vietas, īpaši apzinoties, cik viegli informāciju mūsdienās var pārsūtīt digitāli.
- Kontrolēt piekļuvi datora datnēm un serveriem, izmantojot paroles aizsardzību un uguns mūrus.
- Noslēgt neizpaušanas līgumus ar darbiniekiem, piegādātājiem un partneriem.
- Aizliegt tiem, kuri saņem konfidenciālu informāciju, izpaust vai neatļauti izmantot to.
- Izglītot darbiniekus komercnoslēpuma politikā un īstenot praktiskus pasākumus, lai aizsargātu uzņēmuma komercnoslēpumus.

Jāņem vērā, ka komercnoslēpumu aizsardzība dažādās valstīs ievērojami atšķiras gan attiecībā uz to, kas tiek aizsargāts, gan uz to, kā tiesības uz komercnoslēpumiem tiek īstenotas.

## Autortiesību aizsardzība

Atšķirībā no preču zīmēm, dizainparaugu tiesībām un patentiem, radītājiem nav jāreģistrē viņu darbi, lai iegūtu autortiesības, un nav nepieciešams oficiāls paziņojums par autortiesībām, lai iegūtu aizsardzību.<sup>7</sup> Tiek uzskatīts, ka autortiesības pastāv aizsargājamā darba radīšanas brīdī. Tomēr laba prakse ir reģistrēt galvenos elementus, kas ir piemēroti autortiesību aizsardzībai, nacionālajā autortiesību iestādē valstīs, kuras piedāvā šo iespēju (piemēram, Amerikas Savienotajās Valstīs).

Reģistrācija nosaka paredzamo autortiesību radīšanas datumu un piederību, tādējādi palīdzot radītājiem īstenot autortiesības un aizstāvēt sevi pret pretenzijām par autortiesību pārkāpumiem. Jaunuzņēmumiem ir jācenšas marķēt visus darbus un dokumentus ar autortiesību aizsardzības zīmi (©) vai līdzīgu informāciju, lai informētu trešās personas par autortiesību aizsardzību un atvieglotu samaksas saņemšanu, ja nepieciešams. Digitālo darbu gadījumā ir lietderīgi metadatos iekļaut informāciju par autortiesībām (un blakustiesībām) un izmantot nozares standarta formātus un identifikatorus, ja tie ir pieejami, lai atvieglotu rojalti un citu maksājumu veidu plūsmu.

## Piezīmes

**1** Skatīt WIPO (2018). *Inventing the Future*, pp. 25–26.

[www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_917\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_917_1.pdf)

**2** “Tehnikas attīstības stāvoklis”, kas attiecas uz jautājumu par izgudrojuma potenciālo patentspēju.

**3** Patentmeklējums : <https://www.lrpv.gov.lv/lv/patentmeklejums>

**4** Skatīt Kim, S., V. Lipton (2012). *Joint Ownership of IP Around the World*. LES Nouvelles” Starptautiskā Licencēšanas vadītāju biedrība.

**5** Zinātība (“know-how”) var būt vai nebūt komercnoslēpums. Šis termins parasti attiecas uz plašāku iekšējo uzņēmējdarbības zināšanu un prasmju kopumu, kas būtu uzskatāms par komercnoslēpumu, ja ir izpildīti nosacījumi, lai to kvalificētu kā komercnoslēpumu.

**6** Skatīt Komercnoslēpuma aizsardzības likumu.

**7** Autortiesību likuma 2. panta noteikumi.



# Kā jūsu produktu izcelt tirgū



Ar produkta vai pakalpojuma, kas atrisina problēmu vai uzlabo esošos risinājumus, izstrādi un aizsardzību ar intelektuālā īpašuma tiesībām nebūs pietiekami. Jaunuzņēmumam ir arī jāpiesaista patērētāji un efektīvi jākonkurē tirgū. Patērētāji vēlas viegli atrast nepieciešamos produktus un uzticēties tiem. Kad patērētāji izvēlas produktus un viņiem tie patīk, patērētāji jūtas tiem piesaistīti un, iespējams, iegādāsies šos produktus vēlreiz.

Tāpēc ir svarīgi, lai jaunuzņēmums pēc iespējas agrāk apsvērtu, kā tas radīs savam produktam atšķirīgu identitāti. Ir jālemj par piemērotu nosaukumu, logotipu vai citu zīmi, kas ļaus patērētājiem to atpazīt un viegli atcerēties.

Jaunuzņēmumam būtu arī jāapsver produkta ārējā izskata noformēšana noteiktā formā, lai padarītu to pievilcīgu patērētājiem. Šos elementus var aizsargāt ar preču zīmēm, dizainparaugu tiesībām un autortiesībām, un tie ir svarīgi efektīvas tirgvedības elementi.

Pirms pieņemt lēmumu par pievilcīgu nosaukumu vai izveidot atmiņā paliekošu dizainu, jaunuzņēmumam ir jāpārbauda, vai citi nav reģistrējuši tādu pašu vai līdzīgu nosaukumu līdzīgiem produktiem. Bezmaksas preču zīmju un dizainparaugu datubāzes ļauj jaunuzņēmumiem noteikt, vai tāda pati vai līdzīga preču zīme vai dizainparaugs jau ir reģistrēts. Pārbaude nodrošina, ka jaunuzņēmumi netērē laiku tirgvedības stratēģijas izstrādei saistībā ar nosaukumu un dizainu, ko tie nevar izmantot. Turklāt tā aizsargā tos pret risku, ka trešās personas var veikt pasākumus, lai neļautu jaunuzņēmumam izmantot šo nosaukumu vai dizainu, ja tās uzskata, ka to nosaukums vai dizains ir nokopēts.

Kļūdas var izmaksāt dārgi. Jaunuzņēmums var būt spiests pārveidot savu produktu vai izstrādāt jaunu tirgvedības stratēģiju, dažos gadījumos pat tad, ja preču zīme vai dizainparaugs nav reģistrēts, bet vienkārši tiek izmantots tirgū. Tāpēc ir ļoti ieteicams veikt rūpīgu meklēšanu tiešsaistē jau agrīnā stadijā. Tai būtu jāaptver ne tikai vietējie, bet arī ārvalstu tirgi, uz kuriem jaunuzņēmums plāno virzīties. Pirmo meklēšanu var veikt valstu un WIPO datubāzēs; <sup>1</sup> precīzāku informāciju var sniegt privātie pakalpojumu sniedzēji (skatīt sadaļu "IĻ datubāzu izmantošana", 58. lpp.).

## Preču zīmju tiesību iegūšana

Preču zīmes tiesības var iegūt, piesakot preču zīmi reģistrācijai. Dažās valstīs ir iespējams aizsargāt neregistrētas preču zīmes, kas vienkārši tiek izmantotas komercdarbībā. Saskaņā ar Latvijas likumu, saimnieciskajā apritē var lietot neregistrētas preču zīmes. Tomēr reģistrēta preču zīme nodrošina spēcīgāku aizsardzību, un reģistrācija ir visdrošākais veids, kā veidot zīmola tēlu, patērētāju uzticību un labo gribu.

Jaunuzņēmumam parasti ir jāapsver preču zīmes pieteikuma iesniegšana savā valstī (vai reģionālā) intelektuālā īpašuma birojā pirms produkta laišanas tirgū, lai nepieļautu iespējamās zīmola maiņas izmaksas, ja preču zīmes pieteikums būs neveiksmīgs. Turpinājumā ir sniegts pamata pārskats par preču zīmes reģistrācijas procesu, kas, protams, dažādās valstīs var atšķirties. <sup>2</sup> Jaunuzņēmums var nolemt piesaistīt profesionālu patentpilnvarnieku, lai nodrošinātu pieteikuma sagatavošanu, iesniegšanu un ieviest pirmsreģistrācijas un pēcreģistrācijas lietvedību.

- 1. Pieteikuma veidlapa.** Vispirms pieteikuma iesniedzējam ir jāiesniedz pienācīgi aizpildīta preču zīmes pieteikuma veidlapa. Tajā ir jāiekļauj uzņēmuma kontaktinformācija, preču zīmes grafiskais attēls (var būt nepieciešams noteikts formāts) un norāde par precēm un pakalpojumiem, par kuriem tiek iesniegts preču zīmes pieteikums. Produktus parasti klasificē saskaņā ar Starptautisko preču un pakalpojumu klasifikāciju. Jāmaksā arī nepieciešamās maksas. Veidlapas ir pieejamas Patentu valdē vai tiešsaistē; daudzās valstīs visu pieteikumu var aizpildīt tiešsaistē. Dažas patentu iestādes var arī pieprasīt preču zīmes lietošanas pierādījumus vai deklarāciju, ka uzņēmums plāno izmantot preču zīmi.
- 2. Pieteikuma iepriekšējā izskatīšana.** Iestāde izskata pieteikumu, lai pārlicinātos, ka tas atbilst administratīvajām prasībām. Piemēram, vai pieteikuma veidlapa ir aizpildīta pareizi? Vai ir samaksāta pieteikuma maksa?
- 3. Pieteikuma iepriekšējā izskatīšana.** Iestāde izskata pieteikumu, lai pārlicinātos, ka tas atbilst administratīvajām prasībām. Piemēram, vai pieteikuma veidlapa ir aizpildīta pareizi? Vai ir samaksāta pieteikuma maksa?
- 4. Publicēšana un iebildums.** Daudzās valstīs preču zīmju pieteikumi tiek publicēti oficiālajā izdevumā, un oponentiem tiek noteikts periods, lai iebilstu pret zīmes reģistrāciju. Citās valstīs, piemēram, Latvijā, jaunas preču zīmes tiek publicētas vienlaicīgi ar reģistrāciju vai pēc to reģistrācijas, un potenciālajiem oponentiem ir dots laiks iesniegt iebildumu pret preču zīmes reģistrāciju.
- 5. Reģistrācija.** Preču zīme tiek reģistrēta, ja nav konstatēts atteikuma pamatojums. Pieteikuma iesniedzējs saņem reģistrācijas apliecību, kas parasti ir derīga desmit gadus.
- 6. Atjaunošana.** Preču zīmi var atjaunot ik pēc 10 gadiem, ikreiz uz jaunu 10 gadu periodu, samaksājot noteiktās atjaunošanas maksas, bet reģistrāciju var atcelt pilnībā vai atsevišķām precēm vai pakalpojumiem, ja preču zīme netiek izmantota noteiktu laikposmu (kā noteikts attiecīgajā preču zīmju likumā). Latvijā šīs laikposms ir pieci gadi, skaitot no preču zīmes reģistrācijas procedūras pabeigšanas dienas.

Lai gan ir ieteicams laikus iesniegt pieteikumu preču zīmes aizsardzībai, jaunuzņēmumiem ir jāzina, ka lielākajā daļā jurisdikciju tiek piemērota prasība zīmes "izmantošana komercdarbībā". Tas liek uzņēmumam noteiktā laikposmā pēc preču zīmes reģistrācijas sākt izmantot savu preču zīmi komercdarbībā tajā klasē, kurai tā ir pieteikta. Ja uzņēmums noteiktajā laikā preču zīmi neizmanto vai pārtrauks to izmantot, tas var zaudēt savas preču zīmes aizsardzību. Prasība "izmantošana komercdarbībā" ir īpašs izaicinājums, ja preču zīmes īpašnieks plāno paplašināties starptautiskā mērogā, jo uzņēmums var zaudēt preču zīmes aizsardzību noteiktā tirgū, ja tas pārāk agri iesniedz starptautisku pieteikumu un nevar ienākt šajā tirgū pirms "izmantošanas komercdarbībā" termiņa beigām.



Lai pareizi izmantotu preču zīmi, ņemiet vērā turpmāk minētos norādījumus, ko drīkst un ko nedrīkst darīt.<sup>3</sup>

### Drīkst

- Izmantot simbolu ®, lai apzīmētu reģistrētu preču zīmi.
- Izdalīt preču zīmi apkārtējā tekstā, izmantojot lielos burtus, treknrakstu vai slīprakstu vai ievietojot preču zīmi pēdiņās.
- Konsekventi izmantot preču zīmi. Ja tā ir reģistrēta ar noteiktu pareizrakstību, dizainu, krāsu vai šriftu, ir jāpārliecinās, ka tā vienmēr tiek izmantota tieši tā, kā tā ir reģistrēta.
- Izveidot skaidru un pārliecinošu preču zīmju izmantošanas labāko praksi un vadlīnijas. Norādīt licenciātiem, darbiniekiem, piegādātājiem, izplatītājiem un patērētājiem, kā tās izmantot. Pārliecināties, ka visi attiecīgie dalībnieki konsekventi ievēro politiku un vadlīnijas.

### Nedrīkst

- Nedrīkst pārveidot preču zīmi. Nelietojiet zilbjdali, kombināciju vai saīsinājumus. Piemēram, "MONTBLANC® tintes pildspalva" nedrīkst atveidot kā "Mont Blanc".
- Nedrīkst izmantot preču zīmi kā lietvārdu, tikai kā īpašības vārdu. Piemēram, jāsaka "LEGO® rotaļlietu klucīši", nevis "Lego".
- Nedrīkst izmantot preču zīmi kā darbības vārdu. Piemēram, jāsaka "pārveidots ar ADOBE® PHOTOSHOP® programmatūru", nevis "Fotošopēts".
- Nedrīkst izmantot preču zīmi daudzskaitlī. Piemēram, jāsaka "TIC TAC® konfektes", nevis "tik takus".

Lielākā daļa šo noteikumu nodrošina preču zīmes saglabāšanu un nepieļauj, ka tā kļūst neatšķirīga vai kļūst par sugasvārdu.

## Domēna vārdi

Mūsdienu savstarpēji saistītajā pasaulē uzņēmumiem ir lielāks vai mazāks pienākums būt tiešsaistē neatkarīgi no tā, vai tie tirgo fiziskās vai digitālās preces. Domēna vārdi, kas identificē uzņēmuma vietnes adresi, ir kļuvuši par svarīgiem uzņēmuma identifikatoriem, jo klienti tos izmanto, lai atrastu un pārskatītu uzņēmumus un produktus internetā. Tāpēc jaunuzņēmumiem ir jāpievērš īpaša uzmanība savai tiešsaistes klātbūtnei un domēna vārdam.

Piešķirto vārdu un numuru interneta korporācija (PNNIK) ir atbildīga par domēna vārdu sistēmas tehnisko pārvaldību. Informācija par domēna vārda reģistrāciju ir pieejama tās tīmekļvietnē.<sup>4</sup>

Preču zīmes simtiem gadu bija uzņēmuma identifikatori, pirms radās domēna vārdi. Tās ir svarīgas intelektuālā īpašuma tiesības, ko aizsargā valsts tiesību akti un starptautiskie līgumi. Turpretim domēna vārdi ir salīdzinoši jauna parādība, kas radīta, reaģējot uz vajadzību pēc identifikatoriem internetā, un neviena salīdzināma reģistrācijas tiesību sistēma neregulē to izmantošanu. Vienotu domēna vārdu strīdu izšķiršanas politika (UDRP), ko ir izstrādājusi WIPO, lai risinātu jautājumus par domēna vārdu ļaunticīgu reģistrāciju un izmantošanu, ir aplūkota turpmāk. Tā kā preču zīmes ir spēkā valstīs vai reģionos, kuros tās ir reģistrētas, domēna vārdiem nav robežu vai teritoriālu ierobežojumu, jo internetam arī tādu nav.

Tādējādi preču zīmju īpašnieki internetā var atklāt domēna vārdus, kas līdzinās viņu preču zīmēm vai ir tām identiski. Vēl ļaunāk, uzņēmumi, kas tos izmanto, var pārdot tādas pašas vai līdzīgas preces vai viltojumus. Pat ja domēna vārds netiek izmantots, tas neļauj preču zīmes īpašniekam izmantot šo preču zīmi.

Tāpēc jaunuzņēmumiem pēc iespējas drīzāk ir jāreģistrē domēna vārds. Šim nolūkam vispirms ir jāatlasa tā sauktais augstākā līmeņa domēns (TLD). TLD attiecas uz rakstzīmēm pēc domēna vārda pēdējā punkta (piemēram, ".int" vietnē [www.wipo.int](http://www.wipo.int)). Vispārējie TLD (gTLD) iekļauj ".com", ".org" un ".net". Jaunākie gTLD iekļauj ".online", ".life" un ".app". Valsts koda augstākā līmeņa domēni (ccTLD) apzīmē valstis: piemēri iekļauj ".lv" Latvijai, ".ch" Šveicei un ".us" Amerikas Savienotajām Valstīm.

Nosaukuma daļu, kas ir pirms punkta, sauc par otrā līmeņa domēnu. Šī daļa identificē uzņēmumu, un tai ir jāizceļas, lai patērētāji varētu viegli atcerēties vietni. Uzņēmuma pirmā preference domēna vārdam, visticamāk, būs tā preču zīme. Tomēr, iespējams, to jau ir izmantojis kāds cits, un tādā gadījumā vēlamais domēna vārds būs jāmaina. Ilustrācijai iedomājieties, ka jaucējkrānu uzņēmums "Delta" atklāj, ka "delta.com" jau ir reģistrēts. Tā vietā tas var reģistrēt "deltafaucet.com" vai, ja tas atbilst attiecīgajiem šo TLD kritērijiem, kā "delta.lv" vai "delta.online".<sup>5</sup>

Ja jaunuzņēmums vēl nav reģistrējis preču zīmi, ir saprātīgi izvēlēties tādu, kas ir pieejama arī kā domēna vārds (tieši tādā pašā formā vai pieņemamā variantā), un reģistrēt abus.

Domēna sagrābšana" ir tāda domēna vārda reģistrēšana, kas ir citas personas reģistrēta preču zīme vai iekļauj reģistrētu

preču zīmi, lai bloķētu tās izmantošanu preču zīmes īpašniekam, liktu preču zīmes īpašniekam maksāt par to naudu vai kaitētu zīmolam. Jaunuzņēmums, kas kļuvis par domēna sagrābēja upuri, var iesniegt sūdzību saskaņā ar UDRP vai atbilstoši nacionālajai likumdošanai – prasības pieteikumu tiesā. Ja tiek konstatēts, ka domēna vārds ir reģistrēts ļaunticīgi, var tikt izdots rīkojums to atcelt vai nodot. Globālā mērogā WIPO ir vadošais pakalpojumu sniedzējs, ko ICANN ir akreditējis strīdu risināšanai saistībā ar domēna vārdiem.<sup>6</sup>

## Dizainparaugu tiesību iegūšana

Kā ir norādīts iepriekš, pievilcīga dizaina produkti un iepakojums ir gan piesaistošāki, gan pamanāmāki tirgū. Daudzi funkcionāli līdzīgi produkti mūsdienās konkurē, pamatojoties uz to vizuālo pievilcību. Preču zīmes un dizaina kombinācija bieži vien ir zīmola lojalitātes pamatā. Kad jaunuzņēmumi laiž tirgū produktu, tiem ir jācenšas izveidot un aizsargāt unikālu un pievilcīgu dizainu.

Lai dizainparaugs varētu pretendēt uz aizsardzību, tam parasti ir jābūt jaunam un ar individuālu raksturu. Ir svarīgi nodrošināt, lai dizainparaugi netiktu izpausti pirms reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas. Iepriekšēja izpaušana var liegt aizsardzību dizainparaugam, pamatojoties uz to, ka tas vairs nav jauns. Dažas valstis nodrošina labvēlības periodu pirms pieteikuma iesniegšanas, kura laikā pieteikuma iesniedzējs var atklāt dizainparaugu, nezaudējot aizsardzību. Latvijas Dizainparaugu likums paredz, ka dizainparauga izpaušana sabiedrībai nekaitē dizainparauga novitātei un individuālajam raksturam, ja dizainparaugu izpaudis pats dizainers vai viņa tiesību pārņēmējs, un ja izpaušana notikusi 12 mēnešu laikposmā pirms reģistrācijas pieteikuma datuma vai prioritātes datuma.<sup>7</sup>

Tomēr vienmēr ir drošāk neatklāt informāciju pirms pieteikuma iesniegšanas. Jaunuzņēmumiem parasti būs jāveic turpmāk minētās darbības, lai iegūtu tiesības uz dizainparaugu.<sup>7</sup> Tādējādi preču zīmju īpašnieki internetā var atklāt domēna vārdus, kas līdzinās viņu preču zīmēm vai ir tām identiski. Vēl ļaunāk, uzņēmumi, kas tos izmanto, var pārdot tādas pašas vai līdzīgas preces vai viltojumus. Pat ja domēna vārds netiek izmantots, tas neļauj preču zīmes īpašniekam izmantot šo preču zīmi.

- 1. Pieteikuma veidlapa.** Pieteikuma veidlapas pieejamas Latvijas Patentu valdē vai Eiropas Intelektuālā īpašuma birojā. Pieteikumu var iesniegt arī tiešsaistē. Pieteicējam jānorāda savs vārds, uzvārds un kontaktinformācija. Lielākā daļa valstu pieprasa, lai pieteikuma iesniedzēji savā pieteikumā iekļautu dizainparauga attēlus; tā parasti norāda formātus un izmērus. Citas prasības ir atkarīgas no jurisdikcijas. Piemēram, dažas valstis pieprasa rakstveida dizainparauga aprakstu vai piedāvā iespēju to iesniegt. Dažās valstīs dizaineram var lūgt oficiāli apstiprināt pieteikuma pareizību.
- 2. Tiek maksātas maksas.**
- 3. Pārstāvība.** Jaunuzņēmums var izvēlēties iecelt profesionālu patentpilnvarnieku, kas to pārstāvēs vai palīdzēs tam iesniegt pieteikumu un pabeigt reģistrācijas procesu. Dažas valstis pieprasa, lai pieteikuma iesniedzēji ieceltu profesionālu patentpilnvarnieku. Šādos gadījumos var būt nepieciešama pilnvara pārstāvības apliecināšanai.
- 4. Pieteikuma ekspertīze.** Intelektuālā īpašuma iestādes parasti pārbauda, vai ir izpildītas pieteikuma formālās prasības, piemēram, vai dizainparauga attēls ir pietiekami kvalitatīvs un vai ir

samaksātas visas maksas. Daudzas intelektuālā īpašuma iestādes veic arī pārbaudi pēc būtības, lai noteiktu, vai dizainparaugs atbilst aizsardzības piešķiršanas kritērijiem.

- 5. Reģistrācija vai aizsardzības piešķiršana.** Parasti dizainparaugam piešķir tiesisko aizsardzību, ja tas ir jauns un tam ir individuāls raksturs. Tieši šīs prasības tiek ņemtas vērā, veicot ekspertīzi pēc būtības.
- 6. Atjaunošana.** Dizainparaugu aizsardzības ilgums dažādās valstīs ir atšķirīgs, bet ilgst vismaz desmit gadus. Daudzās valstīs aizsardzības termiņš ir sadalīts nākamajos atjaunojamajos periodos. Latvijā dizainparauga reģistrācija ir spēkā piecus gadus, skaitot no pieteikuma datuma. Šim termiņam beidzoties, reģistrāciju var atjaunot ikreiz uz jaunu piecu gadu periodu līdz dizainparaugu aizsardzības maksimālajam termiņam – 25 gadiem no pieteikuma datuma.

## Piezīmes

- 1** Skatīt <https://ipportal.wipo.int> un [www.lrpv.gov.lv/lv/precu-zimes/datubazes](http://www.lrpv.gov.lv/lv/precu-zimes/datubazes)
- 2** WIPO (2017). Making a Mark, pp. 44–45. [wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_900\\_1.pdf](http://wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_900_1.pdf)
- 3** Idem, pp. 60–61
- 4** Skatīt : [icann.org](http://icann.org) Vispārīgu pārskatu skatīt : [icann.org/en/system/files/files/domain-names-beginners-guide-06dec10-en.pdf](http://icann.org/en/system/files/files/domain-names-beginners-guide-06dec10-en.pdf)
- 5** “Delta” ir gan virtuves jaucējkrānu ražošanas uzņēmuma, gan lidsabiedrības preču zīme. Teorētiski abi varētu likumīgi pretendēt uz domēna vārdu <delta.com>. Tā kā domēna vārds pieder lidsabiedrībai, otrs zīmola īpašnieks pārdod preces kā <deltafaucet.com>.
- 6** Skatīt: [wipo.int/amc/en/domains/index.html](http://wipo.int/amc/en/domains/index.html)
- 7** WIPO (2019). Looking Good, pp. 15–16. [wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_498\\_1.pdf](http://wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_498_1.pdf)



# Starptautiskie tirgi



Patiesi veiksmes stāsti ir jaunuzņēmumiem, kas var uzrunāt globālo tirgu. Dažu valstu tirgi ir pietiekami lieli, lai atbalstītu jaunuzņēmumus, kas darbojas tikai vietējā tirgū. Taču, ja vietējais tirgus ir pārāk mazs, lai atbalstītu uzņēmuma izaugsmi, pēc iespējas agrāk ir jāsāk domāt globāli.

Izplatīta kļūda ir uzskatīt, ka vietējā līmenī veiksmīgs biznesa modelis vienlīdz labi darbosies arī starptautiskā mērogā. Daži biznesa modeļi, produkti vai pakalpojumi patiks dažiem tirgiem, bet ne citiem. Jaunuzņēmumam ir jāapsver, vai vispār ienākt tirgū, vai ir iespējams mainīt piedāvājumu, lai tas labāk atbilstu mērķa tirgum. Tam arī ir jāpārlicinās, ka tas ir pienācīgi finansēts, lai īstenotu globālās izaugsmes stratēģiju.

Būtībā ienākšana jaunā tirgū ir līdzīga jaunuzņēmuma uzsākšanai: uzņēmumam ir jānovērtē sava kapacitāte, jāizstrādā konkrēts biznesa modelis un jāizstrādā pamatotas finanšu prognozes. Tā kā tas sāk iekļūt jaunos tirgos, tas, visticamāk, izaicinās vietējos uzņēmumus un stimulēs vietējo novatorismu un viltotāju aktivitāti. Tāpēc tā ir aizsardzība mērķa tirgos var būt svarīgs veiksmīga stāsta nosacījums.

Uzņēmumiem ir jāpatur prātā, ka intelektuālā īpašuma tiesības ir teritoriālas, tās attiecas tikai uz teritoriju (valsti vai reģionu), kas ir piešķirusi tiesības. No tā izriet, ka šīs tiesības, ko jaunuzņēmums ir ieguvis vienā valstī vai reģionā, var nebūt spēkā esošas jurisdikcijās, kurās tas vēlas paplašināties.

Šīs tiesību akti mērķa valstī var atšķirties arī no jaunuzņēmuma mītnes valsts tiesību aktiem. Tam pēc iespējas agrāk ir rūpīgi jāapsver, kurās valstīs tas vēlas darboties, uz kurām eksportēt vai no kurām iegūt preces, lai noteiktu jurisdikcijas, kurās tas meklēs savu tiesību aizsardzību.<sup>1</sup>

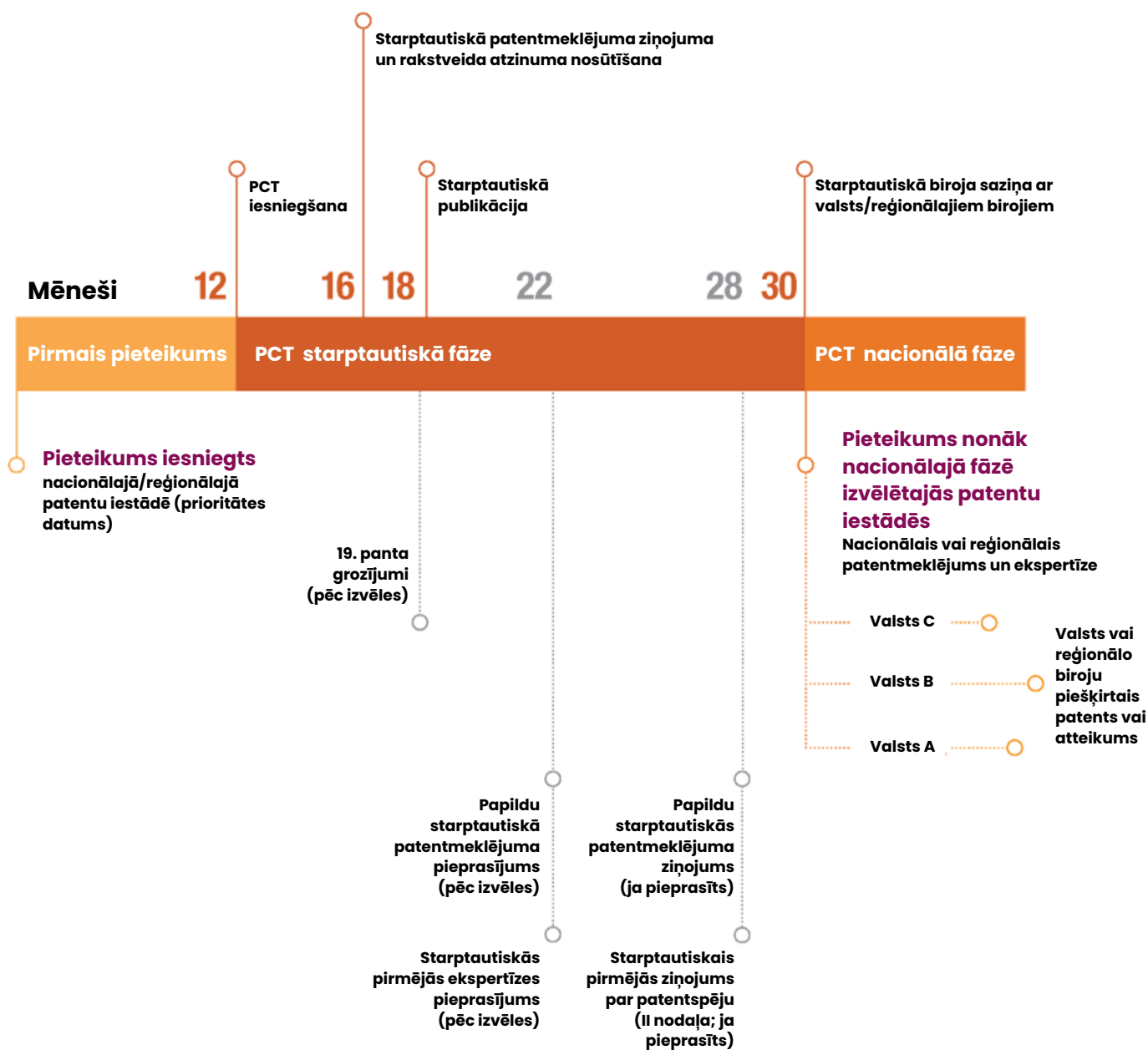
Parīzes konvencija izveidoja svarīgu mehānismu patentu, preču zīmju un dizainparaugu pieteikumu iesniegšanai vairākās valstīs.<sup>2</sup> Saskaņā ar šo mehānismu datumu, kurā valstī vai reģionā pirmo reizi iesniedz pieteikumu, sauc par prioritātes datumu. Jebkuri turpmākie pieteikumi, ko tas pats pieteicējs noteiktā laikposmā vēlāk (prioritātes periodā) iesniedz citās valstīs attiecībā uz to pašu izgudrojumu, tehnikas līmeņa nolūkos tiek uzskatīti par iesniegtiem prioritātes datumā. Prioritātes periods ilgst 12 mēnešus patentiem un sešus mēnešus preču zīmēm un dizainparaugiem.

## Patentu tiesību pieteikšana citās valstīs

Parasti jaunuzņēmums iesniedz nacionālu patenta pieteikumu savā mītnes valstī. Lai gūtu labumu no Parīzes konvencijas noteikumiem, jaunuzņēmumam, kas vēlas darboties ārvalstīs, 12 mēnešu laikā (prioritātes periods) ir jāiesniedz pieteikumi citās interesējošās valstīs.

WIPO pārvaldītais Patentu kooperācijas līgums (PCT) piedāvā uzņēmumiem efektīvu, ekonomiski izdevīgu un praktisku veidu, kā iegūt patenta aizsardzību vairākās valstīs.<sup>3</sup> PCT ļauj pieprasīt patenta aizsardzību izgudrojumam vienlaikus daudzās valstīs, iesniedzot vienu "starptautisku" patenta pieteikumu, nevis atsevišķus pieteikumus katrā valstī vai reģionā. Nacionālās un reģionālās patenta iestādes joprojām ir atbildīgas par patenta piešķiršanu tā sauktajā "nacionālajā fāzē".

## 2. attēls. Patentu kooperācijas līguma procedūra



## Ieguvumi

- Viens PCT pieteikums ar juridisku spēku visās PCT dalībvalstīs
- Saskaņotas formālās prasības
- Saņemt informāciju par patentspēju, lai atbalstītu stratēģisku lēmumu pieņemšanu
- Atlikt ievērojamas nacionālās izskatīšanas izmaksas uz 18 mēnešiem

## “Nacionālā fāze”

PCT pieteikumu var iesniegt no paša sākuma kā starptautisku pieteikumu vai 12 mēnešu laikā pēc pirmā nacionālā patenta pieteikuma.

### *Saskaņā ar PCT maršrutu (sk. 2. attēlu).*

1. Starptautiskais pieteikums tiek iesniegts sākumā; alternatīvi uzņēmums var iesniegt starptautisko pieteikumu 12 mēnešu laikā pēc nacionālā vai reģionālā pieteikuma iesniegšanas.
2. Pieteikums tiek publicēts 18 mēnešus pēc prioritātes datuma, ja vien pieteikuma iesniedzējs nepieprasa publicēšanu agrāk. Tā kā publikācijā tiek atklāta informācija par izgudrojumu, šis grafiks nozīmē, ka pieteikumi paliek noslēpumā 18 mēnešus no prioritātes datuma.
3. 30 mēnešu laikā no prioritātes datuma<sup>4</sup> pieteicējam ir jāizvēlas, kurās valstīs, kas ir PCT dalībvalstis, tas vēlas lūgt patentaizsardzību; viņa pieteikums šajās valstīs nonāk “nacionālajā fāzē”. Jaunuzņēmumam ir rūpīgi jānosaka tā uzņēmējdarbībai svarīgās valstis un jāveic pasākumi, lai iegūtu tajās aizsardzību, jo tā komerciālie panākumi var būt atkarīgi no tā, vai tā izgudrojums šajos tirgos ir aizsargāts. No otras puses, šajā posmā jaunuzņēmumiem ir jāveic ievērojams ieguldījums, jo izmaksas pieaug proporcionāli valstu skaitam, kas ir izvēlētas patentaizsardzībai. Katrā valstī uzņēmumiem ir jāmaksā nodevas, kā arī tulkošanas izmaksas, vietējo patentpilnvarnieku honorāru u. c. maksas.

4. PCT sistēma ir sistēma patentu pieteikumu iesniegšanai un izskatīšanai. Nav ne globālu, ne PCT patentu. Katra nacionālā vai reģionālā patenta piešķiršana ir jālūdz un patents ir jāiegūst atsevišķi. Katra jurisdikcija izlemj, vai piešķirt patentu, pamatojoties uz savas valsts tiesību aktiem.

5. PCT sistēma dod uzņēmumiem vairāk laika un sniedz vairāk informācijas nekā tradicionālā patenta sistēma, kuras pamatā ir Parīzes konvencija.

Parīzes konvencijas sistēmas maršrutā jaunuzņēmums var iesniegt pieteikumu savā mītnes valstī un pēc tam (prioritātes periodā) iesniegt pieteikumus citās valstīs.

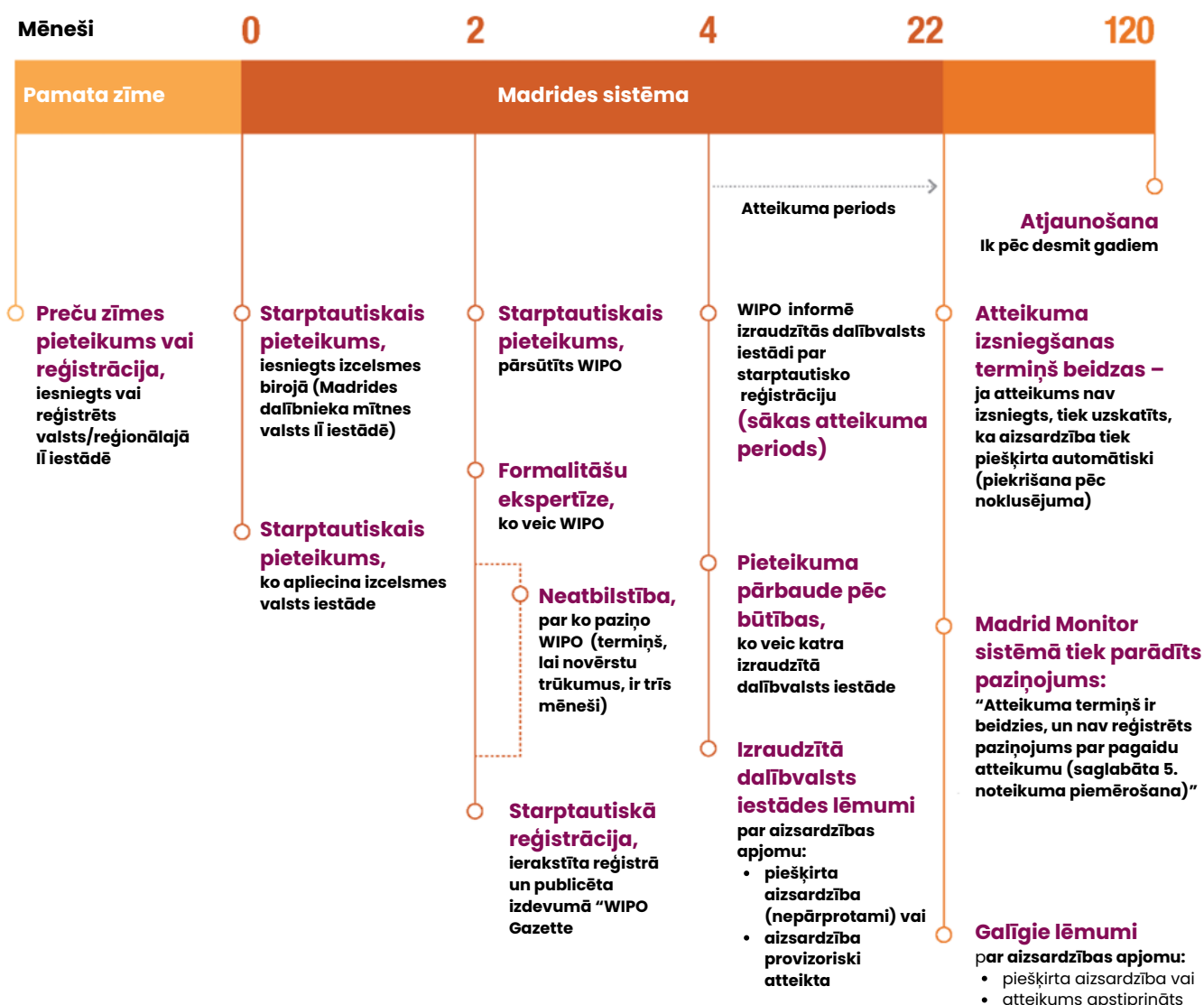
Saskaņā ar PCT jaunuzņēmums tā vietā, lai iesniegtu pieteikumus katrā valstī, kurā tas vēlas darboties, iesniedz vienu starptautisku PCT pieteikumu.

Jaunuzņēmums saņem starptautisku patentmeklējuma ziņojumu, un tiek piedāvātas iespējas pieprasīt starptautisku pirmējo ekspertīzi un papildu starptautisko patentmeklējumu.

PCT maršruts ļauj uzņēmumiem atlikt valsts vai reģionālās procedūras un ar to saistītās izmaksas līdz 30 mēnešiem.<sup>5</sup>

Kad jaunuzņēmums iesniedz starptautisko patenta pieteikumu, lai aizsargātu savus tehniskos jauninājumus starptautiskajos tirgos, tam būtu jāapsver arī savu preču zīmju un dizainparaugu tiesību nodrošināšana šajos tirgos.

### 3. attēls. Madrīdes sistēmas procedūra



### leguvumi

- Pieteikties tikai vienu reizi vienā valodā, lai reģistrētu zīmi līdz pat 116 valstīs
- Maksāt vienu maksu kopumu vienā valūtā
- Pārvaldīt atjaunošanu un grozījumus, izmantojot vienu centrālo sistēmu
- Paplašināt savas preču zīmes reģistrāciju citās valstīs, izmantojot vēlāko attiecinājumu



## Preču zīmju tiesību pieteikšana citās valstīs

Lai aizsargātu preču zīmi ārvalstīs, jaunuzņēmums var izvēlēties kādu no trim dažādām iesniegšanas stratēģijām atbilstoši tā globālajiem mērķiem un budžetam.

- Nacionālais maršruts. Jaunuzņēmums iesniedz atsevišķu pieteikumu nacionālajā preču zīmju iestādē katrā valstī, kurā tas lūdz aizsardzību.
- Reģionālais maršruts. Jaunuzņēmums piesakās aizsardzībai, izmantojot reģionālo preču zīmju reģistrācijas sistēmu, kurai ir juridisks spēks visās tās dalībvalstīs. Attiecīgās sistēmas ir Āfrikas Intelektuālā Īpašuma organizācija (OAPI), Āfrikas Reģionālā intelektuālā īpašuma organizācija (ARIPO), Beniluksa valstu Intelektuālā īpašuma valde (BOIP) un Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs (EUIPO).
- Starptautiskais maršruts. Iesniegšana notiek, izmantojot Madrides sistēmu.

Madrides sistēma, ko administrē WIPO, ir ērts un izmaksu ziņā efektīvs risinājums preču zīmju reģistrēšanai un pārvaldībai visā pasaulē (sk. 3. attēlu). Iesniedzot vienu pieteikumu vienā valodā un samaksājot vienu maksu kopumu, preču zīmes īpašnieks var pieteikties aizsardzībai vairākos tirgos.

Madrides sistēma arī ļauj mainīt, atjaunot vai paplašināt globālo preču zīmju portfeli, izmantojot vienu centralizētu sistēmu.

Saskaņā ar Madrides sistēmu starptautiskajam pieteikumam ir jāpamatojas uz valsts vai reģionālo pieteikumu vai reģistrāciju, kas ir pazīstama kā pamata zīme.

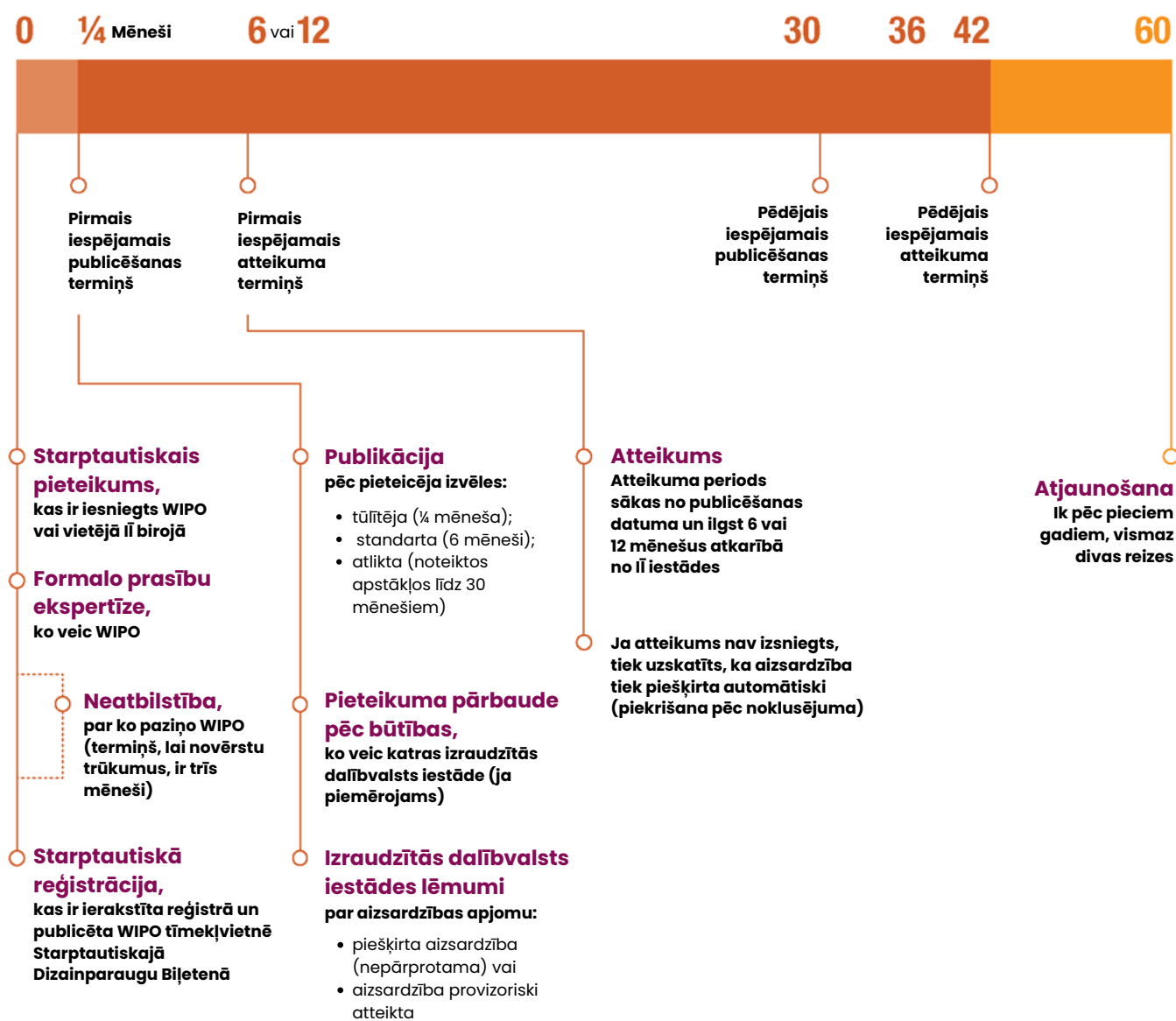
Pamata zīmei ir jābūt reģistrētai vai pieteiktai tās Madrides sistēmas dalībvalsts teritorijā, ar kuru ir saistīta pieteikuma iesniedzēja uzņēmējdarbība, juridiskā adrese vai valstspiederība.

Starptautiskais pieteikums vispirms ir jāiesniedz izcelsmes birojā (iestādē, kurā ir reģistrēta vai pieteikta pamata zīme). Pēc pieteikuma apstiprināšanas birojs iesniedz to WIPO. Kad WIPO ir izskatījusi pieteikumu un novērtējusi tā atbilstību formālajām prasībām, tas tiek reģistrēts starptautiskajā reģistrā un publicēts oficiālajā izdevumā "WIPO Gazette". Tiek paziņotas teritorijas, kurās tiek pieprasīta preču zīmes aizsardzība. Tās izlemj, vai piešķirt vai noraidīt zīmei aizsardzību.

Ja jaunuzņēmums iesniedz starptautisku pieteikumu Madrides sistēmā sešu mēnešu laikā pēc preču zīmes pieteikuma iesniegšanas nacionālajā vai reģionālajā iestādē (piemēram, Latvijas Patentu valdē vai Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojā), tas var norādīt sākotnējās iesniegšanas datumu kā prioritātes datumu. Tas nozīmē: ja konkurents iesniedz pieteikumu pēc šī prioritātes datuma par to pašu vai līdzīgu zīmi tirgū, kas interesē jaunuzņēmumu, pēdējais var apgalvot, ka tā pieteikums ir bijis pirms konkurenta pieteikuma, pamatojoties uz tā sākotnējās iesniegšanas datumu.

Ja jaunuzņēmums tomēr nokavēs šo sešu mēnešu periodu, tas nevarēs pretendēt uz prioritāti starptautiskajā pieteikumā un tam būs jāpaļaujas uz savas starptautiskās reģistrācijas datumu. Šādā situācijā tiks uzskatīts, ka konkurents, kas citā valstī ir iesniedzis pieteikumu pirms jaunuzņēmuma starptautiskās reģistrācijas datuma (bet pēc jaunuzņēmuma pirmās nacionālā vai reģionālā pieteikuma datuma), ir pirmais iesniedzis pieteikumu šajā citā valstī, un tādējādi jaunuzņēmums varētu neiegūt tiesības.

## 4. attēls. Hāgas sistēma



## leguvumi

- Vienā pieteikumā vienā valodā iekļaut līdz 100 dizainparaugu variantus, kas pieder vienai un tai pašai klasei vairākās jurisdikcijās
- Maksāt vienu maksu kopumu vienā valūtā
- Izvēlēties reģistrācijas publicēšanas laiku atbilstoši jūsu biznesa stratēģijai
- Pārvaldīt atjaunošanas un reģistrācijas izmaiņas, izmantojot vienu centrālo sistēmu

## Dizainparaugu tiesību pieteikšana citās valstīs

Lai aizsargātu dizainparaugu tiesības ārvalstīs, jaunuzņēmums var izvēlēties kādu no trim dažādām iesniegšanas stratēģijām atbilstoši tā globālajiem mērķiem un budžetam.

- **Nacionālais maršruts.** Jaunuzņēmums iesniedz atsevišķu dizainparauga pieteikumu nacionālajā intelektuālā īpašuma iestādē katrā valstī, kurā tas pieprasa aizsardzību, piemēram, Patentu valdē.
- **Reģionālais maršruts.** Jaunuzņēmums pieprasa aizsardzību, izmantojot reģionālo dizainparaugu reģistrācijas sistēmu, kurai ir juridisks spēks visās tās dalībvalstīs. Pašlaik tas ir iespējams Āfrikas Intelektuālā īpašuma organizācijā (OAPI), Beniluksa valstu Intelektuālā īpašuma birojā (BOIP) un Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojā (EUIPO).
- **Starptautiskais maršruts.** Jaunuzņēmums iesniedz starptautisku pieteikumu, izmantojot Hāgas sistēmu.

Hāgas sistēma, ko administrē WIPO, ļauj jaunuzņēmumiem iegūt, uzturēt un pārvaldīt dizainparaugu reģistrācijas vairākos tirgos visā pasaulē, izmantojot vienu starptautisku pieteikumu, kas ir iesniegts WIPO vienā valodā, maksājot vienu maksu kopumu. Tā kā Hāgas sistēma ir centralizēta sistēma, tā arī ievērojami vienkāršo turpmāko starptautisko reģistrāciju pārvaldību (sk. 4. attēlu).

Lai pieteicējam būtu tiesības iesniegt pieteikumu, tam ir jābūt līgumslēdzējas puses (valsts vai starpvaldību organizācijas, kas ir Hāgas vienošanās dalībvalsts)

pilsonim vai arī tam dalībvalsts teritorijā ir jābūt pastāvīgajai dzīvesvietai, vai jābūt uzņēmuma īpašniekam. Atšķirībā no Madrides sistēmas nav nepieciešams iepriekšējais valsts vai reģionāls pieteikums vai reģistrācija.

Starptautisks pieteikums tiek iesniegts tieši WIPO. Pēc saņemšanas WIPO pārbauda atbilstību formālajām prasībām. Ja prasības ir izpildītas, tā reģistrē pieteikumu starptautiskajā reģistrā un publicē to. Pieteikumā norādītās līgumslēdzējas puses noteiktā termiņā izlems, vai piešķirt aizsardzību vai noraidīt dizainparaugu saskaņā ar savu tiesību aktu prasībām.

Kā norādīts iepriekš, dizainparaugu tiesību prioritātes periods ir seši mēneši. Ja jaunuzņēmums ir iesniedzis pieteikumu vienā valstī vai reģionā un vēlas paplašināt savu aizsardzību arī citās valstīs vai reģionos, tas var to izdarīt, iesniedzot starptautisku pieteikumu Hāgas sistēmā sešu mēnešu laikā pēc pirmā pieteikuma iesniegšanas un pieprasīt prioritāti no pirmā pieteikuma iesniegšanas datuma. Prioritātes periodā pieteicējam ir prioritāte pār jebkuru citu, kurš piesakās uz tādu pašu vai līdzīgu dizainparaugu pēc pieteikuma iesniedzēja prioritātes datuma. Tāpat kā patentu gadījumā, kad šis periods ir beidzies un pirmais pieteikums ir publicēts, dizainparaugu vairs nevar uzskatīt par "jaunu" un tas var nebūt piemērots aizsardzībai citās teritorijās.



## Dibinātāji:

Solvita Kostjukova, Dāvids Štēbelis  
Ģirts Ozols

## Investori:

Sampsa Juhana Auvinen  
SIA "Acme Corporation"

## Galvenais intelektuālais īpašums

Divas preču zīmes.

Patentu saime, kurā ir vairāk nekā 33 patenti, tostarp Eiropas patents, ASV patents, Japānas patents, Dienvidkorejas patents, Kanādas patents, Indijas patents un citi.

Zinātība.

Komercnoslēpumi.

**Tīmekļa vietne:** [www.alina-premium.com](http://www.alina-premium.com)

ALINA SIA ir Latvijas jauno zinātnieku dibināts jaunuzņēmums. Viens no uzņēmuma virzītājspēkiem ir Solvita Kostjukova. Būdam ALINA SIA valdes priekšsēdētāja un uzņēmuma dalībniece, Solvita ir arī ļoti motivēta un enerģiska piecu bērnu māmiņa. 2015. gadā dibinot uzņēmumu, Solvita nolēma attīstīt un komercializēt inovatīvas krāsu un pārklājumu piedevas koncepciju, ko ir radījis viņas tēvs Juris Kostjukovs.

## Produkts

Viens no uzņēmuma galvenajiem produktiem ir jauns un videi draudzīgs montmorilonīta minerālmateriāls, kas pagarina dabisko krāsu un citu pārklājumu un apdares produktu kalpošanas laiku un uzlabo to izskatu. Tas ir videi draudzīgs, nekaitīgs, nealerģisks, zemu CO2 izmešu materiāls.

Materiālam ir piešķirts sudraba līmeņa materiāla veselības sertifikāts; tas atbilst ES un virknei nacionālo ekomarķējumu prasībām.



## Intelektuālais īpašums un produkts

Jaunā tehnoloģija ļauj ALINA SIA iegūt organisko mālu ūdenī vai dabīgos eļļas šķīdinātajos, lai to pēc iespējas labāk iestrādātu pārklājuma sistēmās. Tehnoloģija ļauj panākt pilnīgu komponentu savietojamību, novēršot aglomerātu veidošanos, kā arī nodrošināt lielisku izkliedes ātrumu un vienmērīgu daļiņu sadalījumu.

Patentu datubāzes, piemēram, Patentscope un Espacenet, ir sniegušas lielu palīdzību ALINA SIA, attīstot izgudrojuma koncepciju. Datubāzes sniedza plašas iespējas agrāko tehnoloģiju risinājumu pētīšanai un parādīja, kā līdzīgas tehniskās problēmas ir risinājuši citi zinātnieki, tādējādi ļaujot ietaupīt laiku un resursus eksperimentēšanai, kā arī dažādu koncepciju pārbaudei. Tās pašas patentu datubāzes uzņēmums ALINA SIA ir izmantojis iepriekšējās rīcības brīvībai meklējumu veikšanai, lai pārbaudītu savu spēju komercializēt tehnoloģiju un produktu, nepārkāpjot citas personas spēkā esošas patenttiesības. Ņemot vērā lēmuma svarīgumu un patentu pretenziju analīzes sarežģītību, atzinumi par rīcības brīvību tika pasūtīti profesionālajiem patentpilnvarniekiem.

Lai izstrādātu produktu un nodrošinātu tehnoloģijas patentaizsardzību, uzņēmums ALINA SIA ir saņēmis dažādus ES fondu finansējumus. Tas ļāva uzņēmumam ieviest Patentu kooperācijas līgumu (PCT) nacionālajā un reģionālajā fāzē vairākās valstīs, lai nodrošinātu tehnoloģijas patentaizsardzību galvenajos tirgos. Produkts ir veiksmīgi apstiprināts ES tirgū. Tagad jaunuzņēmums gatavojas atsaukties pieaugošajam globālajam pieprasījumam pēc tā produkcijas.

## Autortiesību aizsardzības iegūšana citās valstīs

Autortiesības ir spēkā automātiski visās Bernes konvencijas dalībvalstīs. Latvija ir Bernes konvencijas par literatūras un mākslas darbu aizsardzību dalībvalsts. Bernes konvencija nosaka dažus kopīgus elementus, taču daudzi jautājumi ir atstāti katras dalībvalsts ziņā. Tādēļ informācija par aizsardzību dažādās jurisdikcijās var nedaudz atšķirties. Tā kā autortiesībām ir teritoriāls raksturs, katrā valstī nodrošinātā aizsardzība atspoguļota attiecīgās valsts tiesību aktos.

6

## Piezīmes

**1** Valstu lī iestāžu kontaktinformācija:

[www.wipo.int/directory/en/urls.jsp](http://www.wipo.int/directory/en/urls.jsp)

**2** 1883. gada Parīzes konvencija, ko administrē WIPO, bija pirmais nozīmīgais starptautiskais līgums par rūpnieciskā īpašuma tiesību, tostarp patentu, aizsardzību.

**3** PCT ir starptautisks līgums ar vairāk nekā 150 līgumslēdzējām valstīm.

**4** Ir izņēmumi. Vissvarīgākais ir tas, ka gan Eiropas Patentu iestāde, gan Korejas Intelektuālā īpašuma iestāde pieļauj 31 mēnesi.

**5** Ir pieejami vairāki maksu atvieglojumi. Skatīt BUJ "Vai saskaņā ar PCT ir pieejami maksu atvieglojumi?" vietnē :

[www.wipo.int/pct/en/faqs/faqs.html](http://www.wipo.int/pct/en/faqs/faqs.html)

**6** Bernes konvencija par literāro un mākslas darbu aizsardzību. Skatīt :

[www.wipo.int/treaties/en/ip/berne](http://www.wipo.int/treaties/en/ip/berne)



# Citi stratēģiski IĪ izmantošanas veidi



Kad jaunuzņēmums iegūst vienu vai vairākas intelektuālā īpašuma tiesības, tas iegūst aktīvus, ko var stratēģiski izmantot savā biznesā. Tas to var paveikt, tieši integrējot IĪ savu produktu un pakalpojumu ražošanā vai tirdzniecībā, tādējādi stiprinot to konkurētspēju, kā jau minēts iepriekš. Tas var arī izmantot IĪ, lai radītu papildu ieņēmumu plūsmas, nodrošinātu finansējumu, piesaistītu partnerus, līdzstrādniekus un darbiniekus un palielinātu uzņēmuma vērtību. Turpinājumā apsvēsim šīs iespējas.

## Licencēšana

Kā arī (vai tā vietā), lai izmantotu IĪ savā pamatdarbībā, jaunuzņēmums var izmantot savus IĪ aktīvus, dodot tiesības izmantot tos citiem. IĪ ir nemateriāls aktīvs, un tam ir tā priekšrocība, ka atšķirībā no materiālajiem vai fiziskajiem aktīviem, tas ir mērogojams. Tas ir aktīvs, ko vienlaikus var izmantot daudzi lietotāji, nemainot tā būtību un kvalitāti.

Atļaujas piešķiršanu kādam citam izmantot IĪ, vienlaikus saglabājot īpašumtiesības uz pamatā esošajām tiesībām, sauc par licencēšanu. Tā ir līgumiska vienošanās (solījumu apmaiņa), kurā viena puse (licenciārs) piekrīt ļaut citai pusei (licenciātam) izmantot licenciāram piederošo IĪ apmaiņā pret kaut ko vērtīgu, parasti periodiskiem maksājumiem (rojalti).<sup>1</sup>

Šis mehānisms ļauj jaunuzņēmumam ar intelektuālā īpašuma tiesībām radīt papildu ieņēmumu plūsmas, licencējot daļu savu IĪ aktīvu trešām personām (sk. 5. attēlu). Tas var iesaistīt licenciātus tajā pašā ģeogrāfiskajā apgabalā, kurā tas darbojas, vai citos ģeogrāfiskajos apgabalos, kur piekļuves nodrošināšana IĪ nekaitēs jaunuzņēmuma konkurētspējai. Jaunuzņēmumam pat var šķist izdevīgi licencēt savu tehnoloģiju tiešajiem konkurentiem, vai nu ierobežojot lietošanas jomu, vai izmantojot savstarpējās licencēšanas shēmu, kurā jaunuzņēmums var piekļūt arī sava konkurenta IĪ portfelim. Lielākā daļa IĪ ietilpīgo uzņēmumu strukturēs savu IĪ portfeli, lai identificētu IĪ aktīvus, kurus tie vēlas licencēt, nodalot tos no IĪ aktīviem, kurus tie uzskata par pārāk stratēģiskiem, lai licencētu.

## 5. attēls.

### Vienkāršota IĪ portfeļa klasifikācija

|   |  |
|---|--|
| 1. Uzņēmumam kritiski svarīgi: nelicencēt.      | <b>1. ailē</b> ir iekļauti intelektuālā īpašuma aktīvi, kurus uzņēmums uzskata par galvenajām vai stratēģiskām tehnoloģijām, kuras tas nelicencēs, izņemot partneriem, piemēram, pārdevējiem un piegādātājiem;   |
| 2. Kritiski, bet sabiedrībai svarīgi: licencēt. | <b>2., 3. un 4. aile</b> – būs pieejami licencēšanai.<br>2. ailē ir iekļautas tehnoloģijas, kuras uzņēmums uzskata par galvenajām vai stratēģiskām, bet kuras tas ir nolēmis licencēt kā sabiedrisko labumu (piemēram, tāpēc, ka tās glābj dzīvības).  |
| 3. Nav kritiski: licencēt.                      | <b>3. ailē</b> ir iekļauti IĪ aktīvi, kas nav būtiski un kurus var apsvērt licencēšanai.   |
| 4. Nav kritiski: nodalīt vai licencēt.          | <b>4. ailē</b> ir norādīts IĪ, kam nav lielas vērtības uzņēmumā. IĪ aktīvu uzturēšana šajā kategorijā nozīmēs izmaksas. Tādēļ uzņēmums mēģinās licencēt vai pārdot šos aktīvus. Ja tie noteiktā laikā netiek komercializēti, ar tiem saistītās intelektuālā īpašuma tiesības netiks uzturētas. |

Ī licences var strukturēt dažādos veidos. Piemēram, Ī var licencēt [tikai] vienai personai, un to sauc par izņēmuma licenci. Saskaņā ar daudzām izņēmuma licencēm Ī īpašnieki patur tiesības, piemēram, iespēju iekļaut Ī savos piedāvājumos. Kā arī vienas un tās pašas Ī tiesības var licencēt vairākām personām, un to sauc par vienkāršu jeb neekskluzīvu licenci. Līgumus var strukturēt tā, lai licenciātam piešķirtu tiesības dalīties savās tiesībās ar citām personām, – to sauc par apakšlicencēšanu. Tāpat ir ierasts ierobežot licences tikai noteiktām teritorijām vai darbībām. Licences līgumi ir elastīgi dokumenti, kurus var pielāgot pušu vajadzībām. Tomēr atkarībā no mērķiem un priekšmeta, pareiza licences līguma izstrāde bieži ir sarežģīta. Šādos gadījumos ir nepieciešams profesionāļa padoms. Lai gan licences līgumi var būt ļoti atšķirīgi, ir iespējams identificēt izplatītākās problēmas.

- Lielākā daļa jurisdikciju pieprasa, lai licences līgumi būtu izpildīti rakstveidā.
- Vairākās valstīs licences līgumi ir jāreģistrē valsts iestādē, piemēram, Latvijā licences līgums, kura priekšmets ir patenta lietošanas tiesības, attiecībā uz trešajām personām stājas spēkā tikai pēc tā reģistrācijas Patentu valdē. Attiecībā uz preču zīmju licencēšanu Latvijas likuma noteikumi nav tik strikti, tomēr arī preču zīmes licences reģistrācija Patentu valdē ir vēlama.
- Licences līgumu pamatā ir piešķiršanas un rojalti noteikumi.<sup>2</sup> Piešķiršanas noteikumi nosaka, kādu intelektuālā īpašuma objektu lietošanas tiesības tiek piešķirtas, un jebkādas ierobežojumus, kas var tikt piemēroti. Rojalti noteikumi attiecas uz to, ko licenciārs saņem kā vērtību apmaiņā par licences piešķiršanu.

- Līgums, ar kuru tiek licencētas intelektuālā īpašuma tiesības, nekad nevar būt ilgāks kā piešķirtā Ī spēkā esības termiņš.<sup>3</sup>
- Ja licences līgums attiecas uz vairākām jurisdikcijām, šīs jurisdikcijas ir atsevišķi jānorāda piešķiršanas noteikumos vai, ja nepieciešams, par tām būtu jāslēdz atsevišķi līgumi. Patš par sevi saprotams, ka visām intelektuālā īpašuma tiesībām, uz kurām attiecas licences līgums, jau ir jābūt iegūtām attiecīgajās valstīs.
- Ja preču zīme tiek licencēta, licenciātam ir jāizstrādā skaidri noteikumi, lai kontrolētu pareizu licencētās preču zīmes izmantošanu un tā produkta kvalitāti, saistībā ar kuru licencētā preču zīme tiek izmantota, lai nodrošinātu, ka tas atbilst tam, ko sagaida patērētājs attiecībā uz produktiem ar šo preču zīmi.
- Ja licenciātam ir jāpiešķir trešām personām piekļuve licenciāra intelektuālā īpašuma tiesībām, licenciātam ar licences līgumu ir jāsaņem tiesības piešķirt apakšlicenci, līdz ar to licenciāts kļūst par licenciāru apakšlicenciātam.

Jāņem vērā, ka dažas pušu saistības vienai pret otru saglabāsies arī pēc līguma izbeigšanas. Tiesības, kas paliek spēkā, mainīsies atkarībā no licencētā priekšmeta un līguma satura. Tomēr labi izstrādātā līgumā būs noteikumi, kas ļauj licenciāram saņemt pienākošos rojalti; ļauj licenciātam pārdot licencētos produktus, kas joprojām atrodas krājumos; iekļauj savstarpējas konfidencialitātes un neizpaušanas pienākumus un paredz tiesības veikt ierobežotu auditu pēc izbeigšanas utt. Ja Ī ir kopīpašums, licencēšanas iespēja var būt atkarīga no jurisdikcijas un līgumiem starp pusēm.



# AERONES



### Dibinātāji:

Jānis Putrāms

Dainis Krūze

### Galvenais intelektuālais īpašums

Piecas preču zīmes, kas reģistrētas Eiropas Savienībā un ASV. Deviņas patentu saimes, kas ietver patentu pieteikumus ASV un Eiropas patentu pieteikumus. Zinātība. Komercnoslēpumi. Autortiesības uz programmatūru. Domēna vārds.

Tīmekļa vietne: [www.aerones.com](http://www.aerones.com)

### Uzņēmums un produkts

AERONES ENGINEERING SIA ir inovatīvs jaunuzņēmums, kas nodibināts 2007. gadā. AERONES ENGINEERING ir daļa no Sensum Grupa AS un UGN AS holdinga. Uzņēmums sākotnēji piedāvāja bezpilota lidaparātus ar kravnesību līdz 200 kilogramiem, kas varēja darboties gaisā neierobežotu laiku. Šie lieljaudas bezpilota lidaparāti bija paredzēti tādiem īpašiem uzdevumiem kā vēja turbīnu tīrīšana, apkope un atledošana, ēku fasāžu mazgāšana, ugunsgrēku dzēšana augstceltnēs. 2020. gadā AERONES paziņoja par specializāciju robotikas produktos, kas ir orientēti uz vēja turbīnu lāpstiņu un torņu pārbaudi, tīrīšanu, apkopi un remontu.

AERONES talantīgo, aizrautīgo inženieru un uzņēmēju komanda pārveido vēja turbīnu lāpstiņu apkopes nozari, padarot turbīnu lāpstiņu ekspluatācijas un apkopes pakalpojumus ātrākus, drošākus un efektīvākus. Daudzi no pasaulē lielākajiem vēja ražotājiem tagad sadarbojas ar AERONES. Ilgtermiņa pakalpojumu līgumi ar nozares līderiem ļāva AERONES biznesam pieaugt vairāk nekā desmitkārtīgi.

2022. gadā uzņēmums ir apkalpojis vairāk nekā 5000 vēja turbīnas vairāk nekā 20 valstīs visā Eiropā, Ziemeļamerikā un Dienvidamerikā. Uzņēmums ir izstrādājis jaunus risinājumus, kas ļauj tam darboties arī jūras vēja turbīnu tirgū.

### Intelektuālais īpašums un produkts

Jau kopš darbības sākuma AERONES pievērsa pienācīgu uzmanību intelektuālajam īpašumam — visiem daudzsoļajiem jaunajiem risinājumiem tika pārbaudīta patentspēja, un pirms atklāšanas sabiedrībai tie tika pieteikti patentaizsardzībai. Tāpat uzņēmums veica nepieciešamos pasākumus, lai nodrošinātu komercnoslēpumu aizsardzību.

AERONES neticami straujā attīstība un panākumi nebūtu iespējami bez savlaicīgas ievērojama kapitāla piesaistes. Uzņēmums atzīst, ka viens no galvenajiem šādu panākumu faktoriem ir investoru pārliecība par uzņēmuma visaptverošu un apzinātu intelektuālā īpašuma aizsardzību, kas tirgū ļauj kontrolēt pieeju tehnoloģijām, paaugstina uzņēmuma vērtību un nodrošina lielāku investīciju drošību.

Pieejamie patentu analīzes rīki ļāva uzņēmumam izveidot uzskatāmus patentu ainavas pārskatus un nodrošināt investoriem momentuzņēmumus ar konkrētas tehnoloģijas patentu situāciju. Pareizi izstrādāta un īstenota lī aizsardzības stratēģija ļāva AERONES nopelnīt investoru uzticību. AERONES ir piesaistījis 9 miljonus ASV dolāru sākuma finansējumam, lai paātrinātu robotizētu vēja turbīnu apkopes un pārbaudes globālo mērogošanu. Tāpat uzņēmums no Eiropas Jūrlietu un zivsaimniecības fonda ir piesaistījis 2,5 miljonu eiro finansējumu pētniecībai un attīstībai, lai sadarbībā ar citiem tirgus līderiem, kam ir nepieciešamā kompetence, pielāgotu savus robotus jūras apstākļiem.

AERONES sagaida, ka ienākšana jūras vēja turbīnu tirgū un savu lī aktīvu licencēšana radīs arvien lielāku tās uzņēmējdarbības daļas pieaugumu.

**Jaunuzņēmumam, iespējams, ir jāiegūst arī IĪ, kas tam ir nepieciešams tā uzņēmējdarbībai, un jāpiekļūst tam. Apsvērsim, piemēram, šādu situāciju.**

- Universitātei pieder IĪ. Tā atvasina jaunuzņēmumu, lai attīstītu un komercializētu šo IĪ. Ideālā gadījumā jaunuzņēmumam pieder IĪ, bet universitāte nevēlas vai nespēj to nodot. Tāpēc jaunuzņēmumam ir jāsaņem licence.
- Rīcības brīvības (FTO) nodrošināšana. Šādā situācijā jaunuzņēmumam ir nepieciešama piekļuve trešās personas IĪ, lai izstrādātu un komercializētu savus produktus vai pakalpojumus. Rīcības brīvība, visticamāk, tiks nodrošināta ar licencēšanas palīdzību. Nodrošinot licenci, ir jāņem vērā, kādas būs uzņēmuma vajadzības, kad tas izaugs vai kad tas tiks potenciāli pārdots citai struktūrai. Ja neparedzēti apstākļi netiek ņemti vērā iepriekš, jaunuzņēmumam, iespējams, ir atkārtoti jāapspriež licences nosacījumi, kas var būt dārgi vai neiespējami.

4

## **Tiesību nodošana**

Tiesību nodošana ir IĪ īpašuma pārdošana. Piešķirējs nodod īpašumtiesības aktīvu pārņēmējam, parasti, bet ne vienmēr, par noteiktu vērtību. Nodošana var būt par nominālu atlīdzību, ja tas ir pieļaujams. Kad tiesību nodošanas process ir pabeigts, pārņēmējam ir visas piešķirtās IĪ tiesības. Nodošanas procesam dažādās valstīs tiek piemēroti atšķirīgi noteikumi, un, lai to varētu īstenot attiecībā uz trešām personām, tas var būt jāreģistrē valsts reģistrā. Ja tiek nodotas IĪ tiesības vairākās jurisdikcijās, pusēm ir jāpatur prātā IĪ tiesību nacionālais raksturs un aktīva pārdošanai ir jāatbilst piemērojamiem tiesību aktiem katrā no attiecīgajām jurisdikcijām. Jāatzīmē, ka ir iespējama jaukta pieeja nodošanai un licencēšanai. Piemēram, tehnoloģija, uz kuru attiecas divi atsevišķi patenti divās dažādās valstīs. Jaunuzņēmums var iegūt patentu valstī A nodošanas ceļā un izmantot patentu valstī B, noslēdzot licences līgumu.

## **Piekļuve finansējumam**

Kamēr jaunuzņēmums negūst pietiekamus ienākumus savas darbības uzturēšanai, tam ir nepieciešams finansējums. Jebkuram jaunuzņēmumam ir jātērē nauda, pirms tas var nopelnīt naudu. Šī ir bēdīgi slavenā "nāves ieleja", kas jaunuzņēmumam ir jāšķērso. Tā kā jaunuzņēmums diez vai gūs pietiekamus ienākumus, uzsākot darbību, tam ir jābūt pietiekamam kapitālam, lai segtu darbības izmaksas, līdz tas kļūs pašpietiekams. Dažos gadījumos uzņēmuma dibinātāji finansē jaunuzņēmuma darbību.

Būtu rūpīgi jāizvērtē, vai vienam licenciāram ir tiesības vienpusēji licencēt tiesības citiem. Daudzos gadījumos kopīpašniekiem ir jāpaziņo vai jāsaņem atļauja no citiem kopīpašniekiem. Bieži vien licences ar kopīpašnieka konkurentiem var tikt ierobežotas ar vienošanos.

## **PRIMEKSS licencēšanas stratēģija**

PRIMEKSS rada savu tehnoloģiju betona konstrukciju jomā un veido lī portfolio atbilstoši uzņēmuma ilgtermiņa stratēģiskajiem mērķiem.

PRIMEKSS nošķir savu pamattehnoloģiju un blakustehnoloģijas licencēšanai un ir atvērts savu blakustehnoloģiju licencēšanas iespēju apspriešanai, ņemot vērā licenciāta iespējas efektīvi komercializēt tehnoloģiju.

PRIMEKSS arī pēta savu patentēto tehnoloģiju pretlicencēšanas iespējas ar citiem uzņēmumiem, ja patentu pretlicencēšana ir izdevīga abām pusēm. Šo diskusiju laikā PRIMEKSS apsver riskus, ka slikta stratēģija vai izpilde var iedragāt produkta panākumus vai ka slikta kvalitātes vadība var sabojāt tā zīmolu vai produktu reputāciju.

PRIMEKSS arī vēlas piedalīties patentu portfeļa programmās. Ja konsorcijs ir ieinteresēts tehnoloģijās, kas ir jomās, kurās PRIMEKSS darbojas, uzņēmums ir gatavs iekļaut savus tehnoloģiju patentus patentu fondos (patent pools).

Ja licencēšana ir jaunuzņēmuma galvenais biznesa modelis un licenciātu nodrošināšana ir tā galvenais ienākumu avots, uzņēmums nedrīkst pārdot produktus vai pakalpojumus, bet jānodrošina piekļuve tehnoloģijai, izmantojot licences līgumus. "Bluetooth" vai "Dolby" ir uz licencēšanu balstītu biznesa modeļu piemēri. "Dolby" licencē savas tehnoloģijas oriģinālā aprīkojuma ražotājiem (OEM), lai tās iekļautu patērētāju izklaides produktos.

Tas pats attiecas uz jaunuzņēmumiem, kas gūst peļņu no autortiesībām, bieži vien licencējot programmatūru trešām personām. Atkarībā no biznesa modeļa, lī un nozares, uz licencēšanu balstīts jaunuzņēmums var būt liela apjoma (apstiprina vairākas salīdzinoši zemas vērtības licences dienā) vai maza apjoma (viena augstvērtīga licence gadā), un atbilstoši tā profilam būs jāizveido atbilstošas pirmslicencēšanas procedūras uzņēmējdarbības attīstībai, pārrunām un naudas plūsmas pārvaldībai, kā arī atbilstošas licencēšanas stratēģijas un standarta līgumi.

Tomēr lielākajai daļai ir nepieciešams finansējums, bieži vien ievērojamus apmēros. Tāpēc daudzi jaunuzņēmumi vēršas pie dažādiem finansējuma avotiem gan darbības sākumā, gan izaugsmes laikā. To darot, finansētājiem parasti ir jābūt pārliecinātiem, ka jaunuzņēmums ir veicis atbilstošus pasākumus, lai izpētītu līcainu un aizsargātu savu līcī. Daži finansējuma avoti ir apkopotī turpmāk un finansēšanas fāzes ir atainotas 6. attēlā.

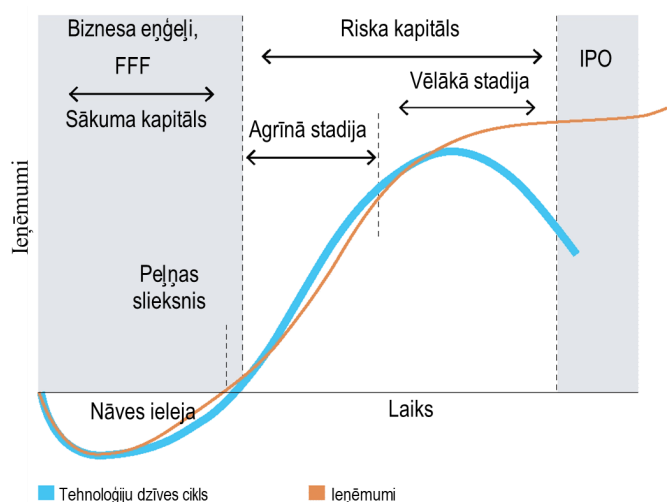
## Valsts dotācijas

Tehnoloģijas, kuru klasifikācija ir TRL4 vai zemāka, visticamāk, nesaņems finansējumu no tradicionālajiem ieguldītājiem, jo tās rada ievērojamus tehnoloģiju un uzņēmējdarbības riskus. Turklāt juridiskas personas, kas varētu saņemt finansējumu, var arī nebūt. Tehnoloģija parasti ir izstrādes stadijā, bieži vien lielākā iestādē, piemēram, universitātē. Šajā brīdī TRL palielināšanai nepieciešamais finansējums parasti ir vai nu no universitātes pētniecības budžeta, vai no valdības.

Šim vispārīgajam noteikumam ir izņēmumi. Dažas valdības ir izveidojušas nelielus dotāciju mehānismus, lai veicinātu uzņēmējdarbību, kas nodrošina dotācijas vai ilgtermiņa aizdevumus, lai jaunuzņēmumi varētu patstāvīgi izstrādāt un apstiprināt savas tehnoloģijas vai biznesa modeļus. Retāk biznesa eņģelis ir gatavs piešķirt nelielu summu apstiprināšanas un pētniecības un attīstības posma finansēšanai.

Oficiālās pētniecības dotācijas, visticamāk, noteiks nosacījumus jebkura intelektuālā īpašuma, kas ir radīts ar finansējumu, īpašumtiesībām un izmantošanai ("jauns līcī"). Tādējādi valsts iestādei vai universitātei, kurā tiek veikts pētījums, var būt pretenzijas uz jaunām intelektuālā īpašuma tiesībām, kas var mazināt uzņēmēja spēju tās brīvi izmantot jaunuzņēmumā.

## 6. attēls. Finansēšanas posmi



Šis vispārīgais finansējuma avotu grafiks atspoguļo ekosistēmas ar senu ieguldījumu vēsturi jaunuzņēmumos. Praksē finansēšanas noteikumi dažādās valstīs atšķiras.

Jāņem vērā, ka finansējumu pirms ieņēmumiem (šķērsojot nāves ieleju) parasti nodrošina "draugi, ģimene un muļķi" (FFF), biznesa eņģeli un, iespējams, valsts dotācijas.

Lielākā daļa riskā kapitāla (VC) finansētāju dod priekšroku ieguldījumiem uzņēmumos, kuriem jau ir pozitīva naudas plūsma (gūst vairāk ienākumu nekā tērē). Daži agrīnās stadijas riskā kapitāla fondi, parasti augsto tehnoloģiju jomās, veic ieguldījumus pirmsieņēmumu posmā.

Parasti jaunuzņēmumam ir vairāki līdzekļu vākšanas posmi, sākot no biznesa eņģeļu ieguldījumiem līdz riskā kapitāla finansējumam. Katrā posmā ieguldītā summa būs ievērojami lielāka nekā iepriekšējā.

Jāņem vērā, ka agrīnā stadijā ieņēmumu līkne (oranžā krāsā), visticamāk, sekos tehnoloģiju dzīves cikla līknei (zilā krāsā). Galvenā mācība šeit ir tā, ka, ja jaunuzņēmums neturpina ieviest jauninājumus, bet paļaujas uz sākotnēji izstrādāto tehnoloģiju, tā ieņēmumi, iespējams, mazināsies, tehnoloģijai novecojot.

Ja ir izmantoti universitātes resursi (laboratorijas, materiāli, cilvēkresursi) vai ja uzņēmējs ir noslēdzis darba līgumu ar universitāti, universitātei vai personām, kas finansēja pētniecību, var būt pilnīga vai daļēja pretenzija uz radīto IĪ. Tas ir atkarīgs no vietējiem tiesību aktiem un universitātes politikas;<sup>5</sup> tāpēc jaunuzņēmumu veidotājiem ir rūpīgi jāpārbauda vietējie tiesību akti un universitātes IĪ tiesību pārvaldības un izmantošanas politika.

Sadarbības projektu, konsorciju un starptautisku pētniecības programmu finansēšanu var noteikt līdzīgos veidos, kas arī ierobežo paredzamo jauno IĪ izmantošanu un piešķiršanu. Turklāt projekts var "prasīt", lai projekta partneri padarītu savu IĪ ("uzkrātais IĪ") pieejamu projekta partneriem. Ja jaunuzņēmuma biznesa modelim ir jāizmanto jaunais IĪ, kas var būt atkarīgs no trešās personas uzkrātā IĪ, uzņēmējam var nākties risināt rīcības brīvības (FTO) problēmas.

Jaunuzņēmumi var gūt labumu arī no citām valdības shēmām, kas ir paredzētas inovāciju atbalstam. Piemēram, daži nodokļu režīmi ļauj uzņēmumiem nodokļu deklarācijās atskaitīt pētniecības un attīstības izmaksas, tādējādi mazinot izmaksas. Citas shēmas, piemēram, dažās valstīs pazīstamā "Patent Box", piešķir uzņēmumiem nodokļu atvieglojumus par ieņēmumiem, ko tie gūst no intelektuālā īpašuma tiesībām.

Latvijā darbojas vairākās programmas, kas ir paredzētas jaunuzņēmumu un inovāciju atbalstīšanai. Valsts iestāde, kas koordinē inovāciju motivācijas programmu, jaunuzņēmumu atbalsta programmas, inovāciju vaučeru atbalsta pakalpojumus, programmu pētniecības rezultātu komercializācijai un citas programmas, ir Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra (LIAA).<sup>7</sup>

## **Draugi, ģimene un muļķi (FFF)**

Jebkurā posmā jaunuzņēmumi var piekļūt neinstitucionālam finansējumam no draugiem vai ģimenes. Visbiežāk šādi līdzekļi ir aizdevumi, kas bieži ir mazi, parasti tiem nav pievienota oficiāla vienošanās, un tie var nebūt iekļauti jaunuzņēmuma uzskaitē.

Ja tas pieņem FFF līdzekļus, jaunuzņēmumam ir jādokumentē šī kapitāla pieplūde, lai nepieļautu iespējamās juridiskas vai nodokļu saistības nākotnē.

Ja dibināšanas uzsākšana un sākumposms ir pašfinansēti, IĪ īpašumtiesību piederība var kļūt neskaidra, ja ir vairāk nekā viens līdzdibinātājs. Partneriem būtu pēc iespējas agrāk jārisina jautājums par IĪ piederību. To parasti veic, izmantojot Dalībnieka līgumu. Piemēram, viens līdzdibinātājs var finansēt jaunuzņēmumu, bet otrs iegulda IĪ vai tehniskās zināšanas, kas radīs jaunu IĪ. Laba prakse ir visas tiesības uz attiecīgajiem IĪ nodot jaunuzņēmumam un visus jaunus IĪ objektu aizsardzības pieteikumus iesniegt jaunuzņēmuma vārda, nevis uzņēmējiem darīt to personīgi savā vārda.

## Biznesa eņģeļi

Biznesa eņģeļi ir fiziskas personas, kuras iegulda pašas savu naudu atšķirībā no riska kapitāla finansētājiem, kas pārvalda trešo personu ieguldītāju līdzekļus. Biznesa eņģeļi mēdz ieguldīt jomās, kurās viņiem ir profesionāla pieredze vai interese.

Salīdzinot ar riska kapitāla fondiem, tie parasti iegulda mazākas summas, bet parasti to dara agrākā posmā. Papildus kapitāla nodrošināšanai biznesa eņģeļi dalās savā pieredzē un atbalsta savu jaunuzņēmumu produktu un uzņēmējdarbības attīstību, kā arī vēlāk to līdzekļu piesaisti un pārvaldību. Tāpat kā riska kapitāla fondi, biznesa eņģeļi parasti saņem pašu kapitālu jaunuzņēmumā apmaiņā pret viņu ieguldījumu. Tāpēc viņiem ir mantiskas intereses uzņēmumos, kurus viņi atbalsta, lai gan ne vienmēr uz viņu lī vai intelektuālā īpašuma tiesībām, ko tie rada.

Biznesa eņģeļi reti pieprasa mantisku interesi uz galveno lī; ja tiek izteikts šāds lūgums, uzņēmējam būtu uz to jāreaģē ļoti uzmanīgi. Turpretim ieguldītāji parasti lūdz jaunuzņēmumiem nodot attiecīgās intelektuālā īpašuma tiesības jaunajam uzņēmumam, piemēram, ja tās pieder atsevišķai struktūrai, piemēram, universitātei, vai fiziskai personai, piemēram, uzņēmējam.

## Riska kapitāla fondi

Riska kapitāla (VC) fondi ir daudz institucionalizētāki nekā biznesa eņģeļi [A1]. Tie parasti pārvalda līdzekļus, ko ir apvienojuši citi ieguldītāji, finansiāli nodrošinātas privātpersonas vai tie ir fondu līdzekļi. Kopā VC fonda ieguldītājus sauc par "ierobežotiem partneriem" (LP). Lielākajai daļai VC būs konkrēta ieguldījumu joma, un tiem būs tendence ieguldīt noteiktos posmos. To ieguldītās summas (sauktas par "kupona vērtību") būs atšķirīgas atkarībā no riska kapitāla. Tā kā tie ir institucionāli

un tiem ir fiduciārs pienākums pret saviem LP, riska kapitāla fondu uzticamības pārbaudes procedūras un investīciju lēmumi aizņem ilgāku laiku nekā biznesa eņģeļiem.

Kad uzņēmēji piesakās riska kapitāla fondam, viņiem ir jāveic pasākumi, lai pārlicinātos, ka jaunuzņēmuma fokuss un summas, kas tam ir nepieciešamas, atbilst fonda ieguldījumu kritērijiem. Maz ticams, ka mobilās lietotnes jaunuzņēmums, kuram ir nepieciešami 500 000 USD, saņems investīcijas no dzīvības zinātņu riska kapitāla fonda [A1], kas nekad neiegulda mazāk kā divus miljonus USD.

Ir skaidrs, ka uzņēmējiem ir jāmeklē jaunuzņēmuma kapitāls, ja viņu projekti vēl nenes ienākumus; bet jaunuzņēmums ar pozitīvu naudas plūsmu var arī vēlēt piesaistīt ieguldījumu fondus (tas nozīmē uzņēmuma pašu kapitāla pārdošanu), piemēram, lai paātrinātu savu izaugsmi, apgūtu jaunus tirgus vai laistu tirgū jaunus produktus.

Galvenais pamatojums ir palielināt jaunā uzņēmuma vērtību. Parasti dibinātāju daļa ievērojami mazinās, jaunuzņēmumam pārvarot finansējuma kārtas. Galvenais pieņēmums ir tāds, ka, pieaugot uzņēmuma vērtībai, palielinās arī katras tā akcijas vērtība. Ja uzņēmums darbojas labi un tā kopējā vērtība palielinās, mazāka procentuālā daļa pašu kapitāla būs vērtīgāka.

Lai ilustrētu, iedomājieties, ka uzņēmējai pieder 80% akciju jaunuzņēmumā, kura vērtība ir miljons USD. Viņas pašas kapitāla vērtība ir 800 000 USD. Pēc vairākām ieguldījumu kārtām jaunuzņēmuma vērtība pieaug līdz 500 miljoniem USD, bet uzņēmējas pašas kapitāla daļa šobrīd ir desmit procenti kopējās vērtības. Viņas pašas kapitāla vērtība ir pieaugusi līdz 50 miljoniem USD.

## Palielināt jaunuzņēmuma vērtību

Kā ir norādīts iepriekš, lī ir aktīvs, un tam var piešķirt vērtību. Šī vērtība atvieglo tirdzniecību ar šo aktīvu un arī rada pamatu uzņēmuma vērtības palielināšanai. Mūsdienu uz zināšanām balstītājā ekonomikā uzņēmumu nemateriālie aktīvi veido lielāku daļu to kopējās vērtības, bet materiālie aktīvi — arvien mazāku. Tas jo īpaši attiecas uz jaunuzņēmumiem, daudzi no kuriem pamatojas uz vienu jauninājumu — vienu nemateriālu aktīvu — un kuriem praktiski nav nekādu fizisko aktīvu. Šādu jaunuzņēmumu vērtība lielā mērā ir to jauninājumi un to radītāju zināšanu vērtība.

Tomēr intelektuālā īpašuma vērtēšana ir sarežģīta<sup>6</sup> un īpaši sarežģīta jaunuzņēmumiem, jo viņu lī, visticamāk, vēl nav nobriedis, joprojām atrodas pētniecības un attīstības posmā vai reģistrācijas procesā. Lī vērtība arī nav konstanta. Laika gaitā tā mainās daudzu faktoru ietekmē, tostarp patenta reģistrācijas, tehnoloģijas apstiprināšanas, iespējamo licencēšanas partneru intereses izpaušmes, uztvertā pieprasījuma pēc tehnoloģijas, pakāpes, kādā to var aizstāt ar dažādām tehnoloģijām utt. Līdzīgi patenta pieteikuma noraidīšana, īpašumtiesību juridiska apstrīdēšana, cita, bet konkurētspējīga produkta rašanās vai jauns likumdošanas šķērslis var mazināt intelektuālā īpašuma vērtību.

Tomēr, ciktāl tas ir iespējams, ir jāveic vērtības novērtējums. Vispirms ir svarīgi paturēt prātā atšķirību potenciālajā vērtībā starp lī, ko komercializē jaunuzņēmums, un lī, kas ir licencēts lielai korporācijai. Sākotnēji pirmajam būs daudz zemāka vērtība nekā otrajam, jo pastāv ar jaunuzņēmumiem saistītie riski. Tomēr, ja jaunuzņēmumam izdosies pārvarēt

dažādus attīstības posmus un apstiprināt savu biznesa modeli, tā intelektuālā īpašuma vērtība pieaugs un var sasniegt daudz lielāku naudas vērtību, nekā to varētu sasniegt ar licencēšanu.

Ņemot to vērā, sākotnējās stadijas lī vērtēšana ir noderīga vairākiem mērķiem, tostarp:

- lai aprēķinātu tās personas pašu kapitāla daļu, kura iegulda lī jaunuzņēmumā (pretstatā personai, kas iegulda kapitālu). Piemēram, iedomājieties, ka patenta pieteikuma vērtība ir 100 000 USD un cita persona vēlas ieguldīt tādu pašu summu jaunuzņēmumā. Pamatojoties uz to, katram partnerim piederēs 50 procenti jaunuzņēmuma pašu kapitāla, ja vien citi apsvērumi nemaina pašu kapitāla struktūru;
- lai piesaistītu ieguldītājus. Jaunuzņēmums, kas meklē līdzekļus, ir jānovērtē, lai potenciālie ieguldītāji varētu pārlicināties, cik daudz pašu kapitāla iegādāsies viņu ieguldījums. Tā lī novērtējums var palielināt jaunuzņēmuma vērtību, ļaujot dibinātājiem palielināt pašu kapitālu par tādu pašu finansējuma summu. Piemēram, ieguldītājs ir gatavs ieguldīt 100 000 USD jaunuzņēmumā agrīnā stadijā. Ja jaunuzņēmuma vērtība ir 500 000 USD, ieguldītājs saņems 20 procentus pašu kapitāla. Tomēr, ja dibinātāji var novērtēt vienu un to pašu jaunuzņēmumu par miljonu USD, pamatojoties uz tā lī novērtējumu, finansētāji palielinās savu daļību un ieguldītājs saņems desmit procentus pašu kapitāla par tādu pašu ieguldījumu;

- jaunuzņēmums var vēlēties licencēt IĪ aktīvu, kas pieder trešai personai, piemēram, universitātei. Licencējamā IĪ vērtība ietekmēs jaunuzņēmuma izveides izmaksas. Atbildot uz to, jaunuzņēmums var vienoties par iespēju (licencēt IĪ vēlāk); meklēt kapitālu no ieguldītājiem (lai tas varētu licencēt IĪ) vai vienoties par atlikto autoratlīdzības maksājumu shēmu ar IĪ īpašnieku (saskaņā ar kuru autoratlīdzības tiks uzkrātas, bet jaunuzņēmums atliks to maksājumu, parasti līdz brīdim, kad tas rada pozitīvu naudas plūsmu);
- IĪ arī būs jānovērtē, ja to pārdos, licencēs, izmantos kā nodrošinājumu aizdevumam vai izmantos, lai pieprasītu nodokļu atvieglojumus par komercializētiem intelektuālā īpašuma aktīviem (valstīs, kurās fiskālā politika ir labvēlīga). Uzņēmums var arī novērtēt visu savu IĪ portfeli un reģistrēt tā vērtību kā aktīvus savos grāmatvedības kontos, lai aprēķinātu uzņēmuma vērtību.



## 1. tabula.

### IĻ novērtēšanas aktivizētājs

| Klasifikācija         | Novērtēšanas aktivizētājs   |
|-----------------------|---|
| Darījums              | IĻ aktīvu licencēšana; franšīze, IĻ aktīvu pārdošana vai pirkšana, apvienošanās un pārņemšana (M&A); segmentēšana, uzņēmuma atvasināšana, kopuzņēmums vai stratēģiskā apvienošanās, IĻ aktīvu ziedošana |
| IĻ tiesību īstenošana | Zaudējumu aprēķins, ja tiek pārkāptas intelektuālā īpašuma tiesības   |
| Iekšējai lietošanai   | leguldījumi pētniecībā un attīstībā<br>IĻ aktīvu iekšējā pārvaldība<br>Stratēģiskā finansēšana un/vai pašu kapitāla/kapitāla palielināšana, leguldītāju attiecības                                      |
| Citi mērķi            | Finanšu pārskatu sniegšana, bankrots/likvidācija, nodokļu optimizēšana, IĻ aktīvu apdrošināšana   |

Skatīt WIPO. IP PANORAMA. Module 11 on IP valuation.

[www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip\\_panorama\\_11\\_learning\\_points.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip_panorama_11_learning_points.pdf)

IĻ aktīvu novērtēšanai tiek izmantotas vairākas metodes.<sup>8</sup> Dažas no biežāk lietotajām ir norādītas turpmāk.

#### Izmaksu metode

Izmaksu metode novērtē IĻ aktīva vērtību, nosakot līdzīga (vai tieši tāda paša) IĻ aktīva izstrādes izmaksas vai nu iekšēji, vai nu ārēji. Tajā ir apkopoti tiešie izdevumi un alternatīvās izmaksas, kā arī ņemta vērā novecošanās. IĻ galīgā vērtība tiek noteikta, piemēram, aprēķinot izmaksas, kas ir radušās izstrādes procesā, ņemot vērā inflāciju, lai nodrošinātu pašreizējo vērtību un turpmāku pielāgošanu, lai kompensētu novecošanos.

IĻ aktīva novecošanās aprēķinos tiek ņemtas vērā novecošanās funkcionālās, tehnoloģiskās un ekonomiskās dimensijas. Funkcionālo novecošanos aprēķina kā papildu darbības izmaksas, kas rodas, izmantojot IĻ, salīdzinājumā ar pašreizējām alternatīvām, kas var būt jaunākās tehnoloģijas. Tehnoloģiskā novecošanās notiek, ja tehnoloģiju attīstība padara IĻ nevērtīgu. Piemēram, patenti nākamās paaudzes datora diskešu lasītājiem, visticamāk, būs nevērtīgi, jo jau ir pieejamas tehnoloģiski labākas iespējas. Ekonomiskā novecošanās notiek, ja IĻ izmantošana tās augstākajā un labākajā formā nevar nodrošināt atbilstošu ieguldījumu atdevi.

Izmaksu metodei ir divi varianti.

Atjaunošanas izmaksu metode pārbauda IĻ aktīva precīzas kopijas atjaunošanas izmaksas. Aizstāšanas izmaksu metode pārbauda līdzīga IĻ aktīva, kas veic tādu pašu funkciju, veidošanas izmaksas.

## Tirgus metode

Tirgus metode salīdzina IĻ aktīvu ar faktisko cenu, kas salīdzināmos apstākļos tiek maksāta par līdzīgu IĻ aktīvu. Lai veiktu novērtējumu, izmantojot šo metodi, ir nepieciešams aktīvs tirgus un identisks IĻ aktīvs vai salīdzināmu vai līdzīgu IĻ aktīvu grupa. Ja šie aktīvi nav pilnīgi salīdzināmi, ir jāatrod mainīgie lielumi, lai kontrolētu atšķirības.

Vērtējums, izmantojot šo sistēmu, palielina precizitāti, ciktāl ir pieejama informācija par piešķirto tiesību raksturu un apjomu, tostarp informācija par noteikumiem un nosacījumiem un darījuma apstākļiem (vai tā ir savstarpēja licence, vai ir panākta vienošanās par licenci strīdu izšķiršanas ceļā utt.).

Tomēr pēc definīcijas IĻ aktīvs ir unikāls. Nav iespējams atrast tieši līdzīgus vai ļoti salīdzināmus IĻ aktīvus. Turklāt, pat ja varētu veiksmīgi atrast darījumus saistībā ar ļoti līdzīgu IĻ, būtu ļoti grūti iegūt precīzu informāciju par tiem, jo šāda informācija parasti būtu konfidenciāla.

## Ienākumu metode

Ienākumu metode novērtē IĻ aktīvu, ņemot vērā ekonomiskos ienākumus, kurus, paredzams, IĻ aktīvs radīs, koriģējot atbilstoši pašreizējai vērtībai. Tā ir visizplatītākā IĻ novērtēšanas metode.

Lai to izmantotu, ir jāprognozē ieņēmumu plūsma (vai izmaksu ietaupījumi), ko ir radījis IĻ aktīvs tā atlikušajā lietderīgās izmantošanas laikā (RUL); jālīdzsvaro šie ieņēmumi vai ietaupījumi, ņemot vērā izmaksas, kas ir tieši saistītas ar intelektuālā īpašuma aktīvu; jānovērtē riski un visbeidzot jākoriģē ienākumi līdz to pašreizējai vērtībai, piemērojot diskonta vai kapitalizācijas likmi.

## Piesaistīt partnerus un līdzstrādniekus

Labi pārvaldīts IĻ portfelis norāda, ka jaunuzņēmums nopietni domā un novērtē savu IĻ, kā arī ir veicis pasākumus, lai to aizsargātu. Tas potenciālajiem līdzstrādniekiem rada pārliecību. Tas nozīmē labvēlīgu vidi, to, ka jauninājumi tiks respektēti un aizsargāti un ka uzņēmums būs drošs.

Sadarbības un intelektuālā īpašuma tēma pēdējā laikā ir kļuvusi aktuālāka saistībā ar tā dēvēto "atvērto inovāciju". Uzņēmumi, kas praktizē atvērto inovāciju, aktīvi iesaista ārējos līdzstrādniekus, lai veicinātu savus piedāvājumus, rosinot idejas no ārpusēs. Agrāk jauninājums parasti tika izstrādāts slēgtā vidē; tas tika radīts uzņēmumos ar nelielu ieguldījumu no ārpusēs.

Mūsdienās uzņēmumi biežāk meklē ārēju personu ieguldījumu. Mazie uzņēmumi arvien vairāk cenšas piedalīties lielākos projektos un informēt citus dalībniekus par saviem izgudrojumiem un radošajām iespējām, veicot pasākumus, lai pārvaldītu savus IĪ aktīvus un kļūtu par pievilcīgiem kandidātiem lielajiem uzņēmumiem, ar kuriem strādāt. Lai gan atvērto inovāciju modeļi var radīt milzīgas iespējas jaunuzņēmumiem, tiem ir jāpievērš liela uzmanība intelektuālā īpašuma tiesībām un licencēšanas pasākumiem, kas var būt nosacījums dalībai. Puses, kas lūdz sadarbību, bieži pieprasa saviem partneriem nodot IĪ īpašumtiesības vai piešķirt plašas licences tiesības. Tas var nebūt saderīgi ar jaunuzņēmuma biznesa modeli vai tā interesēm.

## Piezīmes

**1** Skatīt International Trade Center and WIPO (2005). Exchanging Value, Negotiating Technology Licensing Agreements – A Training Manual. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/906/wipo\\_pub\\_906.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/906/wipo_pub_906.pdf)

un WIPO (2015) Successful Technology Licensing. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/903/wipo\\_pub\\_903.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/903/wipo_pub_903.pdf)

**2** Skatīt WIPO Green, Licensing Check List. [www.wipo.int/wipogreen/docs/en/wipogreen\\_licensingchecklist\\_061216.pdf](http://www.wipo.int/wipogreen/docs/en/wipogreen_licensingchecklist_061216.pdf)

**3** Tomēr ir jāpatur prātā, ka komercnoslēpumi var saglabāties mūžīgi. Līgums var būt arī ilgāks nekā tajā iekļautie IP noteikumi, īpaši, ja tiek sniegti pakalpojumi.

**4** Papildinformāciju par FTO skatīt sadaļā “Ar intelektuālo īpašumu saistīto risku pārvaldība”.

**5** Papildinformāciju skatīt WIPO. Intellectual Property Policies for Universities. <https://www.wipo.int/technology-transfer/en/ip-policies.html>

**6** Skatīt WIPO. IP PANORAMA. Module 11 on IP valuation. [wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip\\_panorama\\_11\\_learning\\_points.pdf](http://wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip_panorama_11_learning_points.pdf)

un Eiropas Intelektuālā īpašuma tiesību (IĪT) palīdzības dienests. Fact sheet – IP Valuation. [https://intellectual-property.helpdesk.ec.europa.eu/ip-business\\_en](https://intellectual-property.helpdesk.ec.europa.eu/ip-business_en)

**7** <https://www.liaa.gov.lv/lv/programmas>

**8** WIPO. IP PANORAMA. Module 11 on IP valuation. [wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip\\_panorama\\_11\\_learning\\_points.pdf](http://wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip_panorama_11_learning_points.pdf)

un Eiropas Intelektuālā īpašuma tiesību (IĪT) palīdzības dienests. Fact sheet – IP Valuation. [https://intellectual-property.helpdesk.ec.europa.eu/ip-business\\_en](https://intellectual-property.helpdesk.ec.europa.eu/ip-business_en)



# Risku pārvaldīšana



Jaunuzņēmuma panākumi ir tikpat lielā mērā atkarīgi no izpratnes par riskiem saistībā ar IĻ sistēmas ignorēšanu, kā no zināšanām, kā to izmantot konkurētspējas stiprināšanai. Nespēja aizsargāt jauninājumus, uz kuriem paļaujas jaunuzņēmums, izslēgs iepriekšminētās iespējas, kas var stiprināt un paplašināt tā uzņēmējdarbību. Ja netiek izprasts, kā darbojas IĻ sistēma, jaunuzņēmums tiks pakļauts uzbrukumiem un nevajadzīgām izmaksām. Jaunuzņēmumiem kā prioritāte savā vispārējā biznesa stratēģijā ir jāintegrē IĻ riska pārvaldība. Daži no svarīgākajiem riskiem ir aprakstīti turpmāk.

## Precizēt īpašumtiesības un lietošanas tiesības

### Nespēja aizsargāt un aizsardzība agrīnā posmā

Kā ir minēts iepriekš, uz tehnoloģijām balstīts jaunuzņēmums tiek izveidots, lai laistu tirgū novatorisku produktu vai pakalpojumu, dažreiz atsevišķu produktu vai pakalpojumu. Jauninājums bieži vien ir tā vienīgais vai galvenais vērtības resurss. Šādam jaunuzņēmumam viens no galvenajiem riskiem ir zaudēt aktīvu trešām personām, ja tas netiek aizsargāts, tādējādi apdraudot visu tā uzņēmējdarbības modeli. Tāpēc ikvienam jaunuzņēmumam ir jārikojas, lai aizsargātu savu jauninājumu un tādējādi nepieļautu, ka to piesavinās citi. Šī riska pārvaldība nozīmē, piemēram, veikt pasākumus, lai:

- laikus reģistrētu IĻ tiesības;
- ievērotu reģistrācijas termiņus; sagatavotu pamatotas patenta pretenzijas, kas nepieļauj apiešanu;
- iegūtu aizsardzību visos attiecīgajos tirgos un
- aizsargātu visus turpmākos uzlabojumus.

Tā kā IĻ aktīvi ir teritoriāli, jaunuzņēmuma IĻ aizsardzības stratēģijā ir jāiekļauj visi tirgi, kuros tas ir ieinteresēts. Kad tas ir aizsargāts, jaunuzņēmumam ir jāturpina saglabāt sava IĻ aizsardzība, maksājot visas attiecīgās maksas.

### Novērst noplūdi

Jaunuzņēmumi arī saskaras ar draudiem, ja tiem neizdodas saglabāt potenciālo IĻ aktīvu konfidencialitāti, līdz tie ir pieteikušies IĻ aizsardzībai. Kā minēts iepriekš, ja jaunuzņēmuma jauninājums vai dizains tiek atklāts pat nelielam cilvēku skaitam, tas zaudē savu pretenziju būt jaunam un, iespējams, vairs nevar pretendēt uz aizsardzību (ja vien informācijas atklāšana nav veikta labvēlības periodā, ja tāds pastāv). Ja tā notiek, tas vienā mirklī var padarīt jaunuzņēmumu dzīvotnespējīgu. Tāpat arī konfidenciāla biznesa informācija, kas ir izpausta, nav kvalificējama komercnoslēpuma aizsardzībai, ja vien izpaušana nenotiek konfidencialitātes līguma kontekstā. Tāpēc jaunuzņēmumiem kā prioritāte būtu jāveic pasākumi, lai sagatavotu un īstenotu konfidencialitātes līgumus un praksi ar saviem darbiniekiem un trešām personām, tostarp piegādātājiem, partneriem un klientiem.

### Tiesību nodošanas neveikšana

Darbinieki vai trešo personu piegādātāji, vai darbuzņēmēji var sniegt ieguldījumu vai būt atbildīgi par jauninājumiem. Jaunuzņēmumam nevajadzētu uzskatīt, ka tam pieder tas, pie kā ir strādājuši tā darbinieki vai darbuzņēmēji. Šādās situācijās vienmēr būtu jāņem vērā īpašie noteikumi, kas ir noteikti valsts tiesību aktos. Dažās valstīs, kad izgudrojumi ir radīti darba gaitā un darba kontekstā, likums automātiski piešķir īpašumtiesības darba devējam.

Tomēr, ņemot vērā to, ka daudzi jaunuzņēmumi galu galā strādās pāri robežām, kur likumi var atšķirties, uzņēmumiem ir ieteicams savos darba līgumos iekļaut punktus, kas attiecas uz intelektuālā īpašuma tiesībām. Ir jāanalizē gan tas, kā lī tiks izmantots pašlaik, gan kā to var izmantot, uzņēmumam attīstoties. Vienmēr ir jāpārskata valsts tiesību akti, jo tie var noteikt, ka darbiniekiem, kuri ievieš jauninājumus, ir pirmpirkuma tiesības, vai ka darba devējiem ir pienākums atalgot šādus darbiniekus utt.

Līdzīgu iemeslu dēļ, ja jaunuzņēmums gatavo līgumus ar trešām personām, tajos skaidri ir jānorāda un jāprecizē lī īpašumtiesības. Ja izgudrojumu vai radošu darbu ir veicis trešās personas darbuzņēmējs, līgumā starp darbuzņēmēju un jaunuzņēmumu ir jānorāda, ka visas tiesības uz darbu, kas ir nepieciešams uzņēmuma veiksmīgai darbībai, tiek nodotas jaunuzņēmumam. Ja šāda noteikuma nav, bieži vien tā ir noklusējuma pozīcija, ka viņa(-as) darbs, jo īpaši tas attiecas uz radošo darbu, piemēram, programmatūras izstrādi, vietņu dizainu un fotografēšanu, pieder trešās personas darbuzņēmējam, ja vien šis darbs nav tieši nodots jaunuzņēmumam. Vēlreiz – jaunuzņēmumiem ir jādomā uz priekšu, jāiepazīstas ar valsts tiesību aktiem un visos darba līgumos un līgumos ar ārējām personām ir jānorāda, kā tiks noteiktas īpašumtiesības. Līgumos ir jānorāda, ka visi jauninājumi, ko ir radījuši darbinieki vai kas ir pasūtīti trešām personām, tiks nodoti jaunuzņēmumam.

Var arī gadīties, ka jaunuzņēmumam bija vairāki dibinātāji, kuriem visiem bija noteikta loma sākotnējās produkta idejas radīšanā un attīstīšanā. Ja viens vai vairāki no viņiem aiziet, nenododot savas tiesības jaunuzņēmumam, uzņēmums var atklāt, ka tam vairs nepieder intelektuālais īpašums, kas tam ir nepieciešams, lai veiktu uzņēmējdarbību.

Risku pārvaldīšana / Jūsu jauninājumu aizsardzība

Tāpat kā jaunuzņēmums nodarbina vai slēdz līgumus ar trešām personām, lielāki uzņēmumi slēdz līgumus ar mazākiem uzņēmumiem noteiktu uzdevumu veikšanai. Tas bieži notiek atvērto inovāciju vidēs, kur lielie uzņēmumi bieži lūdz mazākiem specializētiem uzņēmumiem atrisināt konkrētas tehniskas problēmas. Šādā situācijā jaunuzņēmums ir ārēja darbuzņēmēja pozīcijā. Pirms šāda darba veikšanas jaunuzņēmumiem ir jāvienojas ar lielāko uzņēmumu, kuram piederēs radītā lī tiesības. Vienošanās, visticamāk, būs īpaši sarežģīta, ja jaunuzņēmums izstrādā jaunu risinājumu (jaunu lī), kam ir piešķirta piekļuve trešās personas lī (uzkrātam lī). Būtiski ir precizēt, kādas tiesības kuram šādā gadījumā tiek nodotas un kādi lī izmantošanas ierobežojumi varētu būt saistībā ar to. Tie ir sarežģīti jautājumi, kas ir rūpīgi jāizpēta un jāapspriež iepriekš.

Jaunuzņēmuma mērķim ir jābūt šādam – nodrošināt, ka tam ir “tīras” īpašumtiesības uz tā izveidoto lī. Ja īpašumtiesības nav iespējamās, jaunuzņēmumam ir jāiegūst tiesības izmantot attiecīgo lī saskaņotiem mērķiem. Tāpat kā ar fizisko īpašumu, mērķis ir nepieļaut šaubas par to, kuram tas pieder.

## Novērst tiesvedību

Dārga tiesvedība var sagraut jaunuzņēmumus, kuriem nereti trūkst resursu, lai spēkotos ar agresīvu tiesvedības procesa dalībnieku. Tiesvedība bieži vien ir ierocis, kam priekšroku dod lieli uzņēmumi (patiesībā jebkurš konkurents, kam ir līdzekļi), lai “izsistu” no trajektorijas daudzsološu jaunu jaunuzņēmumu. Jaunuzņēmumus apdraud arī “nepraktizējošas vienības” (bieži vien neglaimojoši saukti par “patentu trolljiem”), kuru biznesa modelis ir meklēt mazos uzņēmumus, kas izmanto trešās personas patentētas tehnoloģijas, un draudēt tos iesūdzēt tiesā, ja vien tie neizņems licenci.

Šāda veida riskus var mazināt vai nepieļaut tos, pārbaudot trešo personu tiesības un nodrošinot, ka tās netiek pārkāptas. Visas reģistrētās tiesības ir pieejamas pārbaudei (patentu pieteikumi parasti 18 mēnešus pēc iesniegšanas), un jaunuzņēmumi var viegli pārbaudīt un apstiprināt, ka tie neizmanto patentētas tehnoloģijas vai komercapzīmējumus un dizainparaugus, kas pieder citiem. Tāpat jaunuzņēmumiem ir jā rūpējas, lai tie nepārkāptu autortiesības, kas attiecas uz citu personu darbiem, vai nelikumīgi nepieklūtu konfidencialai uzņēmējdarbības informācijai. Kļūdas var izraisīt dārgas tiesas prāvas, jaunuzņēmums var zaudēt izšķirošo laiku vai var tikt apdraudēta tā reputācija.

## Rīcības brīvība (FTO)

Jaunuzņēmumam var piederēt intelektuālā īpašuma tiesības, kas aptver tā novatorisko nišu, taču ar šīm tiesībām vien var nepietikt, lai tirgotu savu produktu. Iemesls — lielākā daļa intelektuālā īpašuma tiesību un jo īpaši patenta tiesības ir “negatīvās tiesības”.<sup>1</sup> Patenta īpašniekam nav automātisku tiesību izmantot tā patenta dokumentā norādīto izgudrojumu. Patents tikai piešķir patenta īpašniekam tiesības aizliegt citiem izmantot patentēto izgudrojumu. No tā izriet, ka jaunuzņēmumam var būt nepieciešama piekļuve citām IĪ tiesībām, lai tirgotu savu produktu.

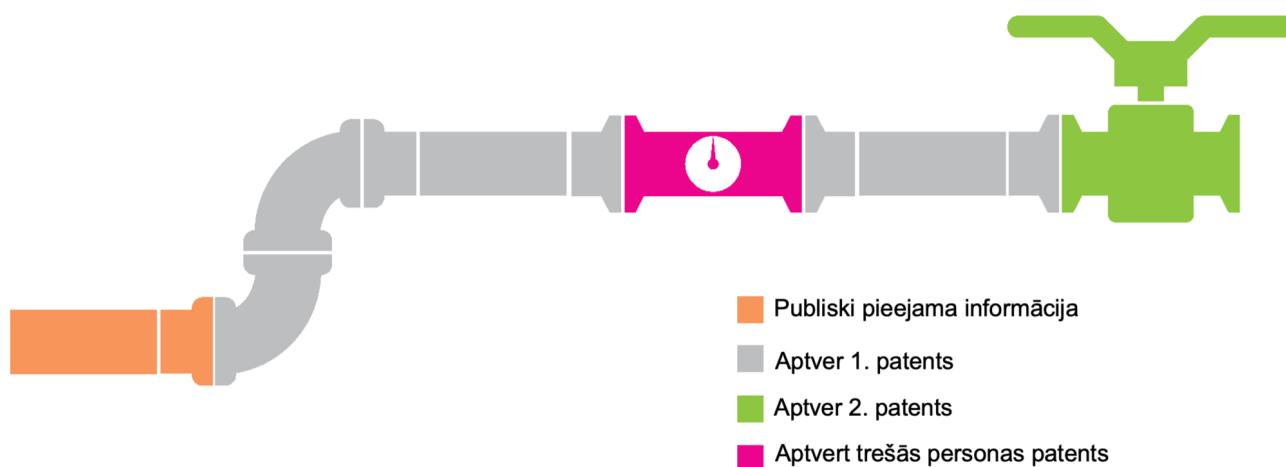
Piemēram, jaunuzņēmums vēlas komercializēt jaunu un novatorisku elektrisko skrejriteņu uzlādes staciju. Produkta dizains iekļauj izvelkamu uzlādes kabeli. Tīrgū, kurā jaunuzņēmums ražos vai pārdos savu produktu, atsevišķam uzņēmumam ir ievilkšanas sistēmas patents. Lai pārdotu savu novatorisko lādētāju ar izvelkamo uzlādes kabeli, jaunuzņēmumam var būt nepieciešama šī uzņēmuma atļauja. Ja jaunuzņēmums komercializē savu produktu bez atļaujas, visticamāk, iejauksies uzņēmums, kuram ir ievilkšanas sistēmas patents. Tas var pieprasīt, lai jaunuzņēmums pārtrauc izmantot izvelkamo kabeli vai atlīdzina zaudējumus par uzņēmuma IĪ neatļautu izmantošanu.

Lai nepieļautu šādus scenārijus, uzņēmumiem ir jāmeklē trešās personas IĪ, kas var liegt tiem tirgot savus produktus tirgos, kuri tos interesē. To sauc par rīcības brīvības analīzi.<sup>2</sup>

Lai saprastu, kā FTO darbojas praksē, ir jāapsver šāds hipotētisks FTO analīzes piemērs noteiktā valstī.

## 7. attēls. Rīcības brīvības (FTO) analīzes piemērs:

produkts A, tā apakškomponenti un patenti, kas attiecas uz katru apakškomponentu



- Jaunuzņēmums vēlas ražot un pārdot produktu A. Tas vēlas tirgot savu produktu ar nosaukumu "Jambu"
- Produktam ir septiņi atsevišķi apakškomponenti.
- Jaunuzņēmumam ir divi iesniegti patentu pieteikumi, kas aptver piecus no septiņiem apakškomponentiem (attēlā pelēkā un zaļā krāsā).
- Savienotājs (oranžs) ir svarīgs apakškomponents, kas ir publiski pieejams.
- Vārsts (rozā) pieder trešās personas patentam.
- Piedāvāto zīmola nosaukumu "Jambu" jau aizsargā cits uzņēmums citai produktu kategorijai.

Šajā piemērā jaunuzņēmumam ir problēma, jo vārstu (rozā) ir patentējusi trešā persona. Jaunuzņēmumam ir šādas iespējas:

- noņemt aizsargāto vārstu no galaprodukta;

- izveidot atšķirīgu konstrukciju, lai izvairītos no patentētā vārsta izmantošanas;
- iegādāties patentu vai iegūt licenci no patenta īpašnieka vārsta tehnoloģijas izmantošanai;
- apstrīdēt patenta spēkā esību.

Iespējams, produkts nedarbosies bez vārsta, tāpēc pirmā iespēja var nebūt iespējama. Ja jaunuzņēmums nevar izstrādāt alternatīvu vārstu, tas var vērsties pie trešās personas patenta īpašnieka un lūgt iegādāties patentu vai iegūt licenci šīs tehnoloģijas izmantošanai. Tomēr, ja patenta īpašnieks nevēlas pārdot vai licencēt patentēto vārstu vai darīs to tikai par cenu, kas ir pārāk augsta jaunuzņēmuma biznesa modelim, jaunuzņēmums var būt spiests atteikties no projekta, lai neriskētu tikt iesūdzēts tiesā par patenta pārkāpšanu, vai uzsākt dārgu un nenoteiktu mēģinājumu atzīt patentu par spēkā neesošu.



Šie rezultāti varētu būt ļoti kaitīgi jaunuzņēmumam, kas jau ir ieguldījis ievērojamu laiku un resursus, lai izstrādātu un komercializētu savu produktu.

Lai gan FTO jautājumi bieži tiek minēti saistībā ar patentiem, arī citas intelektuālā īpašuma tiesības var izraisīt FTO problēmas. Piemēram, jaunuzņēmums aplūkotajā piemērā cerēja savu produktu nosaukt par “Jambu”. Tas ir atklājies, ka šis nosaukums jau ir aizsargāts un tiek izmantots citam produktam. Tādā gadījumā nosaukums būtu pieejams lietošanai, jo vienā teritorijā var pastāvēt divas preču zīmes dažādiem (neīdzīgiem) produktu veidiem, ja vien viena no tām netiek uzskatīta par “plaši zināmu” (tādā gadījumā var būt ierobežojumi).

Vēl pāris piemēru. Jaunuzņēmums vēlas ražot aparatūru, taču tam ir nepieciešama ar autortiesībām aizsargāta programmatūra, lai to palaistu vai lai tā būtu saderīga ar citām sistēmām. Vai arī jaunuzņēmums ir izstrādājis mobilo lietojumprogrammu, taču tam ir nepieciešama piekļuve trešās personas lietojumprogrammu saskarnei (API) vai programmatūras izstrādes komplektem (SDK). Autortiesību kontekstā programmatūras atvērtā pirmkoda licences var būt saistītas ar līgumsaistībām, kas neļauj jaunuzņēmumam komerciāli izmantot oriģinālo pirmkodu vai padarīt savu pirmkodu publiski pieejamu.

Jaunuzņēmumam ir jāveic FTO analīze katrā ģeogrāfiskajā apgabalā, kurā tā produkts tiks komercializēts. Tā kā lī tiesības ir spēkā tikai valstīs vai reģionos, kas tās ir piešķirušas, FTO analīze var radīt atšķirīgu rezultātu katrā analizētajā valstī. Visu iepriekšminēto iemeslu dēļ jaunuzņēmumiem ir ļoti ieteicams veikt FTO analīzi pēc iespējas agrāk visos interesējošos tirgos un pirms ievērojamu resursu piešķiršanas produkta izstrādei. Jaunuzņēmumi, kas neievēro šāda veida piesardzību, visticamāk, maksās vairāk, lai piekļūtu tehnoloģijām, un riskē ar tiesvedību un kaitējumu reputācijai. Jaunuzņēmumiem, kuriem trūkst resursu, lai veiktu pilna mēroga FTO analīzi visos interesējošos tirgos, iespējams, ir jānosaka prioritātes (tirgus, funkcijas vai patentu īpašnieki saistībā ar visaugstāko risku utt.).

## Nepieļaut laika un resursu tērēšanu

Daudzi jaunuzņēmumi pieļauj kļūdu, “iemīloties” savā idejā un nepārbauda, vai tā patiešām ir jauna; viņi vienkārši uzskata, ka nevienam citam nav bijusi tāda pati ideja vai tās variants. Šāda nolaidība var būt liktenīga produktam un tā laišanai tirgū. Ja citiem ir bijusi tāda pati vai līdzīga produkta ideja un viņi ir veikuši pasākumus, lai to aizsargātu tirgos, kas interesē jaunuzņēmumu, jaunuzņēmuma ienākšana šajos tirgos faktiski tiks slēgta.

Tāpēc jaunuzņēmumiem ir jācenšas izprast konkurences ainavu. Šādi rīkojoties, viņi iegūs svarīgu informāciju, un tā ļaus viņiem izvairīties no neveiksmīgiem un dārgiem pārsteigumiem. Jaunuzņēmums, kas iepazīstas ar konkurenci, var koncentrēt savus pētniecības un attīstības centienus jomās, kas piedāvā iespējas, pēc nepieciešamības "pagriezt" vai pārstrukturēt savu attīstības procesu, pielāgot savu biznesa modeli, pamanīt iespējamus partnerus un konkurentus vai vienkārši atteikties no idejas.

Publiski pieejamas datubāzes ir svarīgs informācijas avots, tās var palīdzēt jaunuzņēmumam pieņemt šos lēmumus un nepieļaut kļūdas. Ir brīvi pieejamas vairākas patentu datubāzes, kurās ir publicēti patentu pieteikumi un piešķirtie patenti, kā arī preču zīmju un dizainparaugu datubāzes. Tie ir būtiski tehniskās, juridiskās un biznesa informācijas avoti.

## Piezīmes

**1** Ir svarīgi precizēt, ka FTO analīzē saistībā ar patentu tieši pretenzijas (konkrēta patenta dokumenta daļa, kas nosaka patenta aizsardzības apjomu). Būtisks FTO mērķiem ir tas, kas tiek atklāts patenta pretenzijās, nevis kaut kur citur.

[www.wipo.int/wipo\\_magazine/en/2005/05/article\\_0006.html](http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2005/05/article_0006.html)

**2** Skatīt IP and Business: Launching a New Product: freedom to operate. In WIPO Magazine, September 2005.



# IĪ datubāzu izmantošana



Kā jau minēts, kad jaunuzņēmums iesniedz patenta, preču zīmes vai dizainparauga pieteikumu, attiecīgā valsts vai reģionālā intelektuālā īpašuma iestāde publisko pieteikumu pēc laika, kura ilgums ir atkarīgs no intelektuālā īpašuma tiesībām un jurisdikcijas. Patentu, preču zīmju un dizainparaugu datubāzes sniedz svarīgu biznesa, tehnisko un juridisko informāciju, kas ir brīvi pieejama ikvienam, kuram ir interneta pieslēgums. Šīs datubāzes ir noderīgs resurss jaunuzņēmumiem visā to uzņēmējdarbības dzīves ciklā saistībā ar jautājumiem, sākot no izmantošanas līdz riska pārvaldībai.

## Patentu datubāzes

Lai iegūtu patenta, pieteikuma iesniedzējam par izgudrojumu ir jāatklāj pietiekami sīka informācija, lai attiecīgās jomas lietpratējs to saprastu. Šī informācija tiek glabāta patentu datubāzēs, kas:

- saglabā sīku informāciju par tehniskajiem risinājumiem;
- bieži vien ir unikāls avots, kas satur informāciju, kura citur nav pieejama;
- aptver plašu tehnisko un zinātnisko darbību klāstu;
- klasificē ierakstus atbilstoši starptautiskajām patentu klasifikācijas sistēmām, tādējādi atvieglojot meklēšanu.

Jaunuzņēmums var apskatīt bezmaksas datubāzes, ko uztur Patentu valde,<sup>1</sup> WIPO patentu datubāzi "PATENTSCOPE"<sup>2</sup>; kurā ir uzskaitītas daudzas nacionālās un reģionālās patentu kolekcijas, kā arī citas datubāzes, ko piedāvā reģionālās organizācijas, piemēram, "Espacenet", vai datubāzes, ko uztur privāti pakalpojumu sniedzēji, piemēram, "google patents" un "lens.org".

Privātie komercpakalpojumu sniedzēji arī uztur patentu datubāzes, kurām var piekļūt par maksu un kurās ir iekļautas sarežģītas

meklēšanas un analīzes funkcijas. Tās ir "Derwent Innovation", "Questel Orbit", "PatBase", "TotalPatentOne", "Ambercite", "PatSeer", "PatSnap", "WIPS Global" un "East Linden". Jaunuzņēmumi var iegūt piekļuvi šīm datubāzēm bez maksas vai par samazinātu maksu valstīs, kas atbilst WIPO programmai "Piekļuve specializētajai patentinformācijai" (ASPI).<sup>3</sup> Ņemot vērā, ka šī programma ir vairāk paredzēta attīstības valstu iestādēm un organizācijām, Latvija nesaņem labumu no šīs programmas. Daži var gūt labumu no šīs programmas. Daži var gūt labumu no valsts patentu iestādēm, kas sniedz noteiktus meklēšanas un konsultāciju pakalpojumus bez maksas vai par nelielu maksu. Piemēram, Latvijas Patentu valde piedāvā patentu informācijas meklējumus un konsultācijas intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzības jomā ([irpv.gov.lv/lv/informācijas-pakalpojumi](http://irpv.gov.lv/lv/informācijas-pakalpojumi)). Visbeidzot, jaunuzņēmumi noteiktās vietās var izmantot pakalpojumus, ko sniedz WIPO tehnoloģiju un jauninājumu atbalsta centri (TISC, [www.wipo.int/tisc](http://www.wipo.int/tisc) – Latvijā nav dibināti).

### Patentu datubāzēs esošās informācijas izpēte ļauj jaunuzņēmumiem:

- izvairīties no to pētniecības un attīstības centienu dublēšanas;
- novērtēt izgudrojuma potenciālu, lai tas varētu pretendēt uz patenta;
- nepieļaut trešo personu patentu pārkāpšanu;
- novērtēt to izgudrojumu konkurētspēju un unikālo vērtību;
- izmantot tehnoloģijas, kas ir aprakstītas patentu, kuri nav piešķirti, pieteikumos, un patentes, kas noteiktās valstīs nav spēkā vai vairs nav spēkā;
- apkopot informāciju par biznesa konkurentu novatoriskajām darbībām un nākotnes virzieniem;
- uzlabot biznesa lēmumu plānošanu attiecībā uz licencēšanu, tehnoloģiju partnerībām un apvienošanu un pārņemšanu.



## Dibinātāji:

Konstantīns Korčomkins  
Jānis Poruks

## Galvenais intelektuālais īpašums

Eiropas Savienībā reģistrētas preču zīmes un preču zīmju pieteikumi, kas tiek izskatīti ASV un Kanādā.

Divas patentu saimes, kas ietver patentu pieteikumus ASV un Kanādā, kā arī Eiropas patentu pieteikumus.

Komercnoslēpumi.

Autortiesības uz programmatūru.

Domēna vārds.

Tīmekļa vietne: [www.robоеatz.com](http://www.robоеatz.com)

## Uzņēmums un produkts

ROBOEATZ SIA ir inovatīvs jaunuzņēmums, kas dibināts 2018. gadā. Sākotnēji uzņēmumu nodibināja Konstantīns Korčomkins un Jānis Poruks, kuriem abiem ir liela pieredze restorānu biznesā un tehnoloģiju automatizācijas jomā. Saskaņoties ar nepārtraukti augošām darbaspēka izmaksām un piemērotu darbinieku trūkumu ēdināšanas nozarē, partneri nolēma izstrādāt automatizētu ēdināšanas sistēmu.

Vairāku gadu izpētes un izstrādes rezultātā partneri nonāca pie pilnībā robotizētas ēdināšanas sistēmas tehniskā risinājuma, ko nozares eksperti vēlāk atzina par "pasaulē vismodernāko autonomo robotizētu virtuvi". Šobrīd ROBOEATZ robotizētā virtuves sistēma gatavo un pasniedz plašu pēc pasūtījuma izgatavotu vai personalizētu karsto un auksto ēdienu klāstu. Aizsargājamā tehnoloģija uzrauga sastāvdaļu padeves līmeni, pārtikas temperatūru un svaigumu. Sistēma ir pielāgota jaunu recepšu pievienošanai, un šo ēdienu pagatavošanai dažu minūšu laikā.

Prasīgiem lietotājiem sistēma ir pielāgota, lai ar mobilas lietotnes palīdzību sniegtu precīzus datus par maltītes uzturvērtību. ROBOEATZ robotizēto virtuves sistēmu var efektīvi izmantot uzņēmumu ēdnīcās, slimnīcās, skolās, ātrās apkalpošanas restorānos un komerciālās virtuvēs, ja nepieciešams, strādājot visu diennakti, septiņas dienas nedēļā.



## Intelektuālais īpašums

Pašreiz ROBOEATZ IĻ aktīvu portfelī ir divas Latvijā reģistrētas nacionālās preču zīmes, preču zīmes starptautiskā reģistrācija, kas ir attiecināta uz Eiropas Savienību, ASV un Kanādu; divi Patentu kooperācijas līgumi (PCT), kas ir ieviesti nacionālajā fāzē ASV un Kanādā, un reģionālajā fāzē Eiropas Patentu birojā. Svarīgi uzņēmuma aktīvi ir arī zinātība, komercnoslēpumi un autortiesības uz programmatūru.

ROBOEATZ cenšas atrast līdzsvaru, izvēloties pareizo pieeju, lai aizsargātu savus izstrādātos produktus un tehnoloģijas ar patentu un kā komercnoslēpumu. Lai gan patenta aizsardzības nodrošināšana ir dārgāka un laikietilpīgāka nekā komercnoslēpumam, patents ir spēcīgāks intelektuālā īpašuma aizsardzības līdzeklis. Tā kā likums pieļauj reverso inženieriju un nepatentētu publiski pieejamu iekārtu elementu kopēšanu, ROBOEATZ svarīgākos izgudrojumus izvēlās aizsargāt ar patentu. Savukārt produkta īpašības, kuras nevar izpētīt ar reversās inženierijas palīdzību, uzņēmums aizsargā kā komercnoslēpumus un zinātību.

ROBOEATZ nepārtraukti izstrādā jaunus robotizētās virtuves sistēmas elementus un pilnveido esošos. Šāda nepārtraukta uzlabošana rada jaunus IĻ aktīvus, tādējādi palielinot uzņēmuma produktu vērtību un ļaujot tam saglabāt konkurētspēju

## Patentu datu un ainavas analīzes izmantošana

“Patentu kartēšana” vai “Patentu ainavas analīze” attiecas uz sistemātisku esošo patentu meklēšanu un analīzi noteiktā tehnoloģiju telpā. Kartēšana apraksta ainavu tehnoloģiskajā apgabalā, iespējamos tehnisko risinājumu veidus un vadošos un jaunus dalībniekus šajā telpā. Tā pamatojas uz jaunāko meklēšanu, izmantojot meklēšanas vienumus un atslēgvārdus, patentu klasifikācijas simbolus, kas ir iegūti no Starptautiskās patentu klasifikācijas (IPC) vai Kooperatīvās patentu klasifikācijas (CPC), un virkni meklēšanas operatoru, kas uzlabo rezultātu atlasī. Process ir iteratīvs. Kad attiecīgā datu kopa ir pabeigta, var analizēt un vizualizēt dažādas patentu jomas, nodrošinot būtisku konkurētspējīgu, kvantitatīvu un kvalitatīvu informāciju gan jaunuzņēmumiem, gan pētniecības iestādēm, gan starptautiskiem uzņēmumiem. Analizējamās un prezentējamās vai pat savstarpēji saistītās informācijas veids atšķiras atkarībā no katra ainavu veidošanas uzdevuma mērķa (sk. 8. attēlu).<sup>5</sup>

### Patentu analīze var sniegt plašu informācijas klāstu, tostarp par turpmāk minēto.

- Tehnoloģiju tendences mērķa tehnoloģiju telpās. Mūsu straujajā pasaulē dažas tehnoloģijas drīz vien kļūst nenozīmīgas, savukārt citas eksplozīvi izplešas mākslīgā intelekta veidā, ko veicina pieaugoša lielu datu kopu pieejamība.

Ja uzņēmumi var noteikt, kur tehnoloģija atrodas uz tehnoloģijas S līknes<sup>6</sup> un kur attīstās mērķa tehnoloģijas, tie var strukturēt savas komercializācijas stratēģijas un koncentrēt pētniecību un attīstību. Šāda informācija ļauj arī noteikt patentēšanas aktivitātes maksimumus, pārpildītas zonas, kas var apgrūtināt iekļūšanu tirgos (“Sarkanais okeāns”) un zemas patentēšanas aktivitātes (“Zilais okeāns”), kur konkurence var būt mazāk intensīva. Jaunuzņēmumi, visticamāk, atradīs dažas no daudzsološākajām iespējam salīdzinoši neizpētītās vietās, kas ir pazīstamas kā “baltās telpas”. Daži analīzes un pakalpojumu veidi ir vērsti uz to identificēšanu.

Aktīvi spēlētāji laukumā. Patentu datu analīze var ļaut identificēt līderus un jaunpienācējus kādā jomā, potenciālos partnerus un konkurentus, kā arī atklāt, kā laika gaitā ir attīstījusies viņu patentēšanas darbība. Tā var izcelt nozīmīgu izgudrotāju piederību, iespējams, viņu saistību ar dažādām vienībām, kā arī sadarbību, kas parasti izpaužas kā patentu koppieteikumi. Šī informācija parāda, kur notiek sadarbība starp nozares dalībniekiem, akadēmiskajām aprindām un jaunuzņēmumiem un atvasjaunuzņēmumiem (spinoffs). Turklāt informācija par izgudrotājiem var sniegt ieskatu pagātnē un tagadnē, kā arī kopīgos pētījumos un sadarbībā.

## 8. attēls. Telpiskās koncepcijas kartes

Patentu ainavu pārskatos var iekļaut telpiskās koncepcijas kartes. Tās vizualizē noteiktu terminu biežumu un koncentrāciju identificētajos patentu dokumentos (datu kopā). Īpaši interesējošie apgabali tiek vizualizēti kā pacelti apgabali vai “virsotnes” un var būt piesātināti. Jomas, kurās ir mazāka aktivitāte, atrodas starp virsotnēm: šīs “baltās zonas” īpaši interesē jaunuzņēmumus, kas cenšas ienākt tirgū. Vairāki uzņēmumi piedāvā telpisko koncepciju karšu variantus. Tajos ir iekļautas “Derwent Innovation Themescape”, “PatSnap Landscape” un “Orbit” koncepcijas kartes. Piemērs ir attēlots turpmāk. Daži teksta ieguves rīki, piemēram, “Vantage Point”, un daži atvērtā pirmkoda rīki, piemēram, “Python” vai “R”, ļauj veikt līdzīgas analīzes formas.



Avots: “PatSnap” ([www.patsnap.com](http://www.patsnap.com))

## Preču zīmju un dizainparaugu datubāzes

Pirms jaunuzņēmums iegulda laiku un resursus un ķeras klāt sapņu preču zīmei, kas atspoguļo visu jaunuzņēmuma ticību savam produktam, ir svarīgi veikt tā saukto preču zīmes meklēšanu. Tādējādi tiek nodrošināts, ka identiska vai ļoti līdzīga preču zīme jau nav reģistrēta vai izmantota tādiem pašiem vai līdzīgiem produktiem. Jaunuzņēmums var sākt, veicot vienkāršu meklēšanu tīmeklī, izmantojot meklētājprogrammu, lai pārbaudītu, vai nosaukums, kas tam ir prātā, jau netiek izmantots.

Papildu meklēšanu var veikt valsts un reģionālo preču zīmju biroju preču zīmju datubāzēs, kā arī “WIPO Global Brand” datubāzē.<sup>7</sup> Ieteicams izmantot profesionālā patentpilnvarnieka palīdzību. Līdzīgi ir ar dizainparaugu. Ir svarīgi pārbaudīt, vai nav reģistrēts identisks vai ļoti līdzīgs dizains. “Global Design” datubāze, ko uztur WIPO, ir noderīgs resurss šim nolūkam.<sup>8</sup>

## Autortiesības

Pārbaudīt ar autortiesībām aizsargātus darbus ir grūtāk, jo ne visās valstīs ir autortiesību reģistri un “darba” reģistrēšana ir brīvprātīga. Tomēr var veikt meklēšanu tiešsaistē, koncentrējoties uz biznesa idejām, kurām ar autortiesībām aizsargāts darbs varētu būt atbilstošs, un konkurējošiem uzņēmumiem, lai identificētu iespējamās ar IĪ saistītās saistības un iespējas. Kā norādīts iepriekš, autortiesības aizsargā idejas izpausmi, nevis pašu ideju. Tādējādi ir pilnīgi iespējams izveidot neatkarīgu oriģināldarbu, kas “ievieš jauninājumus ap” ar autortiesībām aizsargātu darbu. Piemēram, tā kā programmatūras kods var sasniegt vienu un to pašu izvadi dažādos veidos, ir iespējams uzrakstīt jaunu kodu, nepārkāpjot trešās personas tiesības. Dažkārt arī ir iespējams iegūt licenci idejas attīstīšanai ap esošu darbu. Konkurences priekšrocības, visticamāk, radīsies, ja jaunais darbs ir vieglāk izmantojams, praktiskāks vai pievilcīgāks vai arī tas tiek efektīvāk piegādāts tirgū.

## Domēna vārdi

Kā minēts iepriekš, jaunuzņēmumiem ir jāpārliedzina, ka ir pieejams viņu vēlamais domēna vārds.<sup>9</sup> Ja meklēšana liecina, ka tā nav, ir jāizvēlas alternatīvs domēna vārds vai, iespējams, jāiegādājas nepieciešamais vārds no kāda, kurš to tur tālākpārdošanai. Uzņēmumi var arī mainīt vēlamo domēna vārdu vai mēģināt reģistrēt to citos gTLD, tostarp jaunajos gTLD, kas, visticamāk, būs pieejamāki, kā arī ccTLD. Papildinformāciju par domēna vārdiem skatīt sadaļā “Kā jūsu produktu izcelt tirgū”.

## Piezīmes

- 1 <http://databases.lrpv.gov.lv/patents>
- 2 [www.wipo.int/patentscope](http://www.wipo.int/patentscope)
- 3 [www.wipo.int/aspi](http://www.wipo.int/aspi)
- 4 Informāciju par publiskajā telpā esošās informācijas identificēšanu un izmantošanu skatīt WIPO (2020). Identifying Inventions in the Public Domain – A Guide for Inventors and Entrepreneurs. [wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_1062.pdf](http://wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1062.pdf). Skatīt arī WIPO. Using Inventions in the Public Domain – A Guide for Inventors and Entrepreneurs. [wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_1063.pdf](http://wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1063.pdf).
- 5 Skatīt WIPO. PATENTSCOPE. Patent Landscape Reports. [wipo.int/patentscope/en/programs/patent\\_landscapes](http://wipo.int/patentscope/en/programs/patent_landscapes)
- 6 Tehnoloģijas S līkne ir konkrētas tehnoloģijas dzīves cikla grafisks attēlojums, kas iezīmē tās rašanos, izaugsmi, briedumu un piesātinājumu.
- 7 Skatīt WIPO. Global Brand Database. [www.wipo.int/reference/en/branddb](http://www.wipo.int/reference/en/branddb).
- 8 Skatīt WIPO. Global Design Database. [www.wipo.int/reference/en/designdb](http://www.wipo.int/reference/en/designdb)
- 9 Skatīt PNNIK. Domain Name Registration Data Lookup. <https://lookup.icann.org/lookup>





# Ī audits



Ī audits<sup>1</sup> ir uzņēmumam piederošā, izmantotā vai iegādājamā intelektuālā īpašuma sistemātiska pārbaude. Tas tiek darīts, lai novērtētu un pārvaldītu riskus, novērstu problēmas un ieviestu labāko praksi Ī aktīvu pārvaldībā. Pamatojoties uz visaptverošu uzņēmuma Ī aktīvu, saistīto līgumu, attiecīgo politiku un atbilstības procedūru pārbaudi, audits palīdz uzņēmumam:

- inventarizēt vai atjaunināt savus Ī aktīvus;
- analizēt, kā šie aktīvi tiek vai netiek izmantoti;
- apstiprināt, vai uzņēmumam vai citiem pieder tā izmantotie Ī aktīvi;
- un noteikt, vai uzņēmuma intelektuālā īpašuma tiesību izmantošana pārkāpj citu personu tiesības un vai citi pārkāpj uzņēmuma Ī tiesības.

Vienkāršots Ī audita kontrolsaraksts ir sniegts 2. tabulā. Uzņēmums var izmantot šo informāciju, lai noteiktu, kādas darbības ir jāveic attiecībā uz katru Ī aktīvu, lai sasniegtu savus biznesa mērķus.<sup>2</sup>

Uzņēmumam Ī audits var būt noderīgs gan kā vispārēja saimnieciskā procedūra, gan ļoti specifisku mērķu sasniegšanai, kad ir jāizprot savu Ī aktīvu statuss. Piemēram, jaunuzņēmums, kas ir izstrādājis novatorisku produktu vai pakalpojumu, kurš var būt vai nav pārveidots par Ī aktīvu, vēlēšies izprast savas iespējas. Audits ļaus noteikt, kā tā Ī aktīvs var atbalstīt tā uzņēmējdarbības stratēģiju, novērtēt tā konkurētspēju un pārvaldīt riskus. Auditi arī ļauj jaunuzņēmumiem būt gataviem ieguldītājiem. Ieguldītāji vēlas iegūt skaidru priekšstatu par jaunuzņēmuma Ī situāciju. Līdzīgu iemeslu dēļ audits būs noderīgs, ja un kad tiek nopirkts jaunuzņēmums ("izejas posms").

Turklāt auditi atklāj aktīvus, kas tieši neietekmē pamatdarbību un var tikt licencēti vai pārdoti, lai radītu alternatīvas ieņēmumu plūsmas, un var identificēt liekus aktīvus, kas rada nevajadzīgas uzturēšanas izmaksas un ir jāizņem no portfeļa.

Pirmais uzdevums Ī auditā ir noteikt jaunuzņēmuma Ī aktīvus. Tas nozīmē, ka ir jāidentificē visi tā intelektuālie aktīvi un jānošķir tie, kas varētu tikt aizsargāti kā Ī. Kā intelektuālo aktīvu apakš kategoriju Ī var atšķirt no citiem intelektuālajiem aktīviem, jo tie ir definēti likumā un no tiem izriet tiesības.

Sākumā iekšējā procesā jaunuzņēmums uzrauga, ko tas dara citādi nekā konkurenti, kas tam piešķir konkurences priekšrocības. Piemēram, vai jaunuzņēmumam ir labi izveidotas darbības procedūras projektu vadībai, zināšanas un pieredze jutīgu ķīmisko vielu uzglabāšanā vai iekšēja klientu attiecību pārvaldības (CRM) sistēma? Vai darbinieku zināšanas ir svarīga uzņēmuma intelektuālā vērtība? Darbinieku zinātības novērtēšana var būt sarežģīta. Viena no metodēm ir izsekot darbinieku amatu aprakstiem attiecībā pret viņu amatu prasībām, lai noteiktu katra darbinieka pievienoto vērtību. Šis uzdevums būtu jāpapildina ar uzskaites procedūrām (laboratorijas žurnāli, īsi projektu izstrāžu apraksti, izpētes dokumenti utt.), kas ļaus uzņēmumam uztvert un internalizēt savus intelektuālos aktīvus.

## 2. tabula. Vienkāršots kontrolsaraksts ar jautājumiem, kas jāņem vērā IĪ auditā

### 1. Kādi ir potenciālie intelektuālā īpašuma aktīvi?

- Zīmes, nosaukumi, etiķetes, ko izmanto preču vai pakalpojumu identificēšanai.
- Novatoriskas idejas, jauni darbības veidi, tehniskie risinājumi.
- Radoša rakstīšana, programmatūra, reklāmas džingli, videoklipi utt.
- Pievilcīgs iesaiņojums, dizains, atšķirīgas formas utt.
- Iekšējā biznesa informācija, piemēram: pārskati; datu analīze; tirgvedības informācija; informācija par ražošanu; zinātība un negatīvā zinātība; klientu saraksti un klientu informācija; ekspluatācijas un projektēšanas rokasgrāmatas; dizaini, rasējumi, diagrammas un mākslas darbi; idejas un plāni; formulas un aprēķini; prototipi; laboratorijas piezīmju grāmatiņas un eksperimenti; informācija par pārdevēju un piegādātāju; pētniecības un attīstības informācija; izmaksu, cenu, peļņas, zaudējumu un peļņas normas dati; prognozes un plāni; reklāmas materiāli; finanšu informācija; budžeti un prognozes; programmatūra un pirmkods.

### 2. Vai šos IĪ aktīvus var aizsargāt kā komercnoslēpumus, patentus, preču zīmes, domēna vārdus, dizainparaugus vai autortiesības?

### 3. Vai ir īpašumtiesību problēmas?

- Vai idejas ir izstrādājuši uzņēmuma dibinātāji, darbinieki darba gaitā, darbuuzņēmēji, pārdevēji vai klienti?

### 4. Vai ir attiecīgi līgumi, kas nosaka to atbilstību IĪ?

- Vai tie paredz tiesību nodošanu?

### 5. Ja noslēgtie līgumi neattiecas uz tiesību nodošanu, vai ir veikti pasākumi, lai tiesības nodotu vai licencētu uzņēmumam?

### 6. Vai pastāv pārkāpuma problēmas?

- Vai uzņēmums pārkāpj trešo personu tiesības?
- Vai trešās personas pārkāpj uzņēmuma tiesības?

### 7. Ja nerodas īpašumtiesību vai tiesību pārkāpumu problēmas:

- vai ir veikti pasākumi, lai iesniegtu atbilstošus pieteikumus par preču zīmēm, domēna vārdiem, patentiem un dizainparaugiem;
- vai šie pieteikumi vai aktīvi tiek uzturēti, laikā samaksājot nepieciešamās uzturēšanas maksas?

### 8. Vai pieteikumi ir iesniegti visās mērķa valstīs?

### 9. Vai ir veikti pasākumi, lai saglabātu konkurētspējīgas uzņēmējdarbības informācijas noslēpumu:

- aizsardzības pasākumu veikšana; piekļuves informācijai ierobežošana;
- konfidencialitātes līgumu parakstīšana ar darbiniekiem un trešām personām, kurām var tikt izpausta informācija;
- nekonkurēšanas līgumu parakstīšana ar aizejošajiem darbiniekiem; informēšana par iekšējo politiku, lai nepieļautu nejaušu izpaušanu?

### 10. Kā IĪ aktīvi pievieno vērtību uzņēmuma stratēģiskajiem biznesa mērķiem?

- Vai tie visi tiek izmantoti uzņēmuma pamatdarbībā?
- Vai citiem var dot tiesības tos izmantot?
- Vai no dažiem ir jāatsakās, tie jāziedo vai jāizmanto citādi?
- Vai tos var izmantot, lai piesaistītu ieguldītājus, partnerus un sadarbības partneru

**Piezīme:** Lai iegūtu plašāku informāciju, skatīt Dienvidaustrumāzijas IĪT MVU palīdzības dienesta IĪ audita kontrolsarakstu. [www.southeastasiarhelpdesk.eu/sites/default/files/publications/EN\\_Audit.pdf](https://southeastasiarhelpdesk.eu/sites/default/files/publications/EN_Audit.pdf). Skat. arī Alan R. Singleton. IP Audit Checklist. (Singleton Law Firm, PC). <https://nebula.wsimg.com/d88b0ffd498cd797d780f38d40a0a316?AccessKeyId=532DB1B257AADA6A76&disposition=0&alloworigin=1>.

Identificējot aktīvus, kas ir IĻ vai potenciāls IĻ, audits nosaka to statusu. Kuri no uzņēmuma intelektuālā īpašuma aktīviem, ja tādi ir, tam pieder, un vai tiesības paliek spēkā? Ja intelektuālā īpašuma tiesības nepieder, vai ir veikti pasākumi, lai iegūtu īpašumtiesības vai lietošanas tiesības, izmantojot licencēšanas vienošanos?

Informācija, kas tiek iegūta, veicot šo uzdevumu, ļaus jaunuzņēmumam atklāt trūkumus iekšējos procesos, noteikt, kā varētu labāk pārvaldīt izmaksas, noskaidrot pārkāpuma pakāpi un noteikt sadarbības iespējas.

Daudzi uz IĻ balstīti jaunuzņēmumi pieļauj kļūdu, neatjauninot savu IĻ portfeli. Tādējādi viņi var zaudēt sākotnējās konkurences priekšrocības, ko viņi ieguva, izmantojot savas intelektuālā īpašuma tiesības. Piemēram, pirmais produkts ir aizsargāts ar patentu. Produkts ir veiksmīgs. Jaunuzņēmums turpina ieviest jauninājumus un izlaiž vairākas produktu paaudzes ar svarīgām papildfunkcijām. Tomēr tas nespēj nodrošināt intelektuālā īpašuma aizsardzību veiktajiem uzlabojumiem, paļaujoties tikai uz sākotnējo patentu. Tādējādi uzņēmuma jaunākie produkti kļūst neaizsargāti pret kopēšanu, ļaujot konkurentiem apdraudēt jaunuzņēmuma tirgus priekšrocības. Jaunuzņēmuma IĻ pārvaldības stratēģijām vienmēr ir jāattīstās saskaņā ar jauninājumu stratēģijām. Jaunuzņēmumiem periodiski ir jāveic IĻ audits, lai noteiktu savu IĻ aktīvu statusu un pārliecinātos, ka to IĻ aizsardzība ir atbilstoša, piemērota un atjaunināta.

## Piezīmes

**1** Informāciju par IĻ pašnovērtējuma veikšanu skatīt WIPO. IP Diagnostics. [www.wipo.int/ipdiagnostics](http://www.wipo.int/ipdiagnostics)

**2** Skatīt WIPO. IP Audit, Module 10. [wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip\\_panorama\\_10\\_learning\\_points.pdf](http://wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip_panorama_10_learning_points.pdf)



# 1. pielikums. Pakalpojumu sniedzēji



Tā kā tam ir ierobežoti resursi, jaunuzņēmums bieži vien nevar piesaistīt kvalificētus ārējos pakalpojumu sniedzējus. Lielākā daļa jaunuzņēmumu vai nu nezina, ka viņiem ir nepieciešama palīdzība no ārpuses, vai arī nevar to atļauties. Dibinātāji mēdz noraidīt šādu vajadzību vai paši cenšas aizpildīt nepilnības. Jo īpaši jaunuzņēmumi nesaņem nepieciešamo atbalstu divās galvenajās jomās: juridiskās konsultācijas un intelektuālā īpašuma atbalsts. Lai gan šo problēmu nevar viegli atrisināt, jaunuzņēmums, kas zina, ka un kad tam ir nepieciešama palīdzība, visticamāk, atradīs pagaidu risinājumus. Dibinātājiem vajadzētu izpētīt vietējo akceleratoru vai inkubācijas programmu pieejamību, vērsties pēc padoma to tehnoloģiju pārneses birojos (TTO), ja tie ir no akadēmiskās vides, un meklēt citus pakalpojumu sniedzējus, kas var nodrošināt pamata atbalsta pakalpojumus bez maksas vai par pieņemamu cenu. Līdzekļu vākšanas posmā jaunuzņēmumiem ir jāiekļauj budžeta pozīcijas ārējo pakalpojumu sniedzēju algošanai, kā arī lī atjaunošanas un uzturēšanas maksas. Lielākā daļa riska kapitāla fondu neapstrīdēs šādus izdevumus, jo tie, visticamāk, sapratīs kompetentu padomu būtisko vērtību.

Jaunuzņēmumiem var būt nepieciešams padoms par patenta pieteikuma sagatavošanu, uzņēmuma dibināšanas dokumentu izstrādi vai vienkārši dzīvotspējīga biznesa modeļa izveidi. Dažas organizācijas atbalsta agrīnās stadijas uzņēmējus, lai gan tās nav pieejamas visur.

## Biznesa eņģeļi

Latvijā darbojas vairākas investoru apvienības un organizācijas, piemēram, Latvijas Privāto investoru asociācija ([www.biznesaengeli.lv](http://www.biznesaengeli.lv)), Latvijas Biznesa eņģeļu tīkls ([www.latban.lv](http://www.latban.lv)) un dažādas kontaktbiržas (piemēram, [www.connectlatvia.lv](http://www.connectlatvia.lv), [www.commercializationreactor.com](http://www.commercializationreactor.com)), kuru laikā agrīnās stadijas uzņēmēji prezentē savas biznesa projektus potenciālajiem investoriem.

## Akceleratori

Parasti akceleratori ir bezpeļņas organizācijas, kas palīdz jaunuzņēmumiem "paātrināt" savu biznesa izaugsmi. Akceleratori piedāvā konsultēšanu, kapacitātes palielināšanu un dažos gadījumos dažus kapitālieguldījumus apmaiņā pret nelielu pašu kapitāla daļu.

Labākie akceleratori ir ļoti izvēlīgi, un pretendenti ir pakļauti stingrai pieteikšanās procedūrai. Akceleratora mērķis ir sagatavot jaunuzņēmumu riska kapitāla finansējuma saņemšanai. Valstīs ar strauji augošu ekonomiku, universitāšu vai tehnoloģiju parku akceleratori ieņem "gāzi grīdā" lomu; daži ir vērsti uz nozari, dzīvības zinātnēm, zaļajām tehnoloģijām utt. Labs akceleratora piedāvās arī padomdevējus vai darbiniekus saistībā ar īpašām nozarēm, juridiskām vai intelektuālā īpašuma jomām, kuri var palīdzēt jaunuzņēmumam risināt dažādas iepriekšminētās problēmas. Dažiem akceleratoriem ir biroji dažādās valstīs, un tie var nodrošināt "nolaišanos" daudzsološiem jaunuzņēmumiem, kuri vēlas iekļūt starptautiskajos tirgos.

## Riska kapitāla fondi

Riska kapitāla fondi iegulda naudas līdzekļus jaunuzņēmumu finansēšanai ar mērķi veicināt jaunuzņēmuma strauju izaugsmi, kā arī gūt peļņu. Tāpēc par riska investīciju objektiem parasti tiek izraudzīti uzņēmumi, kas nesīs ievērojamu peļņu attiecībā uz projektā investēto kapitālu. Latvijā darbojas vairāki riska kapitāla fondi, piemēram, "Imprimatur Capital" ([www.icfm.lv](http://www.icfm.lv)), "Baltcap Management" ([www.baltcap.com](http://www.baltcap.com)) un "Capitalia" ([www.capitalia.com](http://www.capitalia.com)). Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra uztur kvalificēto riska kapitāla investoru sarakstu:

<https://www.liaa.gov.lv/lv/programmas/jaunuznemumu-atbalsta-programmas/kvalificeto-investoru-saraksts>

## Inkubatori

Inkubatorus parasti sponsorē universitāte, riska kapitāla fonds vai uzņēmums. Tie nav vērsti uz peļņu, lai gan dažiem var būt nepieciešama iespēja (nākotnes tiesības) iegūt pašu kapitālu jaunuzņēmumā. Lielākā daļa inkubatoru pieņems jaunuzņēmumus ļoti agrīnā stadijā, pat pirms tie tiesiski pastāv, ļaujot potenciālajiem dibinātājiem izpētīt savu biznesa ideju un absolvēt inkubācijas centru ar pareizu stratēģiju un biznesa modeli. Labs inkubators, tāpat kā labs akcelerator, piedāvās (dažādas) konsultācijas, lai palīdzētu veidot uzņēmējdarbības modeli, risināt lī un citus juridiskos jautājumus un sniegt informāciju par tēmām, kuras dibinātāji uzskata par noderīgām.

Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras uzraudzībā Latvijā darbojas vairāk nekā 20 biznesa inkubatori

<https://www.liaa.gov.lv/lv/programmas/biznesa-inkubatori/kontakti>

## Tehnoloģiju pārneses centri (TPC)

Zināmi arī kā inovāciju pārneses centri, tie parasti darbojas universitātē vai pētniecības centrā. TPC modeļi dažādās valstīs ir ļoti atšķirīgi. Tomēr to galvenais mērķis ir nodot intelektuālā īpašuma tiesības (parasti universitātē radītos patentus) nozarei, izmantojot licencēšanu, un radīt universitātei ienākumus.

Lielākajām Latvijas augstskolām ir savi tehnoloģiju pārneses, zinātnes un inovāciju centri.

Teorētiski TPC pārvaldīs arī lī nodošanu jaunuzņēmumam vai universitātes atvasjaunuzņēmumam, taču arī šeit TPC metodoloģijas un mērķi ievērojami atšķiras. Dažu TPC misija ir veicināt akadēmisko uzņēmējdarbību un efektīvi pildīt inkubatora vai akceleratora lomu. Citi cenšas iegūt vislielāko vērtību no saviem lī portfeļiem un, iespējams, nesniedz īpašus noteikumus vai privilēģijas saviem atvasinātajiem uzņēmumiem. Vispārīgi runājot, TPC darbiniekiem parasti ir zināšanas ar intelektuālā īpašuma tiesībām saistītos jautājumos, un TPC var būt gatavs pārvaldīt patenta pieteikumu iesniegšanu un ar to saistītās izmaksas saistībā ar jaunuzņēmumu, dažkārt apmaiņā pret nelielu pašu kapitāla daļu, iespēju iegādāties pašu kapitālu vai ar nosacījumu, ka jaunuzņēmums apmaksās patenta izmaksas, kad tas sāks gūt ienākumus.

## Valdības, NVO un starptautiskās atbalsta programmas

Lielākā daļa valdību piedāvā interesantas atbalsta programmas, lai veicinātu uzņēmējdarbību un jauninājumus. Dažas piedāvā nelielu pirmsieceres kapitālu, lai ļautu uzsākt jaunuzņēmumu darbību. Dažas valdības ar noteiktiem nosacījumiem piedāvā dotācijas, lai segtu patenta iegūšanas izmaksas.

Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra piedāvā tādas programmas kā inovāciju motivācijas programma, jaunuzņēmumu atbalsta programma, inovāciju vaučera atbalsta pakalpojumus, atbalstu pētniecības rezultātu komercializācijai u.c.

<https://www.liaa.gov.lv/lv/programmas>

Lielākajā daļā valstu patenta iestādēm ir palīdzības dienests, lai izskaidrotu intelektuālā īpašuma aizsardzības iespējas un pieteikšanās procesu. Daži starptautiskie fondi sniedz inkubācijas un akcelerācijas pakalpojumus dažādās tehnoloģiju vai tirgus nozarēs, kas tos interesē. Visbeidzot, daudzas starptautiskas organizācijas piedāvā informāciju bez maksas, piekļuvi kvalificētu ekspertu tīklam, noderīgām datubāzēm un informāciju par starptautisko labo praksi (sk. 2. pielikumu: Resursi).



## 2. pielikums. Resursi





WIPO (2006). Creative Expression: An Introduction to Copyright and Related Rights for Small and Medium-sized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 4. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/918/wipo\\_pub\\_918.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/918/wipo_pub_918.pdf)

WIPO (2015) Successful Technology Licensing. [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/903/wipo\\_pub\\_903.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/903/wipo_pub_903.pdf)

WIPO (2017). Making a Mark – An Introduction to Trademarks for Small and MediumSized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 1. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_900\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_900_1.pdf)

WIPO (2018). Inventing the Future – An Introduction to Patents for Small and Mediumsized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 3. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_917\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_917_1.pdf)

WIPO (2019). In Good Company: Managing Intellectual Property Issues in Franchising. Intellectual Property for Business Series no. 5. [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/1035/wipo\\_pub\\_1035.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/1035/wipo_pub_1035.pdf)

WIPO (2019). Looking Good: An Introduction to Industrial Designs for Small and Mediumsized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 2. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_498\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_498_1.pdf)

WIPO (2020). Identifying Inventions in the Public Domain – A Guide for Inventors and Entrepreneurs. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_1062.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1062.pdf)

WIPO (2020). Using Inventions in the Public Domain – A Guide for Inventors and Entrepreneurs. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_1063.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1063.pdf)

WIPO Academy. Distance learning program. [www.wipo.int/academy/en](http://www.wipo.int/academy/en)

WIPO Global Brand Database. [www.wipo.int/reference/en/branddb](http://www.wipo.int/reference/en/branddb)

WIPO Global Design Database. [www.wipo.int/reference/en/designdb](http://www.wipo.int/reference/en/designdb)

WIPO Green Licensing Check List. [www3.wipo.int/wipogreen/en/network/index.html#licensing](http://www3.wipo.int/wipogreen/en/network/index.html#licensing)

WIPO Inventor Assistance Program (IAP). [www.wipo.int/iap](http://www.wipo.int/iap)

WIPO IP Diagnostics. [www.wipo.int/ipdiagnostics/](http://www.wipo.int/ipdiagnostics/)

WIPO IP for Business website. [www.wipo.int/sme/en](http://www.wipo.int/sme/en)

WIPO IP PANORAMA. [www.wipo.int/sme/en/multimedia](http://www.wipo.int/sme/en/multimedia)

WIPO Lex Database Search. <https://wipo.lex.wipo.int/en/main/legislation>

WIPO Patent Landscape Reports. [www.wipo.int/patentscope/en/programs/patent\\_landscapes](http://www.wipo.int/patentscope/en/programs/patent_landscapes)

WIPO PATENTSCOPE database. [www.wipo.int/patentscope](http://www.wipo.int/patentscope)

WIPO Technology and Innovation Support Centers (TISCs). [www.wipo.int/tisc](http://www.wipo.int/tisc)  
WIPO Universities and Intellectual Property. [www.wipo.int/about-ip/en/universities\\_research](http://www.wipo.int/about-ip/en/universities_research)

WIPO Website. [www.wipo.int](http://www.wipo.int)

WIPO and the International Chamber of Commerce (2012). Making Intellectual Property Work for Business – A Handbook for Chambers of Commerce and Business Associations Setting Up Intellectual Property Services. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=295&plang=EN](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=295&plang=EN)

WIPO and the International Trade Center (2003). Marketing Crafts and Visual Arts: The Role of Intellectual Property. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=281&plang=EN](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=281&plang=EN)

WIPO (2003). Secrets of Intellectual Property: A Guide for Small and Medium-sized Exporters. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=294&plang=EN](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=294&plang=EN)

WIPO (2005). Exchanging Value, Negotiating Technology Licensing Agreements - A Training Manual. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=291&plang=EN](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=291&plang=EN)



Patentu valde  
Citadeles iela 7/70, Rīga, LV-1010  
+371 67099600  
[pasts@lrpv.gov.lv](mailto:pasts@lrpv.gov.lv)