

## PAR STARPTAUTISKO TIRDZNICĪBAS KAMERU

ICC ir pasaules uzņēmēju organizācija, pārstāvības institūcija, kas visā pasaulē pārstāv visu nozaru uzņēmēju intereses. ICC tika dibināta 1919.gadā Parīzē. Šodien tā apvieno simtiem tūkstošus biedru uzņēmumu un asociāciju vairāk nekā 120 valstīs.

Eksperti no ICC biedru vidus aizstāv uzņēmēju intereses plašā jautājumu lokā, ieskaitot tirdzniecību un investīciju politiku, kā arī citās politikas jomās, kas interesē uzņēmējus visā pasaulē. ICC formulētos viedokļus savām valdībām iesniedz un komentē nacionālās komitejas.

ICC sniedz savus viedokļus par starptautisko uzņēmējdarbību Apvienoto Nāciju organizācijai, Pasaules tirdzniecības organizācijai, G20 un daudzām citām starptautiskajām institūcijām.

### PAR PASAULES KAMERU FEDERĀCIJU

ICC 1951. gadā nodibināja Pasaules kameru federāciju (WCF), kas darbojas kā tirdzniecības kameru biedru aizstāvis visā pasaulē. Katra kamera pārstāv pārsvarā mazo un vidējo uzņēmumu grupu, bet WCF stiprina saites starp šīm kamerām, ļaujot katrai uzlabot savu darbu, izstrādājot un piedāvājot saviem biedriem jaunus produktus un pakalpojumus. WCF veicina un aizstāv kameru lomu, darbojoties kā svarīgs starpnieks starp valdībām, uzņēmējiem un plašāku sabiedrību.

Saziņa ar ICC - [www.iccwbo.org](http://www.iccwbo.org)

### International Chamber of Commerce

38, cours Albert 1er  
75008 Paris  
Francija

Citas ICC publikācijas ir pieejamas  
[www.iccbooks.com](http://www.iccbooks.com)

Tālrunis: **+33 1 49 53 28 28**  
Fakss: **+33 1 49 53 57 85**

## PAR PASAULES INTELEKTUĀLĀ ĪPAŠUMA ORGANIZĀCIJU

WIPO ir starptautisku organizāciju Apvienoto Nāciju organizācijas sastāvā. Tā nodrošina, lai autoru un intelektuālā īpašuma (Ī) īpašnieku tiesības tiktu aizsargātas visā pasaulē un lai autori un izgudrotāji tiktu atzīti un par savu jaunradi saņemtu atlīdzību.

WIPO misija ir starptautiskas sadarbības ceļā veicināt, izplatīt, lietot un aizsargāt cilvēku intelekta produktus visas cilvēces ekonomikas, kultūras sociālā progresā vārdā. WIPO piedalās arī mazo un vidējo uzņēmumu stiprināšanā visā pasaulē - plaši popularizējot un veicinot izpratni par Ī sistēmu uzņēmumu konkurētspējas uzlabošanā gan pašmāju, gan ārvalstu tirgos. Tā iesaka iekļaut Ī aktīvu pārvaldību uzņēmumu biznesa un eksporta stratēģijās, MVU atbalsta institūciju stratēģijās un valdību stratēģijās.

Saziņa ar WIPO - [www.wipo.int](http://www.wipo.int)

### World Intellectual Property Organization

34, chemin des Colombettes  
P.O. Box 18  
CH-1211 Geneva 20  
Šveice

Citas WIPO publikācijas ir pieejamas [www.wipo.int/sme/en/](http://www.wipo.int/sme/en/)  
WIPO Mazo un vidējo uzņēmumu nodaļas ikmēneša e-ziņās  
[www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_sme\\_newsletter.html](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_sme_newsletter.html)

Tālrunis: **+41 22 338 91 11**  
Fakss: **+41 22 733 54 28**

## PAR LATVIJAS TIRDZNICĪBAS UN RŪPNIECĪBAS KAMERU

LTRK ir nevalstiska, politiski neitrāla, brīvprātīga visu Latvijas teritoriju aptveroša dažādu nozaru Latvijas uzņēmumu apvienība, kura, balstoties uz tirdzniecības un rūpniecības kameru darbības pasaules praksi, veido uzņēmējdarbībai labvēlīgu vidi, apzinot un aizstāvot Latvijas uzņēmumu saimnieciskās intereses un sniedzot uzņēmējdarbību veicinošus pakalpojumus. LTRK ir viena no vecākajām Latvijas sabiedriskajām organizācijām – tā ir uzņēmēju balss kopš 1934.gada.

Saziņa ar LTRK - [www.chamber.lv](http://www.chamber.lv)

### Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera

Krišjāņa Valdemāra iela 35, Rīga, LV-1010, Latvija  
Tālrunis: **+371 67225595**  
Fakss: **+371 67820092**

Liec  
Rokasgrāmata  
intelektuālajam  
tirdzniecības kamerām  
īpašumam  
un nozaru asociācijām  
darboties  
intelektuālā īpašuma  
uzņēmēju labā  
pakalpojumu izveidei

# Liec

Rokasgrāmata

# intelektuālajam

tirdzniecības kamerām

# īpašumam

un nozaru asociācijām

# darboties

intelektuālā īpašuma

# uzņēmēju labā

pakalpojumu izveidei

**Daphne Yong-d'Hervé**, Vadošā intelektuālā īpašuma speciāliste,  
Starptautiskā tirdzniecības kamera (ICC): [dye@iccwbo.org](mailto:dye@iccwbo.org)  
**Guriqbal Singh Jaiya**, Mazo un vidējo uzņēmumu nodaļas direktors,  
Pasaules Intelektuālā īpašuma organizācija (WIPO): [guriqbal.jaiya@wipo.int](mailto:guriqbal.jaiya@wipo.int)

Atrunas: Šajā rokasgrāmatā ietvertā informācija neaizstāj profesionālu juridisku palīdzību. Tās galvenais nolūks ir sniegt pamatinformāciju.

Šī publikācija ir tulkota latviešu valodā un drukāta ar oriģinālās publikācijas angļu valodā (pieejama [www.wipo.int/sme/en/documents/guides/](http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/)) autortiesību īpašnieku Pasaules Intelektuālā īpašuma organizācijas (WIPO) un Starptautiskās tirdzniecības centra (ICC) iepriekšēju atļauju. WIPO un ICC nav atbildīga par šīs publikācijas tulkojuma pareizību un precizitāti. Par tulkojumu latviešu valodā atbild Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera (LTRK).

Autortiesības © 2011

**Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera (LTRK)**  
Oriģinālās publikācijas angļu valodā (2011) autortiesību īpašnieki ir  
**Starptautiskā tirdzniecības kamera (ICC) un**  
**Pasaules Intelektuālā īpašuma organizācija (WIPO)**

WIPO publikācija Nr. 956 LV (latvian) ISBN: 978-92-805-2174-0

Vāka attēls: Liliana Migliore

# Saturs

■ Pateicības .....	iv
■ Noderīgas saites .....	v
<b>Ievads</b> .....	1
■ Kāpēc intelektuālais īpašums ir svarīgs uzņēmējiem .....	1
■ Kāpēc uzņēmēju organizācijām būtu jāsniedz intelektuālā īpašuma pakalpojumi .....	3
■ Rokasgrāmatas struktūra un mērķi .....	4
■ Intelektuālā īpašuma pamati .....	6
<b>Intelektuālā īpašuma pakalpojumu dienesta izveide</b> .....	12
■ Vispārēji principi .....	12
■ Intelektuālā īpašuma nodaļas izveide .....	15
■ Izpratnes veicināšana .....	22
■ Uzņēmēju apmācība .....	28
■ Konsultāciju pakalpojumu sniegšana .....	34
■ Inovācijas stimulēšana un izplatīšana .....	46
■ Aizstāvības politika .....	50
<b>Pielikumi</b> .....	54
■ Piemēri .....	54
■ Intelektuālā īpašuma resursi pēc temata .....	70
■ Intelektuālā īpašuma resursi pēc reģiona .....	75

# Pateicības

Par ieguldījumu šīs rokasgrāmatas tapšanā ICC un WIPO vēlas pateikties:

**Īpaša pateicība par  
ieguldījumu saturā un  
teksta rakstīšanā**

Javier Penã Capobianco,  
Urugvajas Nacionālā tirdzniecības  
un pakalpojumu kamera (ICC Uruguay)

**Par komentāriem un  
vērīgumu**

- Hamburgas tirdzniecības kameras Inovāciju un patentu centrs (IPC)
- ICC Austria
- Itālijas tirdzniecības kamera, Tehnoloģiju inovācijas konsorcijs
- Beirutas un Mount Lebanon tirdzniecības, rūpniecības un lauksaimniecības kamera
- Saseksas tirdzniecības kamera
- Manizales tirdzniecības kamera

**Par piemēriem un  
pārskatīšanu**

- Argentīnas tirdzniecības kamera
- Barcelonas tirdzniecības kamera un Kimbcn fonds
- Baltkrievijas tirdzniecības un rūpniecības kamera
- Horvātijas ekonomikas kamera
- Dubaijas tirdzniecības kamera
- Vācu tirdzniecības un rūpniecības kameru asociācija (DIHK)
- Indijas tirdzniecības un rūpniecības kameru federācija
- Hamburgas tirdzniecības kameras Inovāciju un patentu centrs (IPC)
- Ungārijas tirdzniecības un rūpniecības kamera
- ICC Deutschland
- Indijas rūpniecības konfederācija
- Itālijas tirdzniecības kameru apvienības Tehnoloģiju inovācijas konsorcijs
- Beirutas un Mount Lebanon tirdzniecības, rūpniecības un lauksaimniecības kamera
- Trevizo tirdzniecības kamera
- Veneto apgabala tirdzniecības kameru reģionālā apvienība
- ASV Starptautiskās uzņēmējdarbības padome (USCIB)

**ICC darbiniekiem**

- Daphne Yong-d'Hervé
- Nicolle Graugnard

**WIPO darbiniekiem**

- Guriqbal Singh Jaiya
- Nicole J. S. Sudhindra

# Noderīgas saites

- ICC** InStarptautiskā tirdzniecības kamera (ICC) tirdzniecības rīki, politika, apmācība, publikācijas, strīdu izšķiršana <http://www.iccwbo.org/>
- Intelektuālā īpašuma komisija** <http://www.iccwbo.org/policy/ip/id3060/index.html>
- ICC Intelektuālā īpašuma materiālu komplekts tirdzniecības kamerām** <http://www.iccwbo.org/policy/ip/toolkit/id17122/index.html>
- IP Roadmap** <http://www.iccwbo.org/iproadmap/>
- BASCAP - Uzņēmēju rīcība pirātisma un viltojumu apturēšanā** <http://www.iccwbo.org/bascap/id1127/index.html>
- ICC Pasaules kameru federācija** <http://www.iccwbo.org/wcf/>
- ICC Strīdu izšķiršanas pakalpojumi** <http://www.iccwbo.org/court/>
- Grāmatveikals uzņēmējiem** <http://www.iccbooks.com/Home/Home.aspx>
- Apmācība un konferences** <http://www.iccwbo.org/events/>

- WIPO** **WIPO Mazie un vidējie uzņēmumi (SMEs)** <http://www.wipo.int/sme/en/>
- Ievads Ī uzņēmējiem** [http://www.wipo.int/sme/en/ip\\_business/](http://www.wipo.int/sme/en/ip_business/)
- Ī priekšrocības – Intelektuālā īpašuma piemēri** <http://www.wipo.int/ipadvantage/en/>
- IP PANORAMATM - E-mācību kurss par intelektuālo īpašumu uzņēmējiem** <http://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>
- WIPO šķīrējtiesas un mediācijas centrs** <http://www.wipo.int/amc>
- WIPO E-grāmatveikals** <http://www.wipo.int/ebookshop/>
- WIPO Cieņas veidošana pret Ī** <http://www.wipo.int/enforcement/en/>
- WIPO sakari** <http://www.wipo.int/ip-outreach/en/>
- WIPO GOLD**
- Vienota piekļuve WIPO globālajai, meklējamai Ī datubāzu kolekcijai** <http://www.wipo.int/wipogold/en/>



## Ievads

# Kāpēc intelektuālais īpašums ir svarīgs uzņēmējiem

Preču un pakalpojumu pārpilnība mūsdienu pasaules tirgos ikviena uzņēmēja, gan liela, gan maza, dzīvē rada daudz izaicinājumu. Šādos apstākļos, lai apsteigtu konkurentus, katrs uzņēmējs cenšas radīt jaunus un uzlabotus produktus (preces vai pakalpojumus), kuri patērētājiem sniedz vairāk labumu nekā konkurentu produkti. Lai dažādotu savus produktus - tas ir veiksmes priekšnosacījums mūsdienu tirgū - uzņēmumi izmanto dažādas inovācijas, kas samazina ražošanas pašizmaksu un/vai uzlabo produktu kvalitāti. Pārpildītajos tirgos uzņēmumiem nepārtraukti jāpopularizē savu produktu īpašie labumi, ko tie dara, balstoties uz labi pārdomātu zīmolvēstības stratēģiju mārketingu.

Mūsdienu uz zināšanām balstītas privātā sektora uzņēmumu ekonomiskās attīstības stūrakmens ir tāds, ka to dažādi nemateriālie aktīvi ir daudz vērtīgāki par materiālām lietām. Nemateriālo aktīvu svarīgākie elementi ir aizsargāti ar tiesībām, kuras kopumā sauc par intelektuālā īpašuma tiesībām (IĪT). Šīs tiesības ietver komercnoslēpumu aizsardzību, autortiesības, dizainparaugu un preču zīmju tiesības, patentus un citus šo tiesību veidus. IĪT pārveido cilvēka prāta produktus par precīzi un sniedz plašu IĪT instrumentu klāstu, ar kuru palīdzību uzņēmumi var attīstīt savus inovatīvā biznesa modeļus, lai gūtu panākumus.

Visiem uzņēmumiem, īpaši tādiem, kas jau darbojas veiksmīgi, lai iegūtu un uzturētu savus panākumus pār konkurentiem tirgū, jābalstās uz efektīvu viena vai vairāku intelektuālā īpašuma (IĪ) tiesību izmantošanu. Tādēļ uzņēmumu īpašniekiem un vadītājiem daudz labāk jāpārzina IĪ sistēmas instrumenti, lai aizsargātu un izmantotu savus IĪ aktīvus vai tos, kurus vēlas izmantot savu biznesa konkurētspējas stratēģiju modeļos pašmāju un starptautiskos tirgos.

### IĪT nodrošina uzņēmumiem pamatu, lai:

- aizliegtu citiem kopēt savus produktus vai izmantot savas inovācijas – tas ir īpaši svarīgi mūsdienu lielās konkurences apstākļos daudzos tirgos;
- radītu spēcīga zīmola identitāti – produktus dažādojot, balstoties uz viena vai vairāku IĪT veidu stratēģisku lietošanu;
- iegūtu vērtīgu informāciju – analizējot patentu komerciālo un tehnisko informāciju, preču zīmju un dizainparaugu datubāzes, lai veicinātu uzņēmumā izpratni par tendencēm tehnikas nozarē, identificētu nākotnes pētījumu un izaugsmes virzienus, kā arī analizējot konkurentus, tādējādi ietaupot pētniecības/mārketinga laiku un resursus;
- gūtu ienākumus no licencēm, franšīzēm un citiem darījumiem ar IĪ;
- iegūtu finansējumu vai izveidotu kopuzņēmumu – IĪ aktīvus, kuriem ir juridiska aizsardzība, var novērtēt un izmantot kā nodrošinājumu finansējuma iegūšanai;
- palielinātu savu aktīvu komerciālo vērtību;
- iekļūtu jaunos tirgos;
- iesaistītos dažāda veida partnerattiecībās – IĪ tiesības ir pamats sadarbībai, piem., pētniecībā, mārketingā, atklātā inovācijā, ārpakalpojumu darījumos u.c.;
- iegūtu rīcības brīvību – iegūstot svarīgākās IĪT vai saņemot uz tām licenci, var mazināt risku, ka uzņēmums, izmantojot tehnoloģijas, preču zīmes, dizainparaugus vai autortiesību darbus, pārkāps svešas IĪT; un
- ģeogrāfiski sadalītu tirgus – daudzās valstīs IĪ īpašnieki, balstoties uz savām intelektuālā īpašuma tiesībām, var aizliegt tirgū esošus aizsargātus produktus importēt uz citu valsti vai reģionu, kurā tam arī pieder IĪT uz šiem pašiem produktiem.

IĪ izmantošana ir viena no galvenajām stratēģijām, uz kā uzņēmumi var balstīt savu konkurētspēju. Inovatīvi uzņēmumi var balstīties arī uz pirmā tirgus spēlētāja laiku, produkta nokļūšanas ātrumu tirgū, līgumiem vai tehniskiem pretkopēšanas līdzekļiem.

---

**IĪ loma uzņēmumu darbībā var mainīties un tā ir atkarīga no tādiem faktoriem kā:**

- biznesa modelis - dažos modeļos IĪ ir galvenā loma, bet citos modeļos šī loma ir mazāk svarīga. Arī dažādiem IĪT veidiem var būt atšķirīga loma dažādos biznesa modeļos, piemēram, patentiem, zinātnībai un komercnoslēpumiem būs centrālā loma tehnoloģiju uzņēmumos, bet, preču zīmes un dizainparaugi būs svarīgi patēriņa preču sektorā;
- tirgus - atkarībā no tirgus apstākļiem, piemēram, produkta dzīves cikla, riska, ka konkurenti var pārkāpt jūsu IĪT un savu tiesību aizstāvēšanas izredzēm un izmaksām pret pārkāpējiem, dažādiem instrumentiem var būt atšķirīga nozīme;
- izmantotais IĪ veids - dažādiem IĪT veidiem ir dažādas lomas (preču zīmes tiesības aizsargās jūsu zīmolu, patenti aizsargās tehnoloģiju, autortiesības aizsargās programmatūru, dizainparaugs aizsargās produkta ārējo izskatu). Vairums uzņēmumu izmanto vairākus IĪT veidus;
- biznesa attīstības stadija: uzņēmumam attīstoties, IĪT loma parasti kļūst izsmalcinātāka; un
- vadītāju izpratne par IĪ lomu: IĪ loma uzņēmumā ir atkarīga no tā vadītāju spējas izmantot šīs tiesības.

---

Lai gan nemateriālo aktīvu vērtības nozīme aug, daudzi uzņēmēji pilnībā neizmanto IĪ sistēmu. Tas bieži vien ir tādēļ, ka uzņēmējiem trūkst izpratnes vai zināšanu, pieredzes, un tie bažījas par aizsardzības izmaksām.

Dažādās kompānijās ir atšķirīga izpratne par intelektuālā īpašuma pārvaldību un komercializēšanu, bet mazie un vidējie uzņēmumi (MVU) īpaši atpaliek šajā jomā. Uzņēmējiem un to padomniekiem svarīgi ir saprast, ka ar IĪT aizsardzību vien nepietiek un ka veiksmīgai IĪ pārvaldības stratēģijai jāintegrē IĪ plašākā, kopējā uzņēmuma darbības kontekstā.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Austrijas institūts MVU pētniecībai, "Benchmarking National and Regional Support Services for SMEs in the Field of Intellectual and Industrial Property", 6. lpp., 29.b punkts

# Kāpēc uzņēmēju organizācijām būtu jāsniedz intelektuālā īpašuma pakalpojumi

Tā kā IĻ nozīme mūsdienu uzņēmējiem pieaug, tirdzniecības kameras un nozaru asociācijas visā pasaulē izjūt pieaugošu vajadzību sniegt saviem biedriem atbalsta pakalpojumus IĻ jomā. Nezinātājiem IĻ var šķist sarežģīts un neapgūstams, un daudziem uzņēmējiem nav skaidrs, ar ko sākt izglītošanos.

Nozaru asociācijas kā privātā sektora pārstāvji ir ideāli piemērotas, lai uzņemtos aktīvu uzņēmēju izglītošanu un sniegtu tiem palīdzību IĻ izpratnē un lietošanā biznesa labā. Tirdzniecības kameras un nozaru asociācijas, sniedzot IĻ pakalpojumus, var:

- pozicionēt sevi kā līderus modernās ekonomikas problēmu risināšanā;
- piesaistīt jaunus biedrus moderno tehnoloģiju sektoriem;
- ģenerēt jaunus ienākumu avotus, sniedzot jaunus pakalpojumus;
- izveidot jaunus pakalpojumus un paaugstināt esošo vērtību;
- palīdzēt saviem biedriem palielināt konkurētspēju; un
- palīdzēt stimulēt kreativitāti un inovāciju vietējās ekonomikas labā.

Tā kā uzņēmēju organizācijām jau ir cieši kontakti ar saviem biedriem, tās ir īpaši piemērotas palīdzības sniegšanai uzņēmējiem arī tādā jomā kā IĻ. Tirdzniecības kameras un nozaru asociācijas

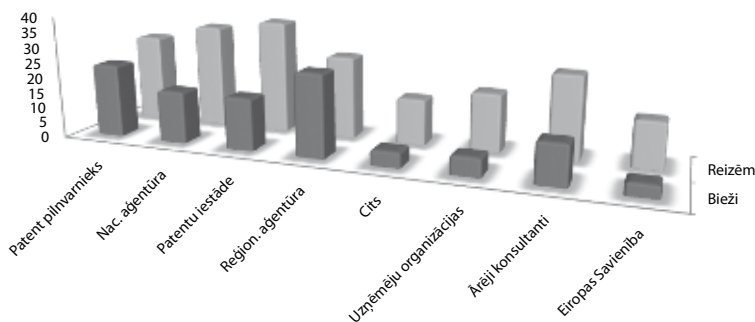
ir vislabāk noderīgas būt par pirmo vietu, kur uzņēmēji var griezties pēc informācijas IĻ lietās, kā arī par padomdevējiem, kur griezties pēc palīdzības specifiskos jautājumos. Kaut arī kamerām un asociācijām ir šis potenciāls, nesens Eiropā veikts pētījums<sup>2</sup> liecina, ka tikai seši procenti kompāniju bieži izmanto tirdzniecības kameras IĻ pakalpojumu saņemšanai, bet deviņpadsmit procenti tikai reizēm vērsas kamerās vai asociācijās.

Tā kā uzņēmējdarbības stratēģijas aspektā IĻ aktīvu

pārvaldīšana ir sarežģīta, bet ļoti svarīga, uzņēmēju organizācijām būtu jāsniedz saviem biedriem IĻ pakalpojumi, kas tiem ir nepieciešami praktiskā darbā un kas atbilst to reālajām vajadzībām, koncentrējoties uz IĻT komerciālu izmantošanu un vispusīgiem risinājumiem; juridiska aizsardzība ir tikai viens no veiksmīgas nemateriālo aktīvu pārvaldības aspektiem. Uzsverot aizsargātu IĻ aktīvu izmantošanas galvenās priekšrocības, lai dažādotu uzņēmēju sekmes tirgū, tirdzniecības kameras un nozaru asociācijas var palīdzēt saviem biedru uzņēmumiem kļūt konkurētspējīgākiem, līdz ar to arī sekmēt vietējo ekonomiku.

<sup>2</sup> Austrijas Institūts MVU pētniecībai: "Benchmarking National and Regional Support Services for SMEs in the Field of Intellectual and Industrial Property", piemēri, apkopotī 510 respondentu rezultāti.

Pakalpojumu sniedzēju izmantošana



	Patent pilnvarnieks	Nac. aģentūra	Patentu iestāde	Reģion. aģentūra	Cits	Uzņēmēju organizācijas	Ārēji konsultanti	Eiropas Savienība
■ Bieži	24	17	17	27	5	6	13	4
■ Reizēm	29	34	37	27	15	19	27	24

Avots: ICC tabula, balstoties uz Austrijas Institūta MVU pētniecībai pētījumu "Benchmarking National and Regional Support Services for SMEs in the Field of Intellectual and Industrial Property", 2007..

# Rokasgrāmatas struktūra un mērķi

Lai gan daudzi uzņēmēji pamazām sāk izprast IĪ centrālo un arvien pieaugošo lomu viņu uzņēmējdarbībā, lielākā daļa nevar vienkāršā veidā apgūt zināšanas, kā pienācīgi un efektīvi izmantot IĪ sistēmas piedāvātos instrumentus savam biznesa modelim un stratēģijai. Intelektuālā īpašuma aktīvu pārvaldībai nepieciešamās zināšanas, prasmes un iemaņas nav viegli pieejamas, mācības bieži ir ļoti dārgas, tādēļ neizmantojamas lielākai daļai uzņēmumu. Mikro, mazajiem un vidējiem uzņēmumiem (MVU) šādas zināšanas ir īpaši vajadzīgas, jo tie īsti neapzinās, kādos slazdos IĪT sistēmas instrumenti var tos iegrūst, kā arī to, kā šie paši instrumenti var palielināt to konkurētspēju un vairot ienākumus.

Šādā kontekstā uzņēmēju nozaru asociācijas, tādas kā ICC (Starptautiskā tirdzniecības kamera) un to nacionālās komitejas, tirdzniecības kameras un nozaru asociācijas ir īpaši piemērotas, lai palīdzētu uzņēmējiem saņemt kvalitatīvu IĪ aktīvu pārvaldības zināšanas, sniedzot tiem individualizētus, to vajadzībām atbilstošus pakalpojumus. Nozaru asociācijām ir svarīga loma arī savu biedru apmācībā un politikas veidotāju izglītošanā par IĪ sistēmas lomu.

## IĪ atbalsta pakalpojumi uzņēmējiem

Lai iedrošinātu un palīdzētu savām biedru organizācijām veikt šos uzdevumus, ICC ir izstrādājusi dažus instrumentus, kas pievērš uzmanību IĪ lomai uzņēmumu konkurētspējas veicināšanā, kā arī atbalsta tās IĪ pakalpojumu sniegšanā uzņēmējiem.

Šie instrumenti pašlaik ietver portālu ICC tīmekļa vietnē, kurš satur IĪ resursus nozaru asociācijām un tirdzniecības kamerām. Šis portāls ir globālas aptaujas rezultāts, kurā tika apsekotas dažādu pasaules reģionu tirdzniecības kameru un ICC nacionālo komiteju aktivitātes ar IĪ saistītos jautājumos, tādējādi ļaujot asociācijām salīdzināt savas IĪ aktivitātes ar citu organizāciju aktivitātēm. Portālā ir arī saites uz pašas ICC sniegtajiem pakalpojumiem IĪ politikas veidošanā, cīņā ar viltojumiem un pirātismu, apmācībām un publikācijām.<sup>3</sup>

Kopš 2000. gada Pasaules Intelektuālā īpašuma organizācijas (WIPO) Mazo un vidējo uzņēmumu (SMEs) nodaļa arī ir izstrādājusi lielu instrumentu klāstu un informācijas pakalpojumus IĪ aktīvu pārvaldībai maziem un vidējiem uzņēmumiem un MVU atbalsta organizācijām<sup>4</sup>. SMEs nodaļa ir izveidojusi tādas publikācijas kā 'IP for Business' sēriju par IĪ aktīvu pārvaldību, kas sniedz uzņēmējiem un MVU ieteikumus un apmācību. Vairums šo publikāciju ir sešās Apvienoto Nāciju (ANO) sistēmā lietotajās valodās, proti, angļu, arābu, franču, krievu, ķīniešu un spāņu valodā. WIPO arī piedāvā tehnisku un/vai finansiālu palīdzību savu publikāciju par IĪ MVU vajadzībām tulkošanā citās valodās un to pielāgošanā nacionālajām IĪ tiesību sistēmām, kā arī iekļaujot piemērus par efektīvu IĪ aktīvu izmantošanu uzņēmējdarbības stratēģijā attiecīgajā valstī.

Citi WIPO izstrādāti instrumenti izpratnes veicināšanai un kapacitātes stiprināšanai IĪ aktīvu praktiskai pārvaldīšanai uzņēmumos ir IP PANORAMATM - multimediju, uz stāstījumiem balstīts pašmācības materiālu komplekts, kurš pašlaik ir pieejams angļu, arābu, franču un spāņu valodā (visu laiku turpinās tā tulkošana arī vairākās citās valodās). Training of Trainers - TOTs (skolotāju apmācība) programmas nacionālā līmenī palīdz sasniegt skolotāju kritisko daudzumu, kuriem ir pamatzināšanas, prasmes un pieredze sākotnējās palīdzības sniegšanā MVU to IĪ aktīvu efektīvai pārvaldīšanai. Šajā tīmekļa vietnē tiešmācību programmas ir papildinātas ar tālmācības programmām, kuras balstās uz IP PANORAMATM multimediju komplekta 12 moduļiem. Bez tam WIPO SMEs tīmekļa vietnē ir pieejami arī citi papildresursi sešās ANO valodās, kā arī bezmaksas MVU apkārtraksts (e-newsletter) par IĪ aktīvu pārvaldību.

<sup>3</sup> ICC IP Toolkit for Chambers of Commerce <http://www.iccwbo.org/policy/ip/toolkit/id17122/index.html>

<sup>4</sup> <http://www.wipo.int/sme/en/>



# Intelektuālā īpašuma pamati<sup>5</sup>

## Kas ir intelektuālais īpašums?

## Kāpēc intelektuālais īpašums tiek aizsargāts un kam tas dod labumu?

Ī - cilvēka intelekta radītus darbus var sastapt gandrīz visur – tādos darbos kā grāmatas, filmas, ieraksti, mūzika, māksla un datorprogrammas, kā arī ikdienas priekšmetos kā automašīnas, datori, zāles un jaunas augu šķirnes. Ar Ī sistēmu var aizsargāt tādas atšķirīgas zīmes un pazīmes kā preču zīmes un dizainparaugus, kas mums palīdz izvēlēties veikalā preces. Pat produkta izcelsmes vietai, kā Champagne un Gorgonzola, var būt noteiktas zināmas tiesības. Lielākā daļa no tā, ko mēs redzam un lietojam internetā, gan mājaslapas, gan domēnvārdi, ietver vai atspoguļo kādu Ī veidu.

ĪMūsdienu pasaulē ĪT sistēmai ir galvenā loma visu valstu ekonomiskās izaugsmes stratēģijā visās attīstības stadijās. ĪT sistēma palīdz stimulēt inovāciju un viest savstarpēju uzticību starp uzņēmumiem un patērētājiem, kas ir būtiska attiecībā uz preču un pakalpojumu radīšanu. Veicinot godīgu tirgus vidi, ĪT sistēma sniedz labumu lietotājiem, patērētājiem un sabiedrībai kopumā, jo tā atbalsta inovatīvu, jaunu un uzlabotu produktu, kā arī zināšanu radīšanu, kas uzlabo cilvēku dzīves kvalitāti visā pasaulē.<sup>6</sup>

ĪT sistēma ne tikai nodrošina inovatīvu risinājumu vai radošu darbu autoru vai producentu atzīšanu, bet ļauj tiem arī iegūt "īpašumā" savus darbus, rezultātā gūstot arī ekonomiskus labumus no tiem. Aizsargājot Ī, sabiedrība atzīst tā sniegtos labumus un mudina cilvēkus veltīt laiku un resursus inovācijas veicināšanai un zināšanu attīstīšanai.

Ī sistēma ir paredzēta labumu sniegšanai sabiedrībai kopumā, līdzsvarojot inovatīvo risinājumu un darbu radītāju un patērētāju tiesības un vajadzības. ĪT parasti ļauj to īpašniekiem realizēt savas ekskluzīvās tiesības pār savu darbu izmantošanu zināmā laika periodā. Par šādu tiesību piešķiršanu Ī sistēma preti sniedz labumus sabiedrībai vairākos veidos:

- bagātina publiski pieejamas zināšanas un kultūru;
- uztur godīgu konkurenci un veicina plaša spektra kvalitatīvu preču un pakalpojumu sniegšanu;
- stiprina sociālo, kultūras un ekonomikas izaugsmi un nodarbinātību;
- balsta inovāciju un kreativitāti; un
- veicina tehnisko progresu un kultūras izpausmes.

Ī būtībā ir jaunu ideju vai prasmju konkrēta izpausme, kuru vienlaicīgi var izmantot vairāki cilvēki. Lai mudinātu ieguldīt laiku un resursus šādā radošā darbā un atļautu šos cilvēkus, uz zināmu laiku tiek piešķirtas juridiskas tiesības gūt labumus no sava radošā darba un kontrolēt savu darbu izmantošanu, ja to veic trešās personas. Pretējā gadījumā neviens saprātīgs uzņēmējs vai radošs cilvēks neveltītu tik daudz pūļu un neriskētu radīt ar ĪT aizsargātus jaunus vai uzlabotus produktus un laist tos tirgus apritē.

Ja nav pieejamas piemērotas un pietiekamas ĪT vai ir grūti tās izmantot pret pārkāpējiem, inovatīviem uzņēmējiem un radošiem cilvēkiem daudz lielākā mērā jāpaļaujas uz citiem līdzekļiem sevis pasargāšanai no negodīgas konkurences, piemēram, uz komercnoslēpumiem, līgumiem vai tehniskiem pretkopēšanas līdzekļiem. Šādi līdzekļi var būt mazāk efektīvi iepriekš minēto mērķu sasniegšanai.

<sup>5</sup> "Current and Emerging Intellectual Property Issues for Business: a roadmap for business and policy makers" 2010. gada izdevums, ICC <http://www.iccwbo.org/policy/ip/id2950/index.html>

<sup>6</sup> "Intellectual Property: Powerhouse for Innovation and Economic Growth", 2011. gada 2. februārī, ICC.

## Kā intelektuālais īpašums tiek aizsargāts?

ĪT tiesības tiek izveidotas ar nacionāliem vai reģionāliem likumiem tādēļ tās ir piemērojamas attiecīgajā teritorijā. Dažas ĪT rodas tikai tad, kad tās piešķir kompetenta valsts institūcija, bet citas tiesības rodas automātiski. Vēl citām reģistrācija nav obligāta, bet piešķir labāku aizsardzību.

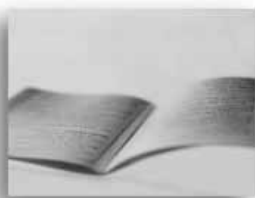
Vispār ĪT piešķir to īpašniekam izņēmuma tiesības aizliegt citiem izmantot šīs tiesības vai kontrolēt to izmantošanu. Attiecīgie nacionālie/reģionālie likumi nosaka tiesību ilgumu dizainparaugiem, patentiem, jaunām augu šķirnēm, integrālo mikroshēmu topogrāfijām un autortiesībām/ blakustiesībām, bet citu tiesību veidiem, kā preču zīmēm, komercnoslēpumiem un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm nav laika ierobežojuma. ĪT īpašnieks atkarībā no savu tiesību veida un teritorijas var šīs tiesības pārdot, piešķirt citiem lietošanas tiesības, iekļāt, pamest vai nodot mantojumā līdzīgi kā kustamu mantu vai nekustamo īpašumu.

Dažādi reģionālie un starptautiskie līgumi harmonizē ĪT tiesības un procedūras vai atvieglo ĪT iegūšanu attiecīgo reģionālo vai starptautisko līgumu izveidotās sistēmas dalībvalstīs.

### Dažādi intelektuālā darba rezultāti – tiek aizsargāti dažādos veidos:

- Literāri un mākslas darbi, tādi kā grāmatas, gleznas, mūzika, filmas un ieraksti, kā arī datorprogrammas parasti tiek aizsargātas ar autortiesībām un tā sauktajām blakustiesībām jeb saistītajām tiesībām;
- Tehniski izgudrojumi parasti tiek aizsargāti ar patentiem un/vai lietderīgajiem modeļiem;
- Atšķirīgas pazīmes — tādas kā vārdi, simboli, smaržas, skaņas, krāsas un formas — kas atšķir vienu produktu no otra, var aizsargāt kā preču zīmes;
- Īpašs priekšmetu, piemēram, mēbeļu, automašīnu daļu, trauku vai juvelierizstrādājumu, ārējo izskatu var aizsargāt kā dizainparaugu;
- Ģeogrāfiskās izcelsmes norādes tiek aizsargātas saskaņā ar preču zīmju tiesībām vai ar atsevišķām tiesībām, un tās attiecina uz produktiem, kuru īpašā pazīstamība ir saistīta ar kādu ģeogrāfisko reģionu;
- Komercnoslēpumus aizsargā ar īpašu tiesību regulējumu konkurences tiesību ietvaros vai ar citiem likumiem;
- Jaunas augu šķirnes vairumā valstu aizsargā ar īpašu likumu vai/un patentiem; un
- Dažās valstīs īpaša juridiska aizsardzība tiek nodrošināta integrālo mikroshēmu topogrāfijām kā arī atvasinātām datubāzēm.
- Produkta dažādas īpašības bieži tiek aizsargātas ar vairākiem ĪT veidiem vienlaicīgi.

## Autortiesības



Autortiesību aizsardzība veicina oriģinālu mākslas un literatūras darbu radīšanu. Tās ir ļoti daudzveidīgas un aptver ļoti atšķirīgu saturu, sākot no reklāmām, grāmatām, žurnāliem, laikrakstiem, gleznojumiem, fotogrāfijām un digitālā vidē radītiem darbiem kā mūzikas ieraksti un filmas līdz datorprogrammām. Autortiesības atalgo literāras un/vai mākslinieciskas izpausmes, ļaujot to autoriem/radītājiem gūt ekonomiskus labumus no saviem darbiem. Bez ekonomiskām tiesībām autortiesības piešķir arī personiskas tiesības, tādas kā tiesības uz autorību (tiesības tikt nosauktam par attiecīgā darba autoru/radītāju) un aizliegt sava darba izkropļošanu vai modificēšanu, kas var kaitēt autora reputācijai.

Daudzu kompāniju darba rezultāti tiek aizsargāti ar autortiesībām. Tādi piemēri ir datorprogrammas, mājaslapu saturs, produktu katalogi, laikraksti, lietošanas instrukcijas un rokasgrāmatas, dažādu iekārtu vai patēriņa preču lietošanas un remonta instrukcijas, produktu informācijas mākslinieciskie un tekstuālie elementi, etiķetes un iepakojums, mārketinga un reklāmas materiāli drukātā veidā, uz paziņojumu tāfelēm, mājaslapās. Vairumā valstu autortiesības aizsargā arī rūpniecisku izstrādājumu zīmējumus vai skices.<sup>7</sup>

Lai baudītu autortiesību aizsardzību, darbam jābūt oriģinālam (paša veidotam)

<sup>7</sup> "Creative Expression", WIPO autortiesību ieteikumi vietnē [www.wipo.int/sme/en/documents/guides/creative\\_expression.html](http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/creative_expression.html)

un parasti izpaustam kādā fiksētā formā. Kolīdz darbs ir radīts tā autoram/radītājam autortiesības pienākas automātiski, bet nedaudzās valstīs, arī dažās ekonomiski attīstītās, tiek brīvprātīgi uzturētas nacionālās autortiesību reģistrēšanas sistēmas, kuras sniedz papildu labumu gan autoram, gan sabiedrībai. Ar autortiesībām aizsargātu darbu drīkst izmantot pats autors/radītājs vai tas to var licencēt, vai nodot šīs tiesības citai personai (grāmatu gadījumā izdevējiem, mūzikas gadījumā kolektīvajām pārvaldības organizācijām vai ierakstu producentiem, kuri kļūst par blakustiesību īpašniekiem). Autortiesības un blakustiesības piešķir autoram/radītājam veselu rindu ekskluzīvu tiesību uz noteiktu, taču pietiekami ilgu laiku, kurš sākas no darba radīšanas/fiksēšanas brīža un ilgst piecdesmit gadus pēc autora/radītāja nāves.

Autortiesības piešķir to īpašniekam veselu rindu juridisku tiesību, ar kurām kontrolēt zināmus savu darbu izmantošanas aspektus. Šīs tiesības parasti ļauj autoram atļaut vai aizliegt trešām personām reproducēt, izplatīt, iznomāt, ierakstīt, izpildīt publiski, pārraidīt, translēt vai adaptēt savu darbu. Daudzās valstīs autortiesību īpašnieki nevar aizliegt citām personām atsevišķus darbu izmantošanas veidus, taču tiem ir tiesības uz atlīdzību par šādu izmantošanu. Katrā valstī ekskluzīvajām tiesībām ir izņēmumi, kas attiecināmi uz izmantošanu bez atlīdzības vai atļaujas iegūšanas no īpašnieka. Šādas izmantošanas piemērs ir citātu izmantošana ilustratīviem vai mācību nolūkiem. Autortiesību īpašniekam piešķirtā aizsardzība, tās ierobežojumi un izņēmumi, ir nacionālo autortiesību likumu būtiska sastāvdaļa. Izņēmumi kopā ar ekskluzīvajām tiesībām veido līdzsvarotu sistēmu, kas no vienas puses veicina literāru un mākslas darbu radīšanu, bet no otras puses to izplatīšanas līdzekļu izstrādi, kas ļauj šos literatūras un mākslas darbus baudīt.

Vairumā valstu līdzīgas tiesības tiek piešķirtas izpildītājiem, fonogrammu producentiem un raidorganizācijām. Dažās valstīs izpildītājus, producentus un raidorganizācijas aizsargā ar autortiesībām tāpat kā autorus/radītājus, bet citās valstīs tiem ir blakustiesības jeb ar autortiesībām saistītas tiesības.

Līdz ar digitālo tehnoloģiju un interneta attīstību, kur visa veida saturs kļūst pieejams un/vai tiek izplatīts tiešsaistē, kā dēļ rodas grūtības tiesību izlietošanā pret pārkāpējiem, arvien svarīgāka kļūst efektīva autortiesību un blakustiesību pārvaldība.

---

### **Autortiesību un blakustiesību aizsardzībai ir noslēgtas vairākas starptautiskas vienošanās, tādas kā:**

- Bernes konvencija par literāro un mākslas darbu aizsardzību (1886),
- Romas konvencija par izpildītāju, fonogrammu producentu un raidorganizāciju tiesību aizsardzību (1961),
- Ženēvas konvencija par fonogrammu producentu aizsardzību pret neatļautu fonogrammu pavairošanu (1971),
- WIPO autortiesību līgums (1996) un WIPO līgums par izpildījumu un fonogrammām (1996). Pēdējie divi attiecas uz autoru tiesību aizsardzību digitālā vidē.
- Pasaules tirdzniecības organizācijas (PTO) līgums par intelektuālā īpašuma aizsardzību saistībā ar tirdzniecību (TRIPS) (1994), kas ir pirmais daudzpusējais IĪT līgums saistībā ar tirdzniecību.

Ja izgudrojums atbilst noteiktiem kritērijiem, patentu piešķir kompetenta nacionāla/

---

*Vairāk informācijas par autortiesībām skatīt WIPO ieteikumus "Creative Expression" [http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/creative\\_expression.html](http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/creative_expression.html) un ICC IP Roadmap "Current and Emerging Intellectual Property Issues for Business: a Roadmap for Business and Policy Makers" <http://www.iccwbo.org/policy/ip/id2950/index.html>*

## Patenti



reģionāla patentu iestāde. Šādi piešķirti patenti dod to īpašniekiem tiesības uz ierobežotu laiku aizliegt citiem ražot, lietot, tirgot, piedāvāt tirgošanai un importēt produktus, kuros ir iemiesots izgudrojums, bez īpašnieka atļaujas.

Izgudrotājam savukārt patenta dokumentos ir detalizēti jāatklāj savs izgudrojums. Lielākā daļa patentu iestāžu publisko patentu pieteikumus 18 mēnešus pēc pieteikuma iesniegšanas, bet jebkurā gadījumā visas iestādes tos publisko pēc patenta piešķiršanas. Šādā veidā patenti iemieso sabiedrisku līgumu starp sabiedrību kopumā un izgudrotājiem. Vairumā valstu patentu aizsardzība ilgst ne ilgāk par 20 gadiem, skaitot no pieteikuma datuma, un tos piešķir nacionālās vai reģionālās valsts iestādes, kurās izgudrotājs iesniedz savu pieteikumu.

Lai piešķirtu patentu, izgudrojumam jāatbilst visiem trim šādiem nosacījumiem:

- tam jābūt jaunam – tas nedrīkst būt iepriekš publicēts vai lietots;
- tam jāatbilst “izgudrojuma līmenim” jeb jābūt “neacīmredzgamam” lietpratējam attiecīgajā tehnikas jomā; un
- tam jābūt rūpnieciski izmantojamam – tam jābūt kaut kam tādām, ko var rūpnieciski ražot vai lietot.

Vairums valstu ir izveidojušas nacionālas vai reģionālas patentu sistēmas, jo patentu piešķiršana:

- veicina detalizētas un praktiskas tehniskās informācijas publisku atklāšanu, atvieglojot publikas piekļuvi tehnikas līmeņa zināšanām. Bez patenta piešķirtās aizsardzības izgudrotājs var vēlēties glabāt izgudrojuma detalizētu izklāstu slepenībā;
- izveido pamudinājumu un atlīdzības sistēmu, lai veicinātu investīcijas P&A, lai radītu vēl labākus izgudrojumus un tehnikas inovācijas;
- veicina ātrāku patentu tiesību komerciālu izmantošanu, jo patentu tiesībām ir ierobežots ilgums. Lietotāji un patērētāji saņem taustāmu labumu jaunu un uzlabotu patentētu produktu veidā;
- ļauj izvairīties no pētniecības un attīstības darbu dublēšanas. (Meklēšana attiecīgajās patentu dokumentu (patentu pieteikumu un piešķirto patentu) datubāzēs saprātīgā laikā ir iespējama tādēļ, ka patentu dokumenti ir publiski pieejami. Vairums patentu iestāžu velta lielas pūles savu patentu dokumentu ievietošanai bezmaksas piekļuvei tiešsaistē);
- stimulē turpmāku pētniecības un tehnoloģiskās inovācijas attīstību; un
- nodrošina godīgu konkurenci, novēršot vai atļaujot veikt juridiskas darbības pret pārkāpējiem, neatkarīgi no tā, vai viņi apzināti vai neapzināti pārkāpj patentu.

---

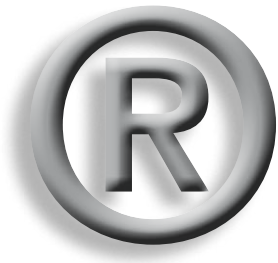
Ir noslēgti vairāki starptautiski līgumi, kas veicina patentu aizsardzību.

Materiālo tiesību jomā svarīgākie līgumi ir Parīzes konvencija par rūpniecisko īpašumu (1883) un PTO Līgums par intelektuālā īpašuma tiesībām saistībā ar tirdzniecību (TRIPS) (1994), bet svarīgākie procesuālo tiesību līgumi ir Patentu kooperācijas līgums (1970) un Patentu tiesību līgums (2000). Ja vairākas valstis ir reģionālas patentu sistēmas dalībnieces, aizsardzību var iegūt arī, iesniedzot pieteikumu attiecīgajā reģionālajā iestādē un attiecinot to uz visu vai dažu dalībvalstu teritoriju. Reģionālās patentu iestādes ir Āfrikas Intelektuālā īpašuma organizācija (OAPI); Āfrikas Reģionālā intelektuālā īpašuma organizācija (ARIPO), Eirāzijas patentu organizācija (EAPO), Eiropas patentu iestāde (EPO) un Līča valstu sadarbības padomes patentu iestāde.

---

*Vairāk informācijas par patentiem skatīt WIPO publikācijā “Inventing the Future” [http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/inventing\\_future.html](http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/inventing_future.html) un ICC IP Roadmap “Current and Emerging Intellectual Property Issues for Business: a Roadmap for Business and Policy Makers” <http://www.iccwbo.org/policy/ip/id2950/index.html>*

## Preču zīmes



Preču zīme ļauj lietotājiem jeb patērētājiem atšķirt produktus (preces un pakalpojumus), kurus tirgū piedāvā preču zīmes īpašnieks, no produktiem, kurus piedāvā tā konkurenti. Preču zīmes ir zīmolvedības, reklamēšanas un tirgvedības stratēģiju būtisks elements, jo tās simbolizē tās uzticēšanās attiecības starp produkta ražotāju vai piegādātāju un produktu lietotājiem vai patērētājiem, kas ir veidotas un nostiprinājušās ilgā laika posmā.

Ražotājiem un piegādātājiem, kuri ir ieguldījuši laiku, pūles un līdzekļus, lai izveidotu labu sava zīmola tēlu, preču zīmes ir veids, kādā aizliegt citiem negodīgi gūt labumu no savas reputācijas, uzticamības un uzticēšanās attiecībām ar patērētājiem vai lietotājiem. Tā tiek nodrošināta godīga konkurence starp konkurentiem tirgū un tiek veicināta ražotāju un piegādātāju vēlme investēt savu produktu kvalitātes uzlabošanā un reputācijas veidošanā un uzturēšanā.

Vairums preču zīmju ir vizuālas (vārdi, zīmes, simboli, saukļi un attēli), tādēļ tām reģistrēšanas nolūkam jābūt grafiski reproducējamām. Taču daudzās valstīs preču zīmju likumi paredz aizsardzību arī preču zīmēm, kuras ir tikai krāsas, formas, skaņas, smaržas un kustīgi attēli.

Vairumā valstu preču zīmes reģistrē nacionāla vai reģionāla preču zīmju iestāde, parasti uz desmit gadu periodu, kuru var bezgalīgi pagarināt. Vairums preču zīmju tiek reģistrēti lietošanai saistībā ar konkrētām precēm vai pakalpojumiem. Preču zīmes īpašnieks var aizliegt citiem izmantot šādu preču zīmi saistībā ar tādām pašām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem, ja šāda lietošana rada sajaukšanu sabiedrības skatījumā. Daudzās valstīs slavenas jeb plaši pazīstamas preču zīmes bauda aizsardzību arī bez reģistrācijas.

Gandrīz visi uzņēmumi, gan lieli, gan mazi, balstās uz preču zīmēm. Preču zīmju aizsardzība tiek izmantota daudz biežāk nekā citi ĪT veidi, jo preču zīmes in neatņemama efektīvas zīmolvedības sastāvdaļa. Preču zīmes patērētājiem vai lietotājiem ir izcelsmes norāde, kas kalpo par preču un pakalpojumu kvalitātes norādi. Tas aiztaupa tiem patērētājiem un lietotājiem preces vai pakalpojuma meklēšanu, kuri uzticas, ka preču zīmes īpašnieks pilda zīmola tēla dotos solījumus.

---

Ir noslēgti vairāki starptautiski līgumi preču zīmju aizsardzības jomā. Materiālo normu jomā svarīga loma ir Parīzes konvencijai par rūpnieciskā īpašuma aizsardzību (1883), Preču zīmju līgumam (1994) un TRIPS līgumam (1994). Singapūras līgums par preču zīmju tiesībām tika noslēgts 2006. gada 28. martā. Procesuālo jautājumu harmonizācijā galvenie līgumi ir Madrides nolīgums par zīmju starptautisko reģistrāciju (1891) un tā Protokols (1989), kuros oficiālās darba valodas ir angļu, franču un spāņu valoda, kā arī Nicas nolīgums par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju zīmju reģistrācijai (1957). Reģionālu preču zīmju aizsardzību dažādās līguma dalībvalstīs var iegūt, iesniedzot preču zīmju reģistrācijas pieteikumus tādās iestādēs kā Āfrikas reģionālajā rūpnieciskā īpašuma iestādē (ARIPO), Beniluksa valstu preču zīmju iestādē, Eiropas Savienības Iekšējā tirgus saskaņošanas birojā (ITSB) un Āfrikas intelektuālā īpašuma organizācijā (OAPI).

---

*Vairāk informācijas par preču zīmēm skatīt WIPO ieteikumos "Making a Mark" [http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/making\\_mark.html](http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/making_mark.html) un ICC publikācijā IP Roadmap "Current and Emerging Intellectual Property Issues for Business: a Roadmap for Business and Policy Makers" <http://www.iccwbo.org/policy/ip/id2950/index.html>*

## Dizainparaugi



Vairāk informācijas skatīt WIPO publikācijā "Looking Good" [http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/look-ing\\_good.html](http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/look-ing_good.html) un ICC publikācijā IP Roadmap "Current and Emerging Intellectual Property Issues for Business: a Roadmap for Business and Policy Makers" <http://www.iccwbo.org/policy/ip/id2950/index.html>

Dizainparaugi aizsargā izstrādājumu vai to iepakojumu izskata jaunus un/vai oriģinālus dekoratīvos aspektus. Aizsardzības kritēriji parasti ir aizgūti no patentu likumiem (novitāte) un autortiesību likumiem (oriģinalitāte). Dizainparaugs aizsargā formu nevis tehniskās funkcijas. Dizainparaugi var būt divdimensiju (ornamenti, raksti, līnijas vai krāsas) vai trīsdimensiju (forma vai konfigurācija). Dizainparaugi būtiski ietekmē produktu estētiskās īpašības un atšķirīgumu, un tiem ir būtiska nozīme vairākās nozarēs, piemēram, tekstilrūpniecībā, modes industrijā, patēriņa mobilo ierīču nozarē, datorprogrammās (interfeisi), automašīnās un dekorējumos.

Dizainparaugu aizsardzība dažādās valstīs atšķiras, kaut gan Eiropas Savienībā (ES) ir panākta dizainparaugu saskaņota aizsardzība, piešķirot tiesības visās 27 dalībvalstīs. Vairumā valstu dizainparaugu aizsardzībai nepieciešama reģistrācija, taču parādās arī tendence piešķirt īslaicīgu aizsardzību arī neregistrētiem dizainparaugiem, piem., ES piedāvā šādu aizsardzību uz trim gadiem. Reģistrētu dizainparaugu aizsardzība parasti ilgst no 10 līdz 25 gadiem.

Reģistrēta dizainparauga īpašnieks var aizliegt citiem izgatavot, tirgot, importēt un eksportēt izstrādājumus, kuros ir iemiesoti dizainparaugi. Vairākās valstīs īpašnieks var vienlaicīgi paļauties uz autortiesībām un dizainparaugu tiesībām. Reizēm dizainparaugu aizsardzība var pārklāties arī ar preču zīmju aizsardzību un pat patentu tiesībām.

---

Hāgas vienošanās (1925) par dizainparaugu starptautisko reģistrāciju, kas grozīta ar Ženēvas aktu (1999), ļauj centralizēt dizainparaugu pieteikumu iesniegšanas procedūru attiecībā uz dažādām vienošanās dalībvalstīm (ieskaitot arī ES). Procesuālos aspektus un dizainparaugu klasifikāciju regulē Lokarno nolīgums (1968).

---

## Komercnoslēpumi

Vispārīgi informāciju var uzskatīt par komercnoslēpumu, ja to var identificēt un nodalīt, un tā atbilst šādiem trim kritērijiem:

- tā kopumā nav zināma vai viegli izsecināma attiecīgo aprindu cilvēkiem;
- tai ir konkurētspēju veicinoša loma; un
- visu laiku tiek veikti saprātīgi pasākumi tās slepenības saglabāšanai.

Pēdējais kritērijs nosaka, ka ir jāizveido un pastāvīgi jāpiemēro, un jāpārbauda sistēma, kas ļauj saglabāt informācijas konfidencialitāti, tādējādi piešķirot konkrētajam komercnoslēpumam īpašu nozīmi uzņēmuma produkcijas konkurētspējā un novēršot iespēju to pazaudēt vai nozagt, kas ietekmētu uzņēmuma konkurētspēju. Šie pasākumi ietver arī informācijas uzticēšanu tikai tām personām, kurām tā nepieciešama darba pienākumu veikšanai.

Komercnoslēpumi var saturēt dažāda veida vērtīgu informāciju – piem., tehnisku, komerciālu vai finansiālu – ja vien tā atbilst visiem iepriekš minētajiem kritērijiem. Tādējādi komercnoslēpums var būt ražošanas process, metodes un zinātnība, piegādātāju/klientu saraksti un profili, izplatīšanas metodes, finansiāla informācija, produkta sastāvdaļas, visu veidu biznesa stratēģijas, utt. Komercnoslēpuma aizsardzībai nevajag reģistrāciju kādā valsts institūcijā. Tas tiek aizsargāts automātiski un var ilgt bezgalīgi, ja vien tiek ievēroti visi trīs iepriekš minētie nosacījumi.

Zinot komercnoslēpumu vērtību, visu veidu biznesa darījumos, arī darba līgumos, tiek iekļauti konfidencialitātes/slepenības, nekonkurēšanas un darbinieku nepārvilināšanas nosacījumi, īpaši tādos, kuri paredz apmaiņu ar konfidencialo informāciju un/vai komercnoslēpumiem. Šie līgumu nosacījumi tiek pielāgoti katrai konkrētai situācijai un katram darījumam, un tie ir nepieciešami, lai novērstu vai ierobežotu nevēlamu vērtīgas biznesa informācijas noplūdi, atklāšanu vai lietošanu. Tomēr daudzās valstīs komercnoslēpumu aizsardzība ir vāja, daļēji tādēļ, ka trūkst izpratnes par to svarīgumu.

For more information on trade secrets, see [www.wipo.int/sme/en/ip\\_business/trade\\_secrets/trade\\_secrets.htm](http://www.wipo.int/sme/en/ip_business/trade_secrets/trade_secrets.htm) and ICC's IP Roadmap "Current and Emerging Intellectual Property Issues for Business: a Roadmap for Business and Policy Makers" at [www.iccwbo.org/policy/ip/id2950/index.html](http://www.iccwbo.org/policy/ip/id2950/index.html)

# Intelektuālā īpašuma pakalpojumu dienesta izveide

## Vispārēji principi

### Fokusēšanās uz IĪ praktisku izmantošanu kā daļu no kopējās uzņēmuma stratēģijas

Lai arī katram IĪ pakalpojumam ir sava specifika, veidojot uzņēmējiem paredzētu IĪ pakalpojumu dienestu, jāievēro daži vispārēji principi.

Pret IĪ jāizturas kā pret kopējās biznesa stratēģijas elementu nevis tikai kā pret izolētu juridisku jautājumu. IĪ dienests jāuzskata par plašāka instrumentu un pakalpojumu klāsta daļu, kas palīdz uzņēmumam kļūt konkurētspējīgam un saglabāt savu pozīciju. Tā nebūtu jāuztver kā izolēts pakalpojums, IĪ jautājumi būtu jāpatur prātā arī tad, kad tiek sniegts atbalsts uzņēmējiem citās sfērās.

Uzņēmējiem būtu jāsniedz atbalsts ne tikai IĪT reģistrācijas/piešķiršanas procesā, bet visā inovācijas procesā no idejas rašanās brīža līdz nemateriālo aktīvu komercializācijai. Uzņēmējus pārstāvošajām organizācijām tādēļ būtu jāiekļauj savā sniedzamo pakalpojumu klāstā, kas attiecas uz dažādām uzņēmumu aktivitātēm, arī intelektuālā īpašuma jautājumi

---

IĪ jautājumi var būt svarīgi uzņēmuma darbāgaitas pārvaldībā, ziņojumos īpašniekiem, grāmatvedībā, P&A, cilvēkresursu pārvaldībā, zīmolvēdības un tirgvedības stratēģijās, piegāžu ķēžu pārvaldībā, tīmekļa vietņu izveidē, attiecībās ar tīmekļa vietnes viesotājiem, telpu/ēku izkārtojuma plānošanā, sastādot oficiālus līgumus ar darījumu partneriem (ieskaitot attiecības ar ārpalpojumu sniedzējiem un darbojoties atvērtās inovācijas vidē), uzticamības pārbaudē uzņēmumu saplūšanas, iegūšanas un atsavināšanas gadījumos, paplašināšanās, eksporta plānos, attīstot jaunus biznesa plānus, stratēģiju internacionalizācijā, nodokļos, apdrošināšanā, riska pārvaldībā, finanšu piesaistīšanā, drošības plānos, produktu izmaksā/cenā, uzņēmuma pārdošanā un bankrota gadījumā, strīdu izšķiršanā, utt.

---

Tā kā mikro un mazo uzņēmumu vadītājiem ir ļoti ierobežots laiks, ikvienai tiem sniegtajai informācijai un padomam jābūt viegli pieejamam un praksē piemērojamam. Piemēram, mazākiem uzņēmumiem būtu vieglāk izveidot rentablu IĪ stratēģiju, ja padomi būtu nelielu soļu veidā, kas sakrīt ar jau esošām uzņēmuma funkcijām.

### Kompetenta personāla izmantošana

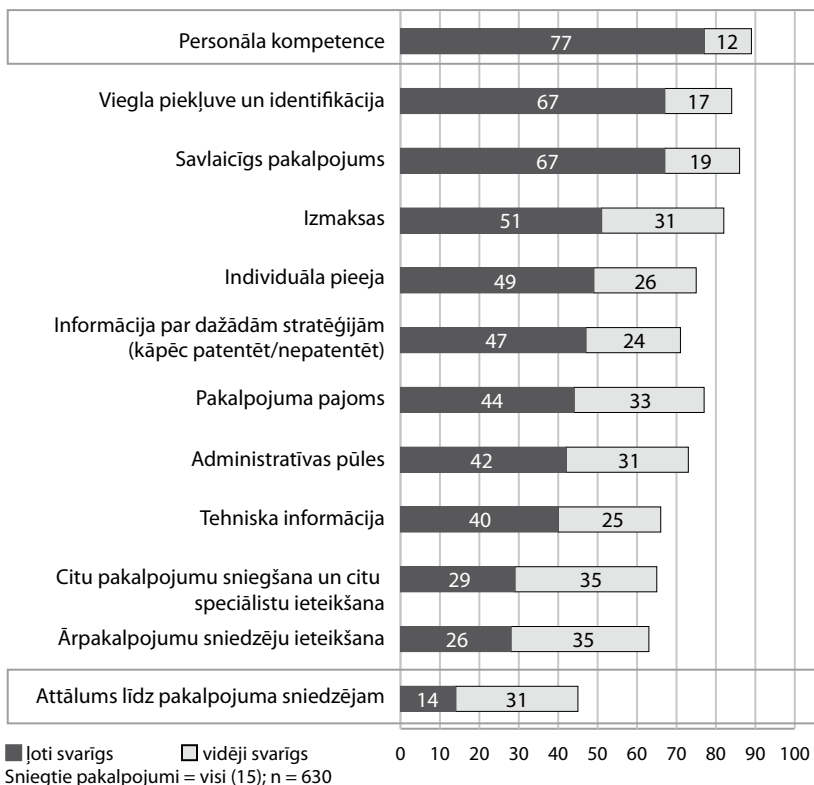
Eiropā veikts pētījums<sup>8</sup> (turpmāk) parādīja, ka IĪ pakalpojumu lietotāji par svarīgāko faktoru šādu pakalpojumu sniegšanā uzskata kompetentu personālu.

Tā kā ir grūti atrast pieredzējušus cilvēkus ar zināšanām IĪ tehniskos un juridiskos aspektos, kā arī IĪ aktīvu pārvaldībā un komercializācijā, jāiegulda pūles un līdzekļi personāla apmācībā (skolotāju apmācības programmas skatīt sadaļā par uzņēmēju apmācību).

Arī personāls, kurš tieši nestrādā ar IĪ jautājumiem, ir jāiepazīstina ar tiem. Tas ļaus personālam, kurš sniedz pakalpojumus citās jomās, izlemt, kurā brīdī uzņēmējam būtu jākonsultējas ar atbalsta speciālistiem IĪ jautājumos, kā arī izprast, kā IĪ problēmas ir saistītas ar citiem biznesa aspektiem.

<sup>8</sup> "Benchmarking National and Regional Support Services for SMEs in the Field of Intellectual and Industrial Property", Austrijas Institūts MVU pētniecībai: 2007

**Galvenie IĪ pakalpojumu sniegšanas kvalitātes faktori lietotāju uztverē un svarīguma, pakalpojumu lietotāji, % no apkopotajām atbildēm**



Avots: Radauer, A., Ohler, F & Streicher, J. (2007): Benchmarking national and regional support services in the field of industrial and intellectual property for SMEs, Luxembourg: Eiropas Komisija, Pro Inno Paper Nr.4

**Personāla apmācība**

IP PANORAMATM ir multimediju, uz stāstījumu balstīts pašmācības materiālu komplekts, kuru var izmantot kā personāla apmācības instrumentu, lai palielinātu izpratni par IĪ un sniegtu praktiskas zināšanas par IĪ noderību uzņēmuma panākumu veicināšanā. IP PANORAMATM kopīgi izstrādāja WIPO, Korejas Intelektuālā īpašuma iestāde (KIPO) un Korejas izgudrojumu veicināšanas asociācija (KIPA). Tas ir pieejams vietnē <http://www.ippanorama.com>, KIPA e-apmācības vietnē <http://global.ipacademy.net>, un WIPO tīmekļa vietnē <http://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>.

Turklāt WIPO sadarbībā ar KIPO un KIPA trīs reizes gadā piedāvā tālmācības kursu, kuram ir piekļuve vietnē <http://www.ippanorama.com>; šis kurss satur 12 moduļu multimediju tiešsaistes materiālu komplektu, kuram var piekļūt arī caur vietnēm <http://global.ipacademy.net> vai <http://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>.

**Darbs ar partneriem tīklā**

IĪ ir viens no plašākas inovācijas atbalsta un ilgtspējīgas ekonomiskās attīstības stratēģijas elementiem. Tas ir svarīgi, lai uzņēmēju organizācijas šajā jomā nedarbotos vakuumā, bet šī kopīgā mērķa sasniegšanai veidotu sadarbības tīklus ar nacionālajiem un starptautiskajiem ieinteresētajiem partneriem, valsts institūcijām, konsultantiem un pakalpojumu sniedzējiem. Tas ļauj veidot sadarbības projektus un veidot savstarpēju klientu loku. Lai plašāk reklamētu uzņēmēju organizāciju pakalpojumus, dotu uzņēmumiem piekļuvi papildu konsultācijām un pakalpojumiem, kā arī, lai organizētu pieredzes apmaiņu un apmācību, balstoties uz savstarpēju pieredzi, svarīgi ir arī izveidot kontaktinformācijas tīklu.

IĻ jomā noderīgas partnerattiecības varētu būt ar valsts institūcijām, kas atbild par patentiem, preču zīmēm, dizainparaugiem un autortiesībām (skatīt WIPO nacionālo institūciju sarakstu <http://www.wipo.int/directory/en/>), patentpilnvarniekiem un preču zīmju aģentiem, universitātēm, tehnoloģiju un inovācijas attīstības aģentūrām, kā arī ar uzņēmēju un nozaru asociācijām. IĻ finansiālā potenciāla jautājumos uzņēmēju organizācijas var sadarboties ar IĻ vērtēšanas speciālistiem, profesionāliem investoriem un kreditoriem, kā arī ar licencēšanas speciālistiem.

## IĻ pakalpojumu pielāgošana tirgum un klientam

Uzņēmēju organizācijām būtu jāpielāgo pakalpojumi tādā apjomā, lai tie aizpildītu tos tukšumus, kas radušies jau esošo IĻ pakalpojumu sniegšanā, neatkarīgi no tā, vai esošie pakalpojumi ir par maksu vai bezmaksas, tādējādi efektīvi apmierinot konkrētu klientu/nozaru vajadzības. Tirgus nišas var identificēt, veicot tirgus izpēti vai apjautājot personālu, kuri ir ciešā saskarē ar konkrētajiem klientiem/nozarēm. Jau esošo pakalpojumu ievērošana ļaus uzņēmēju organizācijām precīzāk atrast savu nišu un izvairīties no konfliktiem ar esošajiem IĻ pakalpojumu sniedzējiem, no kuriem daži var būt arī šo organizāciju biedri vai partneri. IĻ pakalpojumu orientācija uz klientiem ļaus uzņēmēju organizācijām labāk pielāgot savus IĻ pakalpojumus, jo pakalpojumi MVU vai individuāliem novatoriem atšķirsies no pakalpojumiem starptautiskai kompānijai. Piemēroto klientu loku var noskaidrot, veicot lietotāju apmierinātības aptaujas vai iegūstot informāciju no personāla, kas ir tiešā saskarē ar attiecīgajiem klientiem vai nozarēm.

IĻ pakalpojumu forma un veids jāizstrādā, vadoties no organizācijas mērķiem, budžeta un pieejamiem cilvēkresursiem.

## Budžeta noteikšana un finansēšana

Ideālā variantā būtu jāatvēl līdzekļi jaunū IĻ pakalpojumu sniegšanai, jo tas ļaus uzkrāt zināšanas un pieredzi, kas šajā jomā ir ļoti svarīga. Pastāvīga personāla finansēšana ļaus arī samazināt nepieciešamību pēc nepārtrauktas atkārtotas personāla apmācības. Izmaksas mazināt ļaus arī resursu apvienošana ar partneriem konkrētu projektu īstenošanai. Detalizēts budžets palīdzēs sakārtot IĻ pakalpojumus pēc prioritātes un noteikt, vai ir nepieciešama partnerība ar citām organizācijām.

Attiecībā uz finansējuma iegūšanu no ārpusē par IĻ pakalpojumiem, kas nav pašfinansējoši, uzņēmēju organizācijas var izpētīt vietējā, reģionālā un nacionālā valsts finansējuma iegūšanas iespējas.

---

Valdības arvien vairāk finansē starpniekus, lai ieviestu programmas, kas sniedz apmācību un informāciju uzņēmējiem. Attīstības bankas (piem., Inter-American Development Bank) arī sniedz šādu finansējumu, to dara arī Eiropas Komisija, kurai ir vairākas programmas, kas atbalsta un veicina inovāciju projektus. Globāli arvien vairāk nacionālo, reģionālo un vietējo valdību un dažas nevalstiskas organizācijas sniedz finansējumu arī tirdzniecības kamerām, lai tās izveidotu vai uzlabotu IĻ pakalpojumus.

## IP pakalpojumu pārdošana

---

Eiropas pētījuma rezultātos<sup>9</sup>, kas minēti iepriekš (skatīt iepriekšējo tabulu), vieglu piekļuvi un identifikāciju lietotāji minēja kā vienu no svarīgākajiem IĻ pakalpojumu kritērijiem. Tas liecina, ka svarīgi ir veikt pietiekami daudz pūļu, lai iepazīstinātu mērķauditoriju ar jau esošiem un jauniem IĻ pakalpojumiem.

## Pakalpojumu novērtēšana un etalons

Pastāvīga pakalpojumu vērtēšana attiecībā pret to sākotnējiem mērķiem un klientu apmierinātību nodrošinās, ka uzņēmēju organizāciju sniegtie IĻ pakalpojumi laika gaitā nezaudēs savu vērtību. Savu pakalpojumu salīdzināšana ar citu organizāciju sniegtajiem pakalpojumiem ļaus arī ieviest jaunus un uzlabot esošos pakalpojumus.

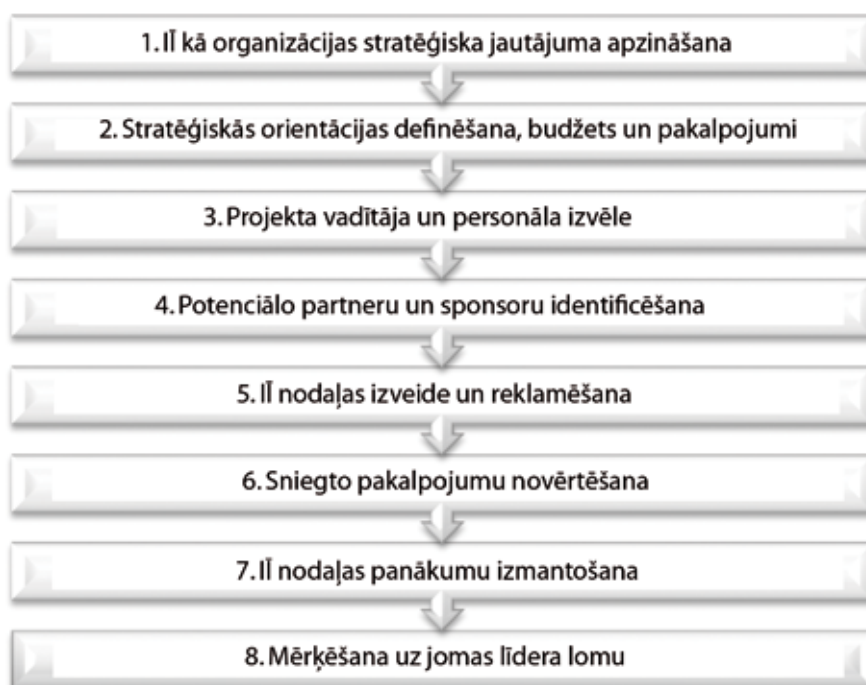
<sup>9</sup> "Benchmarking National and Regional Support Services for SMEs in the Field of Intellectual and Industrial Property", Austrijas Institūts MVU pētniecībai: 2007

# Intelektuālā īpašuma nodaļas izveide

Uzņēmēju organizācijām ir jāizlemj, vai tās vēlas izveidot atsevišķu IĪ nodaļu, ieviest ierobežotākus IĪ pakalpojumus vai integrēt IĪ pakalpojumus jau esošos pakalpojumos. Šajā nodaļā ir ieteikumi tām uzņēmēju organizācijām, kuras vēlas izveidot atsevišķu IĪ nodaļu.

No pirmā acu uzmetiena var šķist, ka pilnīgi jaunas IĪ nodaļas izveide ir liels izaicinājums. Turpmāk ir sniegta ceļa karte, kas palīdzēs noteikt šāda projekta apjomu un ierobežojumus, kā arī strukturēt tā īstenošanu. Lai gan šis nav vienīgais veids, kādā šo uzdevumu īsteno, taču to ir izstrādājušas daudzu pasaules valstu kameras, kuras ir izveidojušas veiksmīgas IĪ nodaļas. Šo paraugu var modificēt atbilstoši katras organizācijas specifiskā tirgus vajadzībām un organizācijas struktūrai. Lai gan šajā nodaļā fokuss ir uz atsevišķas IĪ nodaļas izveidi, tajā ietvertos principus var piemērot arī tās uzņēmēju organizācijas, kuras izvēlas veidot ierobežotāka apjoma IĪ aktivitātes.

**Galvenās stadijas IĪ nodaļas izveides praksē ir šādas:**



## IĪ izvirzīšana par organizācijas stratēģisku jautājumu

Pats svarīgākais – un reizēm vissarežģītākais – solis ir IĪ noteikšana par uzņēmēju organizācijas prioritāti. Uzņēmēju organizāciju vadība var nepārzināt IĪ jautājumus, tādēļ pirmais solis var būt izskaidrošana, kāpēc IĪ ir svarīgs uzņēmējiem un to organizācijai. Šajā procesā var palīdzēt šīs rokasgrāmatas ievadā sniegtais pārskats par vispārējiem IĪ principiem un to pamatojums. IĪ noteikšana par organizācijas stratēģisku jautājumu nodrošinās, ka šajā projektā tiek piesaistīti nepieciešamie cilvēkresursi, finansējums un institucionālie resursi. Šajā sākuma stadijā īpaši nozīmīgs ir organizācijas vadošo personu un pārraudzības padomes locekļu atbalsts, lai projektu turpinātu finansēt un piesaistītu citus resursus. Viens veids, kā nodrošināt nepieciešamos resursus un organizācijas vadības līdzdalību, ir nozīmēt kādu no padomes locekļiem par projekta uzraugu. Kad ir panākts vadības atbalsts un iegūti nepieciešamie resursi, nākamais solis ir IĪ nodaļas izveide.

## Stratēģiskā virziena, budžeta un pakalpojumu noteikšana

IĪ nodaļas iekļaušanu tajā organizācijas sfērā, kas ir tieši saistīta ar uzņēmumiem, palīdzēs fokusēt nodaļas darbu uz IĪ ekonomiskajiem aspektiem un nodrošinās, ka IĪ jautājumi tiek integrēti uzņēmēju organizācijas kopējos pakalpojumos un konsultācijās. IĪ nodaļai nevajadzētu būt izolētai no pārējām organizācijas struktūrām, bet to labāk iekļaut lielākā departamentā. IĪ ir daudz kas vairāk par juridiskiem jautājumiem, tādēļ to nav vajadzības iekļaut juridiskā departamentā, kaut arī to var darīt. Lai arī kurā departamentā IĪ nodaļa tiktu iekļauta, tai jāsaņem ieguldījums no citiem departamentiem un jāsniedz tiem savs ieguldījums. Viens veids, kā veicināt iekšējo struktūru sadarbību, ir iekšējā apziņošana par šādas nodaļas eksistenci un šīs jaunās biznesa sfēras mērķiem.

## Stratēģiska orientēšanās

Pirms lēmumu pieņemšanas un aktivitāšu plānošanas uzņēmēju organizācijām jāizanalizē, kas jau IĪ sfērā jau ir iesākts vai sasniegts, pēc tam uz šīs bāzes jāizlemj, kā turpināt darboties un kāda ir nodaļas loma šajā procesā. Lai definētu nodaļas stratēģisko virzību, svarīgi ir identificēt uzņēmēju organizācijas kā pakalpojumu sniedzējas sociālās ieinteresētās personas priekšrocības. Skaidra izpratne par atbildības un lomu sadalījumu starp nacionālajām patentu iestādēm, patentpilnvarniekiem un preču zīmju aģentiem, universitātēm un tehnoloģiju parkiem/atīstības aģentūrām sniegs priekšstatu par tām tirgus nišām, kurās organizācija var darboties.

---

### Dažādu IĪ profesionāļu loma

Patentu un preču zīmju iestāžu galvenais uzdevums ir tiesību reģistrēšana un meklējumu veikšana IĪ datubāzēs, bet inovāciju atbalsta aģentūras veicina inovāciju un sadala finansējumu. Patentpilnvarnieki un preču zīmju aģenti sniedz pakalpojumus uzņēmumiem, sagatavo un iesniedz to pieteikumus, risina IĪT strīdus un piedalās tiesību īstenošanas pasākumu veikšanā. IĪ licencēšanas profesionāļiem un vērtēšanas ekspertiem ir savs specifisks darbības lauks. Franšīzes speciālisti labi pārzina atsevišķu IĪ veidu, piemēram, komercnoslēpumu un preču zīmju, pārvaldības aspektus. Atsevišķa profesionāļu grupa ir dažādi IĪ informācijas speciālisti, kuri specializējas patentu un preču zīmju datubāzu meklējumos un analīzē. Ir daudz IĪ speciālistu kategoriju, kuriem jābūt speciālistiem arī grāmatvedībā, apdrošināšanā, riska pārvaldībā, nodokļos, utt.

---

Zinot, kurš kādus pakalpojumus sniedz, uzņēmēju organizācija var novērtēt attiecīgās IĪ ieinteresētās personas, lai identificētu savu tirgus nišu un izveidotu stipru sadarbības partneru tīklu. Tā kā vairums šīs nozares publisko institūciju specializējas patentos un maz palīdz IĪT pārvaldībā, tādiem privātā sektora pakalpojumu sniedzējiem kā uzņēmēju organizācijām ir interesants darbības lauks,

lai aizpildītu "robus", izveidojot specializētus pakalpojumus IĪ aktīvu pārvaldībā un neformālās aizsardzības metodēs.<sup>10</sup> Uzņēmēju organizācija, kas uzņēmējiem ir zināma kā uzticams pakalpojumu sniedzējs, būtu vispiemērotākā vieta (vienas pieturas aģentūra) piekļuvei dažādiem pakalpojumu sniedzējiem. Tā kā IĪ aktīvu pārvaldība ir daļa no kopējā inovācijas procesa, nepieciešama sistemātiska koordinācija un sadarbība starp galvenajām institūcijām, īpaši ar patentu un preču zīmju iestādēm un inovācijas atbalsta aģentūrām. Viena no galvenajām uzņēmēju organizāciju funkcijām tādēļ varētu būt koordinācija starp pakalpojumu pieprasītājiem un piedāvātājiem dažādos IĪ pārvaldības aspektos.

## Budžets

Balstoties uz IĪ stratēģisko orientāciju, lai šis pakalpojums būtu veiksmīgs, uzņēmēju organizācijai jāpiešķir jaunajai nodaļai resursi. Detalizēts budžets palīdzēs identificēt tos IĪ pakalpojumus, kurus nodaļa piedāvās pati, un tos, kuru izpildei jāpiesaista partnerorganizācijas vai jāatrod sponsori. Šādā detalizētā budžetā jāiekļauj pozīcijas par to, cik daudz personāla un laika var veltīt katram pakalpojumam. Tādējādi pakalpojumu prioritātes noteikšana palīdzēs noteikt, kurām aktivitātēm jāpiešķir lielāks finansējums. Iepriekšēja lietotāju vajadzību novērtēšana ļaus noteikt, kuri pakalpojumi būs pieprasītāki. Mērķgrupu identificēšana, to raksturojums un vēlamākās pakalpojumu paketes noteikšana ļaus budžeta ietvaros sastādīt pakalpojumu sarakstu pēc prioritātēm. Pēc tam budžets jāpārbauda, lai redzētu, vai pietiek resursu šīs pakalpojumu paketes izveidei un, resursu nepietiekamības gadījumā mazāk svarīgu pakalpojumu ieviešana jāatliek.

## Pakalpojumi

IĪ nodaļu nevajadzētu reklamēt, kamēr uzņēmēju organizācija nav noteikusi, kādā veidā jaunos pakalpojumus noformēs un kā nodaļa funkcionēs. Tūlītēja nodaļas reklamēšana, kamēr nav precīzi zināmas izpildes detaļas, var būt nodaļas priekšlaicīga izgāšanās, jo priekšstats par neprofesionālu darbību var radīt organizācijas biedru un nozaru ieinteresēto personu intereses zudumu.

Nosakot piedāvāto pakalpojumu apjomu, būtu jāņem vērā gan uzņēmēju organizācijas jau sniegtos pakalpojumus un organizācijas biedru intereses. Organizācijas kā pakalpojumu sniedzējas uzņēmējiem stiprās puses vispirms jāizvērtē kopumā. Piemēram, ja organizācija jau ir zināma kā institūcija, kas nodrošina labus apmācību kursus, tā var apsvērt visaptveroša kursu piedāvāšanu IĪ aktīvu pārvaldībā. Tikai pēc tam, kad organizācija jau veiksmīgi ieviesusi un izmanto jau savas esošās tirgus nišas, intelektuālā īpašuma nodaļai būtu jāpaplašina aktivitātes citās pakalpojumu sfērās.

---

Dažās valstīs, piemēram, Itālijā un Ungārijā, nacionālajām tirdzniecības kamerām ir svarīga loma IĪ pakalpojumu sniegšanas koordinēšanā visas valsts mērogā. Reģionālās tirdzniecības kameras darbojas kā reģionāli punkti, kas sniedz pamata IĪ informāciju saviem biedriem un nosūta uzņēmumus uz centrālo institūciju, ja nepieciešami sarežģītāki pakalpojumi.

---

<sup>10</sup> Vairums publisko institūciju sniegto pakalpojumu (90%) attiecas uz patentiem, nedaudz arī uz preču zīmēm. Vairums institūciju sniegto pakalpojumu koncentrējas uz IĪT agrīnā attīstības stadijā, piemēram, uz IĪT iegūšanu un/vai esošo tiesību izmantošanu, tādēļ publisko institūciju pakalpojumu sistēma fokusējas uz patentiem. Turpretim publisko pakalpojumu klāstā reti ir neformāli aizsardzības mehānismi, publiskās institūcijas fokusējas uz IĪ objektu, bet IĪT pārvaldībai pieskaras margināli. Turklāt ir minēts, ka šķiet, ka vairums privāto un publisko institūciju piedāvātie pakalpojumu veidi pārklājas, tādēļ patentmeklējumu pakalpojumi ir potenciāls konfliktu avots. Austrijas Institūts MVU pētniecībai, "Benchmarking National and Regional Support Services for SMEs in the Field of Intellectual and Industrial Property", 5. lpp. 24. punkts.

Veicot uzņēmēju organizāciju esošo pakalpojumu pārskatīšanu, būtu jāņem vērā savu biedru specifiskās vajadzības intelektuālā Īpašuma jomā, jo tie būs galīgie klienti.

Būtu jāveic savu biedru aptauja, lai noteiktu, kāda veida IĪ atbalstu un konsultācijas tie meklē, arī aptauju rezultātu izplatīšana organizācijas biedriem var uzturēt to interesi par šo jomu. Turklāt būtu jāizvērtē, kādu lomu spēlē dažādās valstī esošās uzņēmēju organizācijas.

Paketē apvienotu pakalpojumu piedāvāšana varētu kompānijām patikt labāk nekā atsevišķu pakalpojumu piedāvājums. IĪ nodaļa var piedāvāt paketē apvienotus savus IĪ pakalpojumus, IĪ pakalpojumus iekļaut organizācijas pakalpojumu paketē vai piedāvāt ar citām institūcijām kopīgus pakalpojumus.

Cits veids integrētu pakalpojumu pakešu piedāvāšanā ir kombinēt IĪ pakalpojumus ar citu organizācijas departamentu piedāvātajiem pakalpojumiem. Šādas paketes var ietvert instrumentus un pakalpojumus attiecībā uz starptautisko tirdzniecību, piemēram, dažādus līgumu veidus, Incoterms® noteikumus, kredītvēstules, strīdu izšķiršanas, pārrunu metodes, banku garantijas, transportu, apdrošināšanu, pretkorupciju, krāpniecību un importa-eksporta līgumus. Kā ekspertu IĪ jautājumos un ne-IĪ jautājumos IĪ nodaļu var salīdzināt ar ģimenes ārstu – apmierina kompānijas pamata un vidējā līmeņa vajadzības, bet ļoti sarežģītos vai specifiskos jautājumos nosūta kompāniju pie kāda uzņēmēju organizācijas tīklā esoša speciālista.<sup>11</sup> Lai izveidotu šādu visaptverošu risinājumu piedāvāšanu klientiem, IĪ nodaļai labi jākoordinē savs darbs ar citiem organizācijas sektoriem.

Starptautiski pētījumi liecina, ka ir daudz izdevīgāk pārdot jaunus pakalpojumus jau esošiem klientiem nekā atrast jauniem pakalpojumiem jaunus klientus. Tādēļ uzņēmēju organizācijām būtu jākoncentrējas uz IĪ pakalpojumu piedāvāšanu saviem biedriem, nevis uz jaunu klientu meklējumiem. Nodaļas reklamēšanu atvieglos arī koordinācija ar citiem organizācijas departamentiem, kuri zina savu biedru vajadzības un galvenos raksturlielumus.

## Projekta vadītāja un personāla izvēle

Veiksmīga IĪ programma ir atkarīga no projekta vadītāja izvēles un speciālistiem, kas spēj efektīvi un laicīgi sasniegt nospraustos mērķus. Vadītājs sākumā var nebūt IĪ speciālists, bet tam ir jābūt aktīvai un dinamiskai personībai, kurš ir ļoti motivēts apgūt IĪ un attīstīt jaunu pakalpojumu jomu. Projekta vadītājam ir jābūt arī pietiekami autonomam, lai neatkarīgi vadītu nodaļu.

Nodaļas darbiniekiem jābūt ar pieredzi tehniskos, juridiskos un uzņēmējdarbības jautājumos. Tas nozīmē, ka lielākā daļa personāla būs Īpaši jāapmāca. Dažus darbiniekus var uzaicināt no citiem departamentiem, tādēļ projekta vadītājam jānoskaidro jauno darbinieku pienākumi un uzdevumi, lai izvairītos no konfliktiem un pārpratumiem. Reizēm IĪ nodaļai var nākties pieņemt ārējus konsultantus vai IĪ speciālistus uz līguma pamata vai uz nepilnu darbalaiku. Šajā procesā var palīdzēt regulāra ekspertu datubāzes atjaunināšana dažādās IĪ jomās.

## Potenciālo partneru un sponsoru identificēšana

NTīklošana un partnerība ar esošajām IĪ institūcijām nacionālā un starptautiskā mērogā veicinās veiksmīgu darbību. Uzņēmēju organizācijas, kuras ir nodibinājušas IĪ nodaļas, un arī tās, kuras veic tikai epizodiskas aktivitātes IĪ jomā, uzsver publiskās un privātās partnerības nozīmi.

Pirmais solis būtu identificēt visatbilstošākos nacionālās un starptautiskās

---

### Vadītāja prasmes

- zināšanas uzņēmējdarbībā
  - pieredze pakalpojumu attīstīšanā
  - spēja koordinēt komandas
  - attīstītas sabiedrisko attiecību prasmes
  - spēja izveidot tīklu
- 

<sup>11</sup> M. Burger-Scheidlin, Executive Director, ICC Austrija.



Dažās valstīs valdības sniedz finansiālu atbalstu tādiem partneriem kā uzņēmēju organizācijas, piešķirot tām dažādas nodokļu atlaides vai tiešas dotācijas. Tādēļ, ja tāda iespēja ir, organizācijas var brīvi izvēlēties, vai pieņemt šādu palīdzību. Tomēr ikvienas uzņēmēju organizācijas svarīgākais uzdevums ir vest sarunas ar valdību savu biedru uzņēmumu labā. Tādēļ gan valdībai, gan organizāciju biedriem jāpatur prātā, ka šāda veida dotāciju pieņemšana nedrīkst ietekmēt organizācijas viedokli vai aktivitātes<sup>13</sup>.

## IĪ nodaļas darba sākšana un reklamēšana

Kad noteikts piedāvājamo pakalpojumu klāsts, IĪ nodaļai būtu jāsāk sevis mārketinga kampaņu, koordinējot šīs darbības ar organizācijas tirgvedības vai publisko attiecību departamentu.

IĪ nodaļa var sākt darbu, sarīkojot ģpašu pasākumu, kas kalpotu par pirmo izpratnes veicināšanas aktivitāti. Vietējo un ārvalstu ieinteresēto personu un institūciju līdzdalība liecinās, ka jaunā nodaļa ir uzticams pakalpojumu sniedzējs. Uzaicinātu nozares ekspertu, profesoru un vadošu speciālistu piedalīšanās pasākumā veicinās jaunās nodaļas atpazīstamību un ietekmi, kuru vēl var veicināt, izmantojot parastos informācijas izplatīšanas kanālus, tādus kā tīmekļa vietnes, apkārtrakstus un pasta sūtījumus. Ģpaši svarīgi ir atrast žurnālistus, kuri ir ieinteresēti IĪ, lai izveidotu specializētu jaunumu izplatīšanas kanālu.

## Piedāvāto pakalpojumu novērtēšana

IĪ nodaļai periodiski jāvērtē savu aktivitāšu efektivitāte, lai pārliecinātos, ka uzstādītie mērķi tiek sasniegti noteiktajā laikā. Šāda novērtēšana sniedz nepieciešamo informāciju, kas ļauj veidot pietiekami elastīgu stratēģiju, kurā var veikt svarīgas modifikācijas, piemēram, mainīt elementu prioritāti, samainot vietām aktuālos un neaktuālos elementus, kā arī, izvirzot prioritātēs tos, kuru atdeve ir lielāka. Lai novērtētu efektivitāti, IĪ nodaļai jāapsver šādi jautājumi:

- Vai ir jāpārskata mērķi vai laika grafiks?
- Vai IĪ nodaļas stratēģija atbilst noteikto mērķu sasniegšanai, vai stratēģija būtu jāmaina?
- Vai biedri izmanto jaunus pakalpojumus?
- Kā šie pakalpojumi būtu jākorģē atbilstoši organizācijas biedru atsauksmēm vai komentāriem?
- Vai ir adekvāti finanšu un cilvēkresursi?
- Vai IĪ nodaļai ir vispiemērotākie partneri?

Balstoties uz atbildēm, IĪ nodaļai jākorģē sava vispārējā stratēģija, tomēr nebūtu jāīsteno neviena modifikācija, kamēr nav apspriests, kā šīs izmaiņas ietekmēs pārējos stratēģijas elementus.

## IĪ nodaļas veiksmes izmantošana

Kolīdz progress ir novērtēts, IĪ nodaļai būtu jāizceļ sava vadošā loma atbilstošajā jomā, atzīmējot visus savus panākumus. Tas kalpo ne tikai kā IĪ nodaļas reklāma, bet arī nodrošina ilgstošu personāla entuziasmu un iedrošina organizācijas biedrus iesaistīties un sniegt atbalstu. Turklāt sākotnējo panākumu kapitalizācija uzlabos organizācijas tēlu un uzticamību, demonstrējot saviem biedriem apņēmību ieviest jaunas iniciatīvas, kas ir stratēģiski svarīgas uz zināšanām balstītas ekonomikas konkurētspējā.

Par panākumiem atbildīgā nodaļas personāla motivēšana ir būtiska, lai panākumi būtu ilgtspējīgi. Atzīmējot panākumus, atzīstot personāla ieguldījumu procesā un iedrošinot veikt aktivitātes, kas izceļ IĪ kā stratēģisku objektu, organizācija demonstrēs savu apņēmību turpināt projektu.

<sup>13</sup> Starptautiskā darba organizācija, "The Effective Employers' Organizations", spēņu valodā, leitekumi IV, 46. lappuse.

## Mērķis kļūt par sektora līderi

Izveidojot IĪ nodaļu, uzņēmēju organizācija gūs labumu no iespējas kļūt par attiecīgā jautājumu loka līderi, kas ir sevišķi svarīgi uz zināšanām balstītā ekonomikā. Lai gan tas nekādā veidā nav viegli, kļūt par līderi attiecīgajā jautājumu lokā nav neiespējams. Ilgtspējīga darbošanās un vadības uzņemšanās demonstrēs tirgus dalībniekiem un organizācijai IĪ stratēģisko nozīmi. Pieredze liecina, ka nemitīgi veiktas aktivitātes rada respektu no citu institūciju puses, un tās sāks uzskatīt IĪ nodaļu par attiecīgā jautājumu loka līderi.

### Panākumu nosacījumi

- Dinamiska vadītāja un aktīva personāla izvēle;
- Adekvātas vides nodrošināšana organizācijā, lai reklamētu organizācijas jauno darbības sfēru;
- Svarīgāko ieinteresēto personu iesaistīšana;
- Iesaistīšanās visās aktivitātēs, kas attiecas uz priekšmetu; un
- Pietiekama laika, enerģijas un resursu ieguldīšana.

IĪ nodaļas iecerē un īstenošanā palīdzēs citu uzņēmēju organizāciju pieredzes analizēšana.



## Piemēri (skatīt pielikumu)

### Mongolija

Mongolijas nacionālā tirdzniecības un rūpniecības kamera

### Urugvaja

Urugvajes nacionālā tirdzniecības un pakalpojumu kamera

*Vairāk piemēru par IĪ iniciatīvām pasaulē skatīt ICC's IP materiālu komplektā – IP Action in Chambers <http://www.iccwbo.org/policy/ip/toolkit/id16920/index.html> un WIPO SMEs sadaļā - Labākā prakse [http://www.wipo.int/sme/en/best\\_practices](http://www.wipo.int/sme/en/best_practices)*

# Izpratnes veicināšana

**Mērķi** Pievērst dažādu aprindu uzmanību IĪ nozīmībai mūsdienu ekonomikā  
Sniegt pamata informāciju par IĪ tiesībām un IĪ lomu uzņēmējdarbībā

**Mērķgrupas** Dažāda līmeņa uzņēmēju organizāciju un nozaru asociāciju vadītāji  
Uzņēmēji/privātais sektors  
Universitātes, biznesa skolas un augstākās izglītības iestādes - fakultātes un studenti  
Valsts institūcijas - muita, policija un tiesas

Ļoti daudzos uzņēmumos IĪ nozīme un potenciāls nākotnes peļņas gūšanā netiek pienācīgi novērtēti. Taču, ja IĪ aktīvi tiek pareizi pārvaldīti un aizsargāti un ja tirgū ir pieprasījums pēc produktiem vai pakalpojumiem, kas ir balstīti uz IĪ, tas var kļūt par vērtīgu uzņēmuma aktīvu. Pirms uzņēmumi sāk izmantot savus IĪ aktīvus stratēģiskiem mērķiem, lai uzlabotu savu konkurētspēju, tiem vispirms ir jāatzīst, ka IĪ ir komerciāla vērtība.

Sniedzot izpratnes veicināšanas pakalpojumus, uzņēmēju organizācijām būtu jāapzinās, ka tās biedriem var būt ļoti atšķirīgs IĪ izpratnes līmenis. Tradicionāla izpratnes novērtēšanas metode ietver trīs soļus:

**Izpratne:** Sākumpunkts, kad uzņēmējs uzzina par intelektuālā īpašuma jēdzienu un ideju

**Pieņemšana:** Līmenis, kurā uzņēmējs pilnībā apzinās, ka tam nepieciešams iekļaut IĪ savā biznesa stratēģijā

**Darbība:** Līmenis, kurā uzņēmēji veic darbības, lai pārvaldītu savus intelektuālā īpašuma aktīvus.

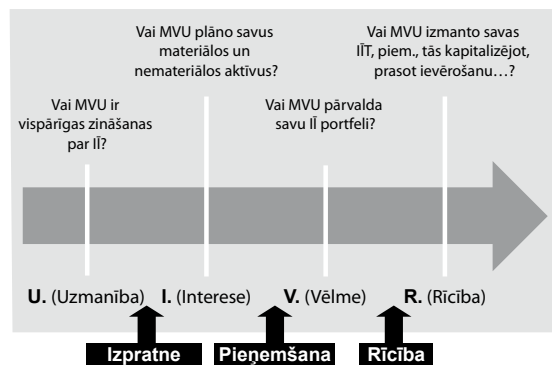
Šī metode ir izstrādāta IPEuropAware projekta ietvaros un, kā redzams nākamajā attēlā, tā ietver četrus līmeņus, kuriem, iepazīstoties ar intelektuālā īpašuma jautājumiem, cauri iziet uzņēmēji. Šī jaunā metode identificē konkrētā uzņēmēja "IĪ-statusa"<sup>14</sup> četras stadijas:

**Uzmanība:** Uzņēmējs uzzina par IĪ

**Interese:** Uzņēmējs aizsargā savu intelektuālo īpašumu vairāk vai mazāk regulāri un sistemātiski

**Vēlme:** Uzņēmējam pieder zināma svara IĪ portfelis un tas pārvalda savas IĪ tiesības

**Darbība:** Uzņēmējs izmanto savas IĪT



<sup>14</sup> IP Awareness and Enforcement: Modulāras darbības MVU projektam (IPEuropAware), finansē CIP Programma un Eiropas Komisijas Uzņēmējdarbības un rūpniecības ĢD, pārvalda Konkurētspējas un inovācijas izpildaģentūra (EACI). <http://www.ipeuropaware.eu/>

Lai gan šī nodaļa koncentrējas uz pamatu iedibināšanu uzmanības pievēršanai IĻ un izpratnes veicināšanai par to, šeit piedāvātās metodes var izmantot, lai uzņēmēji, veiksmīga biznesa nodrošināšanai virzītos uz nākamo pārvaldības līmeni.

Izstāstīt biedriem,  
kā IĻ ietekmē  
viņu biznesa  
veiksmi

Lai sāktu konkrētas IĻ iniciatīvas, uzņēmēju organizācijām vispirms jāpanāk, ka to biedri izprot, kā tie var stratēģiski izmantot IĻ, lai uzlabotu sava biznesa pamatu un augstākos sasniegumus. Laiks un resursi, kas tiks ieguldīti šī pirmā būtiskā soļa - savu biedru izpratnes veicināšana, piepildīšanai, nodrošinās, ka biedri atbalstīs un pieprasīs IĻ pakalpojumu turpmāku attīstību.

Lai nolemtu, kādai jāizskatās efektīvai izpratnes veicināšanas programmai tās galīgajā formā, uzņēmēju organizācijām jānodemonstrē, kādas priekšrocības konkurencē iegūst uzņēmums, kurš ir iekļāvis IĻ programmu savā kopējā biznesa attīstības stratēģijā. Organizācijas biedri, kuri nepārtraukti meklē veidus, kā celt savu vērtību, gūs lielāku iespaidu, ja tiks izcelts tas, kā var izmantot IĻ, lai veiksmīgi pozicionētu uzņēmumu tirgū. Uzņēmēju organizācijām būtu jākoncentrējas uz IĻ biznesa aspektiem, kas sasaista IĻ ar biznesa pārvaldību, nevis tikai jāapskata IĻ kā atsevišķs jautājums.

Programmu  
izveide

Kā redzams blakus attēlā, izpratnes veicināšana var notikt dažādos veidos. Uzņēmēju organizācijām jābūt iesaistītām pēc iespējas vairākās no šīm aktivitātēm, lai iespējami labāk apmierinātu savu biedru dažādās vajadzības. Šādām aktivitātēm ne vienmēr nepieciešami lieli resursi, tās bieži var īstenot ar organizācijas rīcībā jau esošiem resursiem.



## Informācijas pieejamība

Resursiem būtu jābūt viegli pieejamiem pēc iespējas lielākai biedru daļai, tādēļ tiem būtu jābūt pieejamiem tiešsaistē, publikācijās, brošūrās, ieteikumos un tiešā kontaktā ar kompetentajiem organizācijas darbiniekiem, lokālajām organizācijām un citiem speciālistiem. Šādi speciālisti būtu patentu un preču zīmju iestāžu darbinieki, IĻ konsultanti, patentpilnvarnieki, aģenti, speciālisti zīmolvērtībā un riska pārvaldībā, ja ir runa par komercnoslēpumu pārvaldību.

## IĻ integrēšana visās uzņēmēju organizāciju darbības sfērās

Jāveicina arī organizācijas personāla izpratne par intelektuālo īpašumu. Visam uzņēmēju organizāciju personālam būtu jāzina, kā IĻ iekļaujas veiksmīgā biznesā, lai tie spētu saviem biedriem, kuri lūdz padomu citā biznesa sfērā, piedāvāt arī intelektuālā īpašuma informāciju un citus resursus. Parādot uzņēmējiem, kā IĻ ietekmē viņu biznesa dažādos aspektus, ir labākais veids, kā ilustrēt IĻ integrēšanu un nozīmi biznesa veiksmīgai attīstībai.

## Novērtēšanas rīks

Uzņēmēju organizācijām būtu jāizstrādā īss pašnovērtēšanas rīks tiešsaistē vai uz papīra, kas ļautu organizācijas biedriem identificēt tos sava biznesa aspektus, kuros varētu būt labums no IĪ pārvaldības. Šī rīka izplatīšana konferencēs un semināros dod labu pamatu pakalpojumu novērtēšanā.

## Klientu aptveršana

Kā minēts iepriekš, ir ļoti daudz dažādu saziņas veidu un informācijas izplatīšanas kanālu savu biedru iepazīstināšanai ar IĪ. Informācijas sniegšana tiešsaistē ir svarīga, taču tā pasīva izpratnes veicināšanas forma. Aktīvu zināšanu izplatīšanas formu lietošana nodrošinās, ka tiks apzināts lielāks biedru loks. Viens no šādiem aktīviem pasākumiem ir īsu izpratnes veicināšanas prezentāciju izveide, kuru var integrēt citu pasākumu programmā. Cits veids, lai izraisītu interesi, ir pieredzējušāku un zinošāku biedru iesaistīšana šādos pasākumos.

**Īsa izpratnes veidošanas prezentācija:** Uzņēmēju organizācijas var izstrādāt īsu prezentāciju (5 līdz 15 minūšu garu), kuru izmantotu pašu vai citu organizāciju organizētajos pasākumos. Šāda īsa formāta prezentācija par IĪ koncepciju un IĪ aktīvu lomu veiksmīgā biznesā var piesaistīt auditorijas uzmanību un radīt interesi turpmākai šo jautājumu izziņai.

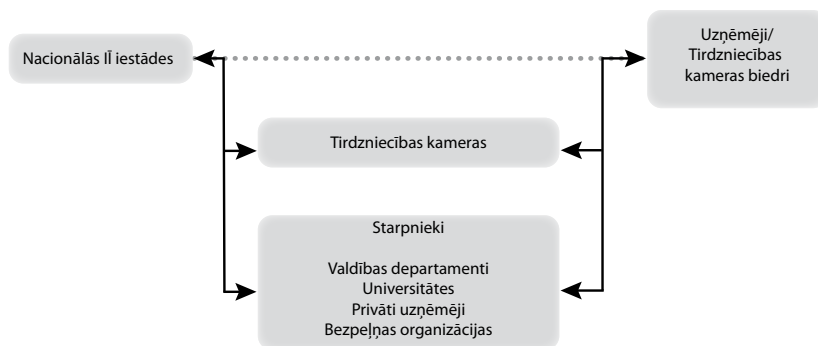
Šādas prezentācijas var sniegt kāds īpaši apmācīts darbinieks, izmantojot šim nolūkam pieejamos līdzekļus un pakalpojumus (skatīt turpmāk). Vietējo piemēru izcelšana (piem., kā uzņēmumam palīdzēja efektīva IĪ aktīvu pārvaldība vai kā slikta IĪ aktīvu pārvaldība radīja problēmas) var būt īpaši pamācoša.

Īsa prezentācija var būt arī piekļuves nodrošināšana dažādiem resursiem pasākumu laikā. Demonstrēšana, ka piekļuve resursiem ir viegla, ir galvenā šādas formas priekšrocība. Piemēram, tā var būt kā speciālistu atbildes uz jautājumiem, brošūru, publikāciju, plakātu, reklāmmateriālu izdalīšana, kā arī interneta resursu pieejamības demonstrēšana tiešsaistē.

**Pieredzējušu biedru vai ekspertu prezentācijas:** Izpratnes veicināšanas efektīva metode ir tādu organizācijas biedru identificēšana, kuri ir veiksmīgi izmantojuši savā biznesā IĪ aktīvus, un viņu piekrišana dalīties pieredzē ar pārējiem organizācijas biedriem. Papildus uzņēmēju organizācijas var uzaicināt uzstāties pasākumos un izveidot izdales materiālus arī vietējos patentpilnvarniekus.

## Partnerību nodibināšana

Izpratnes veicināšanai jākoncentrējas ne tikai uz saviem biedriem. Pasākumus var pastiprināt partnerattiecību nodibināšana ar citām IĪ organizācijām un ieinteresētajām personām, kuras ir ieinteresētas IĪ atbalstīšanā. Nacionālajām patentu iestādēm ne vienmēr pietiek līdzekļu un resursu izpratnes veicināšanas celšanā par IĪ pārvaldības svarīgumu uzņēmējiem. Uzņēmēju organizācijas var veidot partnerattiecības ar tādām institūcijām kā universitātes un bezpeļņas organizācijas, lai kļūtu par plašākas izpratnes veicināšanas programmas sastāvdaļu kopā ar savām nacionālajām patentu iestādēm. Ieguvumi uzņēmēju organizācijām būs dalītas programmu izveides izmaksas, kopīgi reklamēšanas pasākumi, ar kuru palīdzību var aptvert plašāku klientu loku.



**Publiskas kampaņas:** Kampaņas izveidošana IĪ izpratnes veicināšanai ir kaut kas vairāk nekā tikai paziņojumu ievietošana periodiskajā organizācijas apkārtrakstā. Publiska pasākuma plānošana nodrošinās iespēju informēt visplašāko interesentu loku. Lai gan katrai uzņēmēju organizācijai jāveido kampaņa ar sev pieejamiem parastajiem saziņas līdzekļiem, turpmāk sniegti daži pamatsolji šādu kampaņu organizēšanā.

**Stratēģijas izstrādāšana:** Pirmais solis katrai organizācijai ir jau esošā klientu aptvēruma novērtēšana. Iepriekšējo stratēģiju izmantošana palīdzēs nospraust skaidrus un precīzus jaunajās kampaņas sasniedzamos mērķus. Piemēram, viens mērķis varētu būt izpratnes veicināšana par patentiem un uzskata maiņa, ka tie ir noderīgi tikai lielām korporācijām. Lai ietaupītu izmaksas, organizācijām būtu jāidentificē gan izpratnes veicināšanas, gan apmācību programmu partnerus.

**IĪ zināšanu līmeņa novērtēšana, lai formulētu efektīvu vēstījumu:** Kolīdz ir definēti kampaņas mērķi, uzņēmēju organizācijām būtu jāizpēta savu biedru intelektuālā tīpašuma zināšanu līmenis, lai noformulētu iedarbīgu kampaņas pietiekuma tekstu. Šāds pētījums palīdz gan identificēt vietējās mērķgrupas (kā ieteikts šīs nodaļas sākumā), gan tas kalpo par atskaites punktu kampaņas efektivitātes noteikšanas pārraudzībai.

**Komunicēšanas programmas izstrāde:** Kolīdz ir formulēta klientu aptveršanas pasākumu stratēģija, ir nosprausti kampaņas mērķi, identificēta mērķauditorija un veiktā attiecīga izpēte, var izstrādāt komunikēšanas programmu. Izvirzot kampaņas uzdevumus, jāņem vērā veiktais pētījums par auditoriju un kampaņas mērķi. Jāizveido vēstījumi dažādiem komunikāciju kanāliem, ievērojot katra kanāla īpatnības.

**Rīcība un pārraudzība:** Kampaņas izveidošanas pēdējais solis ir izpildīt iepļānoto. Izmantojiet dažādas komunikāciju metodes atkarībā no pieejamiem resursiem, tai skaitā tīmekļa vietnes, elektroniskus apkārtrakstus, publikācijas un citus drukātus materiālus, publisku izziņošanu audio un video formātā, tādu plašsaziņas līdzekļus kā laikrakstus, sabiedrisko attiecību speciālistus, un gūstiet labumu no iepļānotajiem pasākumiem. Uzņēmēju organizācijām būtu jāturpina pārraudzīt kampaņas efektivitāti un koriģēt plānu, lai sasniegtu nospraustos mērķus.

*Sīkāku informāciju par kampaņas izveidošanu var skatīt:*

*“The WIPO Guide to Intellectual Property Outreach” at [www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/general/1002/wipo\\_pub\\_1002.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/general/1002/wipo_pub_1002.pdf).*

## Speciāli instrumenti un pakalpojumi

### Publikācijas un tiešsaistes materiāli

- IP Guidelines for Business – Šie ieteikumi ir vairākās valodās, tie sniedz uzņēmējiem praktiskus ieteikumus, kā aizsargāt savus inovatīvos produktus un pakalpojumus, kas balstās uz IĻ, kā arī, kā aizsargāties pret viltotu materiālu izmantošanu un svešu IĻT pārkāpšanu. <http://www.iccwbo.org/bascap/index.html?id=24276>
- Intellectual Property: Powerhouse for Innovation and Economic Growth – Šajā ziņojumā ir apkopoti vairāku pētījumu dati un tas pēta ieguvumus no IĻ aizsardzības nacionālās ekonomikas stiprināšanā, inovāciju un tehnikas attīstībā, jaunu ideju veicināšanā un sabiedrības, un kultūras veicināšanā. <http://www.iccwbo.org/bascap/id40927/index.html>
- Current and Emerging Intellectual Property Issues for Business: A Roadmap for Business and Policy Makers – ICC “IP Roadmap”, pieejama vairākās valodās, sniedz uzņēmējiem un politikas veidotājiem visaptverošu un kodolīgu pārskatu par mūsdienu IĻ politikas galvenajām problēmām. <http://www.iccwbo.org/policy/ip/id2950/index.html>
- Intellectual Property for Business: Pieejams vairākās valodās un adaptētās versijās, šos ieteikumus drīkst drukāt un izplatīt. <http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/>
- Introduction to IP for Businesses: Šis resurss atbild uz tādiem jautājumiem kā “Kāpēc intelektuālais īpašums ir svarīgs jūsu biznesam?” un “Kāpēc intelektuālais īpašums ir svarīgs jūsu uzņēmuma produktu un pakalpojumu pārdošanai?” Šo informāciju drīkst iekļaut apkārtrakstos un sanāksmēs [http://www.wipo.int/sme/en/ip\\_business](http://www.wipo.int/sme/en/ip_business)

**Citas publikācijas** Citas organizācijas veido savus IĻ ieteikumus un materiālus. Daži no tiem ir uzskaitīti WIPO SMEs nodaļas mājaslapā <http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/> un ICC's IP Tool Kit for Chambers mājaslapā <http://www.iccwbo.org/policy/ip/toolkit/id17146/index.html>

**Apkārtraksti** Uzņēmēju organizācijas var pieteikties uz bezmaksas elektronisku apkārtrakstu, kuru publicē WIPO SMEs nodaļa: <http://www.wipo.int/sme/en/>. Apkārtrakstā ir noderīga informācija par tuvākajiem pasākumiem un pieejamiem resursiem. Pēc tam šo informāciju var iekļaut apkārtrakstos vai izsūtīt saviem biedriem.

**Multimediju prezentācijas** IP PANORAMATM ir multimediju, uz stāstījumu balstīts pašmācības materiālu komplekts. Lai gan IP PANORAMATM pamatā ir paredzēta apmācībai, kura tiks apskatīta nākamajā nodaļā, pirmā moduļa pirmo piecu minūšu atskaņošana ir ideāls izpratnes veicināšanas veids un to ir iespējams ātri atskaņot sanāksmju laikā. <http://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>

### Novērtēšanas rīki

- Intellectual Property Explorer ir tiešsaistes rīks, kas palīdz uzņēmējiem izprast viņu pašreiz veiktās IĻ aktivitātes <http://intellectualpropertyexplorer.com/>
- Lielbritānijas Intelektuālā īpašuma iestādes IP Healthcheck ir rīks uzņēmuma pašreizējo IĻ aktīvu novērtēšanai <http://www.ipo.gov.uk/whyuse/business/iphealthcheck.htm>

### Uzņēmumu piemēri, kas ir izmantojuši IĻ sistēmu

WIPO ir savākusi daudz piemēru par uzņēmumiem, kas ir izmantojuši IĻ dažādos veidos, piemēram, licencēšanā, mārketingā, kā patentus un preču zīmes. Šie piemēri ir pieejami angļu valodā meklējamā datubāzē IP Advantage, tīmekļa vietnē <http://www.wipo.int/ipadvantage/en/>, kā arī citā formātā citās valodās vietnē [http://www.wipo.int/sme/en/index.jsp?sub\\_col=sme-cs](http://www.wipo.int/sme/en/index.jsp?sub_col=sme-cs).

Piemēri  
(skatīt pielikumu)

**Austrija**

ICC Austria

**Horvātija**

Horvātijas ekonomikas kamera

**Somija**

South Ostrobotnijas Tirdzniecības kamera

**Vācija**

Vācijas Rūpniecības un tirdzniecības kameru asociācija

ICC Deutschland

**Indija**

Indijas Tirdzniecības un pakalpojumu kameru federācija

Indijas rūpniecības konfederācija

**Itālija**

Itālijas Tirdzniecības kameru savienība DINTEC

**Kuveita**

Kuveitas Tirdzniecības & rūpniecības kamera

**Spānija**

Tirdzniecības kamera, Kantabrijas reģiona organizācija

**Mongolija**

Mongolijas Nacionālā tirdzniecības un rūpniecības kamera

*Vairāk piemēru par IĪ izpratnes veicināšanas pasākumiem pasaulē skatīt ICC's IP tool kit – IP Action in Chambers at <http://www.iccwbo.org/policy/ip/toolkit/id16920/index.html> un WIPO Communications – IP Outreach tools at <http://www.wipo.int/ip-outreach/en/tools/guides/examples/awareness/smes/index.html>*

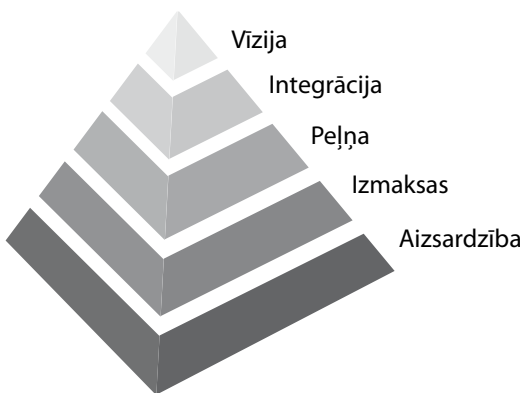
# Uzņēmēju apmācība

<b>Mērķi</b>	Apmācīt uzņēmējus IĻ stratēģijas integrēšanā uzņēmumu kopējā stratēģijā, lai veicinātu konkurētspēju
<b>Mērķgrupas</b>	Uzņēmēji Novatori Uzņēmēju asociācijas

Kolīdz organizācijas biedri ir izpratuši IĻ potenciālu un atzinuši, ka tiem nepieciešama papildu informācija, pieaug pieprasījums pēc mācību semināriem. Uzņēmēju organizācijas ir īstā institūcija, kas var izveidot apmācību programmas, kas sniedz uzņēmējiem vērtīgu informāciju, vienlaikus organizācijas paaugstina savu prestižu un gūst ienākumus.

Turpmāk minēti daži rīki un pakalpojumi, kuri var palīdzēt uzņēmēju organizācijām izveidot un piedāvāt visaptverošus mācību pasākumus. Apmācību programma nav jāveido pilnīgi no sākuma, jo šim nolūkam ir brīvi pieejami daudzi bezmaksas resursi. Atkarībā no saviem resursiem uzņēmēju organizācijas var piedāvāt lētākas pašmācības vai tālmācības programmas vai arī dārgākus nepastarpinātus apmācību (tiešmācību) kursus.

Veidojot apmācību programmu, uzņēmēju organizācijām jāsaprot, kāda būs dažādu uzņēmēju attieksme pret sava IĻ pārvaldību. Kā parādīts turpmāk, IĻ pārvaldības hierarhija<sup>15</sup> ir noderīgs veids, kā skatīties uz nepieciešamo mācību saturu, kas atbilst katra biedra vajadzībām..



IĻ pārvaldības hierarhija: "A hierarchy of IP management, from Edison in the Boardroom: How Leading Companies Realize Value from Their Intellectual Assets", Julie Davis un Suzanne Harrison

**Aizsardzības līmenis:** Šajā līmenī uzņēmēji izmanto savu IĻ aizsardzības nolūkiem, kas ietver savu risinājumu aizsardzību un nodrošināšanos pret svešu IĻ pārkāpšanu. Šajā līmenī uzņēmēju bažas būs par pieteikumu izmaksām, piespiedu aizstāvības un tiesvedības izmaksām, kas var būt augstas.

**Izmaksu kontroles līmenis:** Šajā līmenī uzņēmēji joprojām fokusējas uz sava IĻ aizsardzību, bet tagad izstrādā arī stratēģiju šo izmaksu samazināšanai.

**Peļņas gūšanas līmenis:** Šo līmeni uzņēmēji sasniedz, kad sāk licencēt savu IĻ, kuru sāk izmantot par aktīviem, kas generē ienākumus.

**Integrētais līmenis:** Šajā līmenī uzņēmēji jau integrē IĻ aktīvus visu biznesa sfēru stratēģijās.

**Vīzijas līmenis:** Šajā visaugstākajā IĻ pārvaldības līmenī uzņēmēji izmanto IĻ kā ilgtermiņa stratēģiju, lai iegūtu

vai saglabātu nozares līdera pozīcijas.

Šādas graduētas pieejas izmantošana IĻ pārvaldībā var palīdzēt uzņēmēju organizācijām izprast, kādā līmenī atrodas to biedri un attiecīgi kāda veida apmācību programmas vislabāk atbilstu viņu vajadzībām. Tas ir arī atgādinājums, ka nepārtraukti ir jāmāca un jāmudina savi biedri, ka biznesa panākumi būs lielāki, ja tie centīsies pacelt sava IĻ pārvaldību nākamajā līmenī.

<sup>15</sup> Patrick Sullivan un Suzanne Harrison, IP and Business: Managing IP as a Set of Business Assets, WIPO Magazine, Feb. 2008, [http://www.wipo.int/wipo\\_magazine/en/2008/01/article\\_0008.html](http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2008/01/article_0008.html) (citēts no Edison in the Boardroom: How Leading Companies Realize Value from Their Intellectual Assets, Julie Davis un Suzanne Harrison).

## Programmu izveide

Turpmāk izklāstītie soļi uzņēmēju organizācijām ir pamatietvars, lai izveidotu savas mācību programmas, balstoties uz esošajiem un brīvi pieejamiem resursiem.

### 1. solis: Situācijas izvērtēšana

Pirms konkrētu mācību programmu izstrādes sākuma uzņēmēju organizācijām būtu jāveic savu biedru IĻ pārvaldības līmeņa novērtēšana, balstoties uz IĻ pārvaldības līmeņiem, par kuriem ir stāstīts šīs nodaļas sākumā. Tas palīdzēs nodrošināt, ka pareizi un lietderīgi tiek sadalīti resursi, lai aptvertu maksimāli daudz uzņēmēju. Piemēram, šāds novērtējums var parādīt, ka vairāk ir nepieciešams organizēt seminārus iesācējiem, bet augstāka līmeņa uzņēmumiem palīdzība var būt nepieciešama retāk. Daudz racionālāka resursu izmantošana ir iesācēju semināru organizēšana 20 personām nekā padziļināta semināra organizēšana tikai diviem uzņēmējiem. Zinošākiem uzņēmējiem var palīdzēt citādi, piemēram, piedāvājot pašpalīdzības materiālus vai savu ekspertu konsultācijas.

Uzņēmēju organizācijām būtu arī jānovērtē, kādas citas apmācību programmas, kuras piedāvā citas privātas vai publiskas institūcijas, to biedriem jau ir pieejamas, un būtu jākoncentrējas uz tām nišām, kas vēl nav aizpildītas, nevis jākonkurē ar jau esošiem pakalpojumu sniedzējiem.

### 2. solis: apmācību metode

Uzņēmēju organizācijas var piedāvāt atsevišķas mācības vai apvienot šīs mācības ar cita veida pakalpojumiem. Ja veido atsevišķu programmu, organizācija piedāvātu lekcijas un praktiskus seminārus tikai par IĻ jautājumiem. Integrētā pieejā lekcijas un praktiskie semināri par IĻ jautājumiem tiktu iekļauti plašāka jautājumu loka apmācību programmā. Piemēram, par IĻ var mācīt arī semināros, kas veltīti vispārējai uzņēmuma pārvaldībai, eksporta pārvaldībai, inovācijām, jaunu produktu izstrādei, tirgvedībai un zīmolvēdībai, cilvēkresursu pārvaldībai, loģistikas pārvaldībai un kvalitātes vadībai.

### 3. solis: lektori/instruktori

Lai izveidotu mācību programmu IĻ jautājumos, būtiskākais ir speciālistu kopuma nokomplektēšana, kas spēj mācīt IĻ jautājumus. Uzņēmēju organizācijas var izmantot jau esošos resursus vai apmācīt paši savus IĻ lektorus un instruktorus, izmantojot speciālas vai pašizveidotas IĻ instruktoru apmācību programmas (skatīt turpmāk).

Ikvienam lektoram – uzņēmēju organizācijas personāla darbiniekam, vietējo uzņēmēju aprindu pārstāvim vai starptautiskam ekspertam – ir jāpārzina ne tikai IĻ, bet arī jāspēj jautājumu saistīt ar biznesu. Lektoram svarīgi ir saprast, ka auditorijā ir uzņēmumu vadītāji, tādēļ jāspēj sniegt informāciju, kas ir pielietojama praksē. Meklējot lektorus programmai, uzņēmēju organizācijām jāievēro, ka lektori būtu jāsarunā pietiekami savlaicīgi. Lai gan starptautiski atzīts lektors var paaugstināt semināra līmeni un piesaistīt vairāk klausītāju, lektora uzaicināšanas izmaksas būtu jāsabalansē ar ieguvumu, ko viņš var dot. Izmaksu ziņā laba alternatīva var būt videokonferences formāts, kas nodrošina ārvalsts eksperta klātbūtni seminārā bez izmaksām par ceļošanu un viesnīcu. Arī vietējie patentpilnvarnieki ir labs resurss, jo viņiem ir profesionāla interese iepazīstināt semināra dalībniekus ar savām zināšanām. Kombinējot vietējos speciālistus ar dažiem starptautiskiem ekspertiem un organizējot viņu līdzdalību videokonferences veidā, teorētiskā un praktiskā semināra izmaksas var ievērojami samazināt.

Ar lektoru atļauju IĻ apmācību resursu izveidei var palīdzēt semināru videomateriālu un prezentāciju tiešsaistes izplatīšana saviem biedriem.

## 4. solis: lekciju/semināru formāts

**Personālas programmas:** Lai izstrādātu veiksmīgu programmu, jāņem vērā arī vairāki loģistikas apsvērumi. Iespējamie formāti ir intensīvi semināri (piem., programma pilnām piecām darbadienām) vai programmas izvēšana ilgākā laika posmā (piem., semināra nodarbības, kas notiek pēc parastā darbalaika, četru nedēļu garumā). Katras organizācijas izvēlētais apmācību formāts būs atkarīgs no pieejamiem resursiem, vietējiem paradumiem, norises vietas un tā formāta, kuru par piemērotāko atzīs pieaicinātie lektori. Izvēloties vienu vai otru formātu, jāņem vērā arī finansiālie apsvērumi (piem., vai jāorganizē barošana). Tā kā vairuma biedru materiāls būs jauns, būtu jāparedz pietiekami daudz laika jautājumu uzdošanai, kā arī savstarpējai komunicēšanai.

**E-mācību programmas:** Alternatīva apmācībai semināru formātā ir e-mācību programma, kas ir pielāgota katras organizācijas vietējām likumu prasībām un pieejamai informācijai. Šī metode sniedz lokalizētu mācību programmu, kas ir pieejama lielam klausītāju lokam, bet tās izmaksas ir zemas.

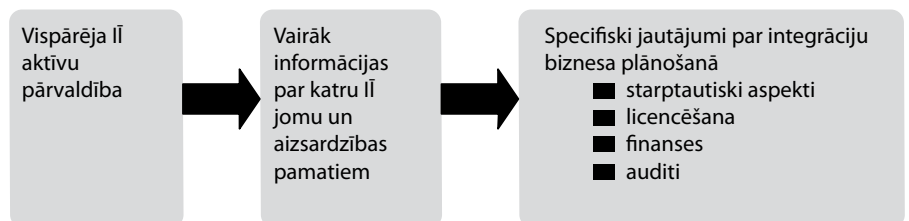
Lai izveidotu strukturētu pašmācības programmu, kas sniedz uzņēmējiem ieteikumus, kā izmantot savu IĻ biznesa atbilstībā, var izmantot jau esošus e-mācību rīkus (skatīt WIPO IP PANORAMATM un citus turpmāk minētos).

Uzņēmēju organizācijas var papildināt e-mācību moduļus ar instruktoru jeb skolotāju klātbūtni virtuālajā klasē. Ja piedalās zinošs skolotājs, tas var atbildēt uz jautājumiem, sniegt ievirzi klausītājiem un atvieglot tiešsaistes diskusijas, tādējādi paaugstinot semināra vērtību un piesaistot vairāk dalībnieku. Programmas papildināšana ar neobligātu testu arī var celt programmas vērtību (skatīt turpmāk).

Kā alternatīva savas e-apmācību programmas izveidei var būt sadarbība ar tālmācības institūcijām, kas palīdz ar saviem resursiem, zināšanām, pieredzi un operatīvu iesaistīšanos programmas izveidē.

## 5. solis: leteicamie programmas temati

Programmas jāveido, paturot prātā IĻ apmācības stadijas (kā izskaidrots un ilustrēts šīs nodaļas sākumā), sākot ar izpratnes pamata jautājumiem, pēc tam sniedzot informāciju par konkrētiem jautājumiem un visbeidzot ar specifiskākiem jautājumiem par IĻ pārvaldības iekļaušanu uzņēmuma kopējā biznesa plānā.



---

## Programmas iespējamie temati

### Jāiekļauj arī vietējie un nacionālie aspekti

#### Vispārēja IĻ aktīvu pārvaldība

- IĻ pārskats un efektīvas IĻ pārvaldības loma biznesā
- Biznesa plānošana ar IĻ
- IĻ aktīvu pārvaldība administrējot vietējās, reģionālās un nacionāla līmeņa organizācijās

#### Konkrētu IĻ veidu loma biznesā

- Preču zīmju, dizainparaugu aizsardzība un pārvaldība, to loma zīmolvedībā un tirgvedībā
- Patenti un lietderīgie modeļi: patentu pieteikumi, pārkāpumi un pārvaldība
- Patentu informācijas stratēģiska lietošana: patentmeklējumi un patentu stratēģiska lietošana
- Komerccnoslēpumi: aizsardzība un pārvaldība
- Autortiesības: ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu, sertifikācijas zīmju un kolektīvo zīmju pievienotā vērtība

#### Vispārēji apsvērumi

- Piespiedu pasākumi: atzīto IĻT aizstāvība, pārkāpuma, viltojumu un pirātisma novēršana, strīdu izšķiršana, faktisko zaudējumu atlīdzība
- IĻ un finanses: IĻ aktīvu uzskaitē un novērtēšana, un uz IĻ balstīta finansēšana
- IĻ audits un pienācīgā rūpība IĻ pārvaldībā

#### IĻ specifiskā kontekstā

- Eksportēšana: darbības, starptautiski ārpakalpojumi, tiesību aizsardzība eksporta tirgos, tiesību "izsmelšana" un paralēlais imports
- IĻ un digitālā ekonomika: e-komercija, mājaslapas izveide, domēnvārda izvēle un tiešsaistes satura aizsardzība
- IĻ aktīvu izmantošana, licencējot un tirgojot: licences līguma sagatavošana, pārrunu vešana un līgumu pārvaldība
- Franšīzes līgumi, biznesa internacionalizācija, veikalu un piegādātāju ķēdes.
- IĻ reklāmas jomā saistībā ar preču zīmēm, autortiesībām un komercnoslēpumiem
- Valsts augstskolu/pētniecības institūtu un rūpniecības attiecības: IĻ ģeogrāfiskās izcelsmes publiski finansētās institūcijās

---

## 6. solis: Novērtēšana

Vienmēr centieties iegūt dalībnieku viedokļus par semināru kvalitāti, lai novērtētu, vai piedāvātais formāts ir piemērots, apspriestie temati interesanti, sniegtā informācija saprotama un lektori labi. Turklāt, veicot līdzīgas aptaujas un novērtēšanu kā pirms apmācību programmas uzsākšanas, ir ļoti labs pamats, lai izvērtētu, vai izstrādātās un īstenotās programmas ir tādas, kas veicina organizācijas biedru pāreju uz nākamo IĻ pārvaldības līmeni.

## Speciāli rīki un pakalpojumi

**IP PANORAMATM:** IP PANORAMATM ir multimediju, uz stāstījumu balstīts pašmācības materiālu komplekts, kuru var izmantot, lai veicinātu organizācijas biedru izpratni par IĪ un sniegtu praktiskas zināšanas par IĪ izmantošanu veiksmīgam biznesam. IP PANORAMATM ir orientēts uz uzņēmējiem, tādēļ balstās uz pilnīgi jaunu kursa uzbūves stratēģiju, proti, uz mācību materiāla apvienošanu ar "stāstījumiem". Katra moduļa mācību saturs ir papildināts ar praktisku stāstījumu par IĪ. IP PANORAMATM ir izstrādājusi WIPO kopā ar Korejas Intelektuālā īpašuma iestādi (KIPO) un Korejas izgudrojumu veicināšanas asociāciju (KIPA). Šo bezmaksas multimediju rīku var atrast vietnē <http://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>. Uzņēmēju organizācijas var papildināt šo rīku ar vietējo likumu specifiku.

**WIPO akadēmija:** WIPO akadēmija piedāvā vairākus vispārīgus un specializētus kursus gan tradicionālā nepastarpinātājā apmācības formā, gan kā tālmācības kursus. Šie kursi ir bezmaksas vai par simbolisku dalības maksu. Par tiem var uzzināt vietnē [http://www.wipo.int/academy/en/courses/distance\\_learning/catalog/c\\_index.html](http://www.wipo.int/academy/en/courses/distance_learning/catalog/c_index.html)

**Instruktoru apmācības (TOT) programmas:** WIPO visā pasaulē piedāvā vienu nedēļu ilgu apmācību programmu. Programma koncentrējas uz instruktoru sagatavošanu uzņēmēju organizācijām, kuriem būs pamata zināšanas, prasmes un pieredze sākotnējas palīdzības sniegšanā uzņēmējiem jautājumos par efektīvu IĪ aktīvu pārvaldību. Uzņēmēju organizācijas var izmantot šo programmu, lai sagatavotu sev pienācīgi apmācītu personālu, kas spēj palīdzēt organizācijas biedriem. Programmas beigās ir vairāki testu veidi, kas palīdz dalībniekiem nostiprināt mācību sesijās apgūto vielu.

Lai iegūtu informāciju par to, kā pārbaudīt dalībnieku zināšanas e-mācību laikā, sazinieties ar WIPO [http://www.wipo.int/sme/en/activities/tot\\_program/index.html](http://www.wipo.int/sme/en/activities/tot_program/index.html)

**ip4inno:** IĪ inovācijām ir Eiropas Komisijas finansēts projekts, tas piedāvā tādiem starpniekiem kā uzņēmēju organizācijas tiešsaistes mācību materiālus. Kaut gan šis projekts pamatā fokusējas uz Eiropu, piedāvājot apmācības galvenokārt Eiropā, tā ietvaros sniegtie izsmeltošie raksti un labākās prakses piemēri var palīdzēt ikvienam. ip4inno organizē arī mācību seminārus. [www.ip4inno.eu](http://www.ip4inno.eu)

**IPeuropAware:** Šis projekts piedāvā divas resursiem bagātas tīmekļa vietnes, kuras uzņēmēju organizācijas var izmantot savu instruktoru apmācības programmu izveidei. <http://www.ipeuropaware.eu/>

**InnovAccess:** Šī interaktīvā tīmekļa vietne ir izstrādāta, lai vadītu lietotāju cauri procesam no idejas dzimšanas līdz IĪT. Lai gan tā fokusējas uz Eiropu, uzņēmēju organizācijas var izmantot tās interaktīvos rīkus, ieteikumus un piemērus par IĪT aizstāvības pasākumiem. <http://www.innovaccess.eu/home.html>

**MAC-SSIIM project:** Šis projekts ir Eiropas aptvēruma resursu tīkls, kas fokusējas uz neformālu IĪ pārvaldību. Tas satur mācību un atbalsta risinājumu, kas ietver 5 galvenās tēmas neformālā IĪ un intelektuālā kapitāla (IC) pārvaldībā MVU vajadzībām: <http://www.mac-ssiim.com/>

*Skatīt arī WIPO uzņēmumu piemērus, ieteikumus un citu informāciju nodaļas "Izpratnes veicināšana" beigās.*

*ICC plāno izstrādāt uz biznesu fokusētu IĪ apmācību materiālu uzņēmējiem.*



**Piemēri**  
(skatīt pielikumu)

**Indija**

Indijas tirdzniecības kameru federācija un Indijas tirdzniecības un pakalpojumu kameru konfederācija

**Īrija**

Īrijas kameras

**Mongolija**

Mongolijas nacionālā tirdzniecības un rūpniecības kamera

**Šveice**

ICC Switzerland

**Ukraina**

Ukrainas tirdzniecības un rūpniecības kamera

**Urugvaja**

Urugvajes nacionālā tirdzniecības un pakalpojumu kamera

*Vairāk piemēru par IĪ apmācību aktivitātēm pasaulē skatīt ICC IĪ materiālu komplektā – IP Action in Chambers <http://www.iccwbo.org/policy/ip/toolkit/id16920/index.html> un WIPO MVU nodajā - Best Practices [http://www.wipo.int/sme/en/best\\_practices](http://www.wipo.int/sme/en/best_practices)*

# Konsultāciju pakalpojumu sniegšana

<b>Mērķi</b>	Sniegt atbalstu un informāciju uzņēmējiem saistībā ar IĻ izmantošanu viņu biznesā
<b>Mērķgrupas</b>	Individuāli uzņēmēji; MVU Novatori Nozaru asociācijas

ICC aptauju rezultāti liecina, ka lielākā daļa pasaules tirdzniecības kameru sniedz savu biedru uzņēmumiem vispārīgas konsultācijas IĻ jautājumos un koncentrējas galvenokārt uz konsultācijām patentu un preču zīmju reģistrācijas procedūrām. Šādā kapacitātē uzņēmēju organizācijas darbojas kā pirmais kontaktpunkts uzņēmējiem. Šādus pakalpojumus bieži sniedz organizācijas juridiskais departaments. Sarežģītākos jautājumos uzņēmēju organizācijas parasti nosūta savus biedrus pie specializētiem konsultantiem vai IĻ iestādēm. Dažreiz kameras sniedz informāciju par citām institūcijām un programmām, kuras var palīdzēt atsevišķos konkrētos jautājumos. Šīs pamatinformācijas sniegšana un nosūtīšana pie pareizajiem konsultantiem ir labs sākumpunkts uzņēmēju organizācijām, kuras ir ieinteresētas izveidot IĻ programmas, jo tas prasa mazāk pieredzējušus un apmācītus darbiniekus.

Dažas uzņēmēju organizācijas ir izveidojušas IĻ departamentus, kas papildus konsultācijām pamatjautājumos un kontaktu nodibināšanai ar speciālistiem iekļauj IĻ jautājumus, tādus kā līgumu sastādīšanu, šķīrējtiesu, mācību kursus vai kontaktu dibināšanu, arī citu departamentu pakalpojumos vai izveido jaunus specifiskus IĻ pakalpojumus.

## Programmu izveide

Kā vienam no daudziem IĻ konsultantiem uzņēmēju organizācijām jāmeģina aizpildīt vietējā pakalpojumu tirgū tāda niša kā specializētu pakalpojumu sniegšana, kurus vēl neviens nesniedz. Organizācijām jāizvērtē, kā iekļūšana konsultāciju pakalpojumu tirgū ietekmēs attiecības ar tādiem biedriem kā advokāti, patentpilnvarnieki un citi privāti konsultāciju sniedzēji, IĻ iestādēm un citiem pakalpojumu sniedzējiem. Ja uzņēmēju organizācijas papildinās jau esošos pakalpojumus, nevis konkurēs ar tiem, tad attiecīgie organizācijas biedri labvēlīgi uztvers jaunpienācēju.

Lai šādā vidē veiksmīgi darbotos, organizācijai, balstoties uz savu reputāciju un salīdzinošām priekšrocībām, būtu jāpiedāvā atšķirīgi pakalpojumi. Uzņēmēju organizācijai, kura sāk piedāvāt IĻ konsultācijas, efektīvs sākumpunkts būtu fokusēšanās uz visaptverošas IĻ pārvaldības un komercializācijas biznesa aspektiem, nevis uz IĻ aktīvu reģistrēšanu. Pēc sevis kā lieliska pakalpojumu sniedzēja konkrētā jomā apliecināšanas var turpināt pakalpojumu paplašināšanu un jaunu tirgus nišu aizpildīšanu.

## Pakalpojumu veidi

Uzņēmēju organizācija var aprobežoties ar pirmās pamatinformācijas sniegšanu par IĻ vai specializēties kādu konkrētu IĻ pakalpojumu sniegšanā.

## Pamata atbalsts un informācija

Daudzas uzņēmēju organizācijas nesniedz pamata atbalstu IĻ jautājumos ar specializēta IĻ departamenta vai nodaļas starpniecību, bet uz uzziņām atbild juridiskais departaments. Vairums organizāciju, kas piedāvā šādus pakalpojumus, sniedz uzņēmējiem informāciju, uzsverot reģistrācijas procedūras.<sup>16</sup> Parasti, sniedzot šādu

16 No 63 aptaujātām kamerām ICC IP toolkit un šīs rokasgrāmatas tapšanas laikā, 31 atbildēja, ka sniedz pamatinformāciju par IĻ.

informāciju bez maksas pa e-pastu, tālruni vai personiski, tajā iekļauj mehānismus un dokumentus, kas nepieciešami patenta, dizainparauga vai preču zīmes pieteikumam savā valstī un ārvalstīs, aizsardzības nosacījumus, oficiālās nodevas un aģentu honorārus. Dažreiz pakalpojumi ietver arī informāciju par patenta vai preču zīmes juridisko statusu, kā arī ieteikumus valsts atbalsta vai privāta finansējuma iegūšanai. Informācija, kuru sniedz uz sākotnējām uzziņām, vēlāk var novest pie padziļinātām konsultācijām un daudz pamatīgāka darba, kuru var sniegt pati organizācija vai ieteikt kādu speciālistu no savu biedru vidus, kurš sadarbojas ar organizāciju..

### IĻ aspektu iekļaušana jau esošos pakalpojumos

Uzņēmēju organizācijas var arī uzlabot esošās aktivitātes, papildinot tās ar specializētākiem IĻ pakalpojumiem kas pārsniedz pamatinformāciju par IĻ. Ar IĻ aspektu var papildināt tādas esošās aktivitātes kā konsultēšana par līgumiem, mediāciju un šķīrējtiesu, kā arī biznesa kontaktu meklēšanu.

**Līgumi** Uzņēmēju organizācijas var paplašināt savus konsultatīvos pakalpojumus līgumu sastādīšanas un slēgšanas jomā, kuros ietverti labi formulēti IĻ elementi, piemēram, licenču līgumu, tiesību nodošanas, franšīzes u.c. līgumu jomā. Izstrādājot vai uzlabojot šo pakalpojumu, organizācijām ieteicams ņemt vērā jau esošus parauglīgumus un ieteikumus (skatīt ICC un WIPO rīkus turpmāk).

**Mediācija un šķīrējtiesa** Mediācija un šķīrējtiesa arī var būt pakalpojumus attiecībā uz strīdu risināšanu IĻ jomā. Problēmas, kas rodas ar mediāciju un šķīrējtiesu, risinot IĻ strīdus, ir izskaidrotas ICC publikācijā "Current and Emerging Intellectual Property Issues for Business: a Roadmap for Business and Policy Makers"<sup>17</sup>.

### Padziļinātas konsultācijas

Padziļinātas konsultācijas var ietvert: konsultācijas IĻ pārvaldībā, IĻT pieteikumu saņēmējstādes funkciju pildīšana, diagnostikas pakalpojumi, IĻ audits un patentu portfeļa analīze, meklējumi patentu un preču zīmju datubāzēs, patentu pārraudzība, nemateriālo aktīvu vērtēšana, atbalsts IĻ komercializēšanā un līdzīgi.

**Konsultācijas IĻ pārvaldībā** Uzņēmēju organizācijām būtu jāpievēršas savu biedru zināšanu uzlabošanā un papildināšanā par dažādo intelektuālā īpašuma instrumentu un metožu priekšrocībām un trūkumiem, kas ir pieejami viņu nemateriālo aktīvu aizsardzībai, un kā tos pareizi izmantot savu biznesa mērķu atbalstam. Vispusīga pieeja IĻ aizsardzības rīkiem, nefokusējoties tikai uz intelektuālā īpašuma tiesību iegūšanu, palīdzēs organizācijas biedriem stratēģiskā kopsakarībā novērtēt savus IĻ aktīvus un to kapitalizācijas iespējas. Īpaša uzmanība būtu jāvelta savai IĻ portfeļa pārvaldībai, jo kompānijas, kuras pārvalda savu IĻ, ir būtiski veiksmīgākas par tām, kuras tikai administrē to.

Uzņēmēju organizācijām būtu jāfokusējas uz kompāniju peļņas maksimālu palielināšanu, stratēģiski lietojot savus nemateriālos aktīvus, nevis tikai uz to juridisko aizsardzību. IĻ aktīvu stratēģisku izmantošanu konkurētspējas uzlabošanā vislabāk var sasniegt, pielāgojot risinājumus, kas apvieno juridiskus instrumentus ar dažādām, gan "formālām", gan "neformālām", aizsardzības metodēm.

Šādi padomi jāsniedz, ikreiz paturot prātā, kompānijas kopējo biznesa stratēģiju un mērķus, un tie var ietvert:

<sup>17</sup> Pieejama <http://www.iccwbo.org/policy/ip/id2950/index.html>

### **Padomi intelektuālo aktīvu juridiskai aizsardzībai ar IĪT**

Izgdrojumu un jaunu darbu juridiska aizsardzība ar IĪT var palīdzēt stiprināt uzņēmuma tirgus pozīciju attiecībā pret konkurentiem. Uzņēmēju organizācijas var sniegt saviem biedriem padomus par dažādu intelektuālo aktīvu aizsardzības veidiem ar IĪT iegūšanu (skatīt nodaļu "Intelektuālā īpašuma pamati"). Tie ietvertu padomus attiecībā uz šo tiesību iegūšanas kritērijiem, procedūrām un izmaksām nacionālā, reģionālā vai starptautiskā līmenī, tiesību apjomu, to relatīvās priekšrocības un trūkumus, kā arī padomus par savu tiesību piespiedu aizstāvību. Uzņēmumi būtu jābrīdina par iespējamām grūtībām un izmaksām dažādu IĪT aizstāvībai. Dažas kameras iet vēl tālāk un piedāvā juridiskos pakalpojumus kā pilnvaroti pārstāvji patentu un preču zīmju jautājumos.

Kaut gan no IĪ aizsardzības ir daudz labumu, IĪ reģistrācija un aizstāvība var būt dārgs pasākums. Sniedzot jebkuru padomu, jāpatur prātā katra uzņēmuma budžets, kuru tas var novirzīt tiesību iegūšanai un aizstāvībai, kā arī jāiesaka, kā visefektīvāk sadalīt savus resursus.

### **Padomi par citām IĪ pārvaldības un aizsardzības metodēm<sup>18</sup>**

Uzņēmuma IĪ aktīvus var aizsargāt un pārvaldīt arī ar līgumiskiem līdzekļiem un "neformālām" jeb "maigām" metodēm. Tās papildina "formālo" IĪT aizsardzību. Piemēram, var noslēgt līgumus ar darbiniekiem, partneriem, piegādātājiem vai konkurentiem par svarīgāko darbinieku nepārvilināšanu, kompānijas darbībai svarīgāko patentu un darbu īpašumtiesību iegūšanu, sensitīvās informācijas (komercnoslēpumu) konfidencialitāti un ierobežot konkurences risku, kad darbinieki atstāj uzņēmumu.

Neformālās IĪ aizsardzības metodes, kuras ir īpaši iecienītas pakalpojumu sniedzēju sektorā, var būt – lai gan ne vienmēr ir – vienkāršas, viegli kontrolējamas, ekonomiski izmantojamas un zināmā apjomā jau iekļautas kompānijas ikdienas iekšējā praksē. Visumā šīs metodes ir vērstas uz zināšanu zuduma novēršanu vai ierobežotu piekļuvi sensitīvai informācijai gan uzņēmuma iekšienē, gan ārējos sakaros. Attiecībā uz cilvēkresursiem, neformālo aizsardzības metožu galvenais uzdevums ir paturēt zināmu informāciju un zināšanas uzņēmuma iekšienē un mazināt atkarību no atsevišķiem darbiniekiem. Uzņēmuma materiālo aktīvu, pakalpojumu vai sistēmu aizsardzībai var izmantot arī tehniskas aizsardzības metodes.

Ir daudz dažādu neformālo aizsardzības metožu, kas atšķiras gan pēc būtības, gan lietojuma mērķa (skatīt nākamo tabulu). Parasti neformālās aizsardzības metodes daļēji pārklājas un vairāku metožu vienlaicīga lietošana piedāvā labāku intelektuālā kapitāla aizsardzību. Bez IĪ aizsardzības neformālās aizsardzības metodes tiek izmantotas arī tādēļ, ka tās var spēcīnāt uzņēmumu, ja tās integrē ikdienas darbībā un procedūrās.

Neformālās aizsardzības metodes nav statiskas un nepiedāvā mūžīgus risinājumus zināšanu aizsardzībai. Daudzos gadījumos tās nepārtraukti jāatjaunina un aktīvi jāpārskata, bet šis process arī ietver zināmas izmaksas. Piemēram, attiecību pārvaldība un personāla motivācija ir nepārtraukta pilnveidošanas darba process. Arī inovāciju straujais dzīves cikls un tehniskā aizsardzība ir nepārtraukti jāpilnveido un jāatjaunina, jo mainās uzņēmējdarbības vide. No otras puses uzdevumu un dokumentācijas izplatīšanu var viegli integrēt uzņēmuma ikdienas darbībā un biznesa kultūrā.

18 Päällysaho, Seliina un Jari Kuusisto "Intellectual property protection in service sector" (2008) pieejama [http://www.iccwbo.org/uploadedFiles/ICC/policy/intellectual\\_property/pages/IP%20protection%20in%20service%20sector.pdf](http://www.iccwbo.org/uploadedFiles/ICC/policy/intellectual_property/pages/IP%20protection%20in%20service%20sector.pdf)

<b>Neformālas aizsardzības prakse</b>	<b>Pamatojums IĪ aizsardzībai</b>
<b>Slepenība</b>	Novērš konfidenciālas informācijas noplūdi uz ārpusi
<b>Ierobežota piekļuve informācijai</b>	Mazina zināšanu noplūdes risku
<b>Databāzu un tīklu aizsardzība</b>	Novērš informācijas aizplūšanu nepiederošām personām Novērš uzbrukumus, vīrusus un ļaunprātīgu rīcību tīklos
<b>Konfidencialitāte</b>	Mazina zināšanu noplūdes risku
<b>Tehniska aizsardzība</b>	Padara kopēšanu un atdarināšanu sarežģītu un laikietilpīgu
<b>Dokumentēšana</b>	Palielina efektivitāti Mazina nefiksētu zināšanu zudumu palīdz patentēšanas procesā
<b>Pienākumu sadale</b>	Nevienai personai nav zināšanu par jauno pakalpojumu vai produktu kopumā
<b>Darbinieku uzdevumu maiņa</b>	Mazina atkarību no atsevišķiem darbiniekiem
<b>Personāla lojalitātes veidošana</b>	Mazina darbiniekiem piederošu zināšanu zudumu Palielina efektivitāti
<b>Attiecību ar klientiem pārvaldībat</b>	Novērš zināšanu zudumu attiecībās ar klientiem
<b>Dalība tirdzniecības organizācijā</b>	Biedru IĪT pārraudzība. Loma IĪ aizsardzībā ir ierobežota
<b>Efektīva informācijas apmaiņa</b>	Mazina darbiniekiem piederošu zināšanu zudumu Palielina efektivitāti un radošumu
<b>Ātrs inovācijas cikls</b>	Dod "līdera laika" priekšrocības pār konkurentiem Kopēšana un atdarināšana ir mazāk kaitīga
<b>Publicēšana</b>	Novērš kopēšanas un atdarināšanas risku Neļauj trešām personām iegūt patentu
<b>Sarežģīta produkta uzbūve</b>	Padara kopēšanu un atdarināšanu sarežģītu un laikietilpīgu
<b>Pakalpojumu paketes</b>	Mazina uzņēmuma atkarību no darbiniekiem Palielina efektivitāti

Avots: Päällysaho, Seliina un Jari Kuusisto "Intellectual property protection in service sector" 2008

Pieteikumu saņēmējstādes funkcija

Dažas tirdzniecības kameras darbojas kā patenti, lietderīgo modeļu, dizainparaugu un preču zīmju pieteikumu saņēmējstādes, kurus pēc formālas izskatīšanas pārsūta uz nacionālo IĪ iestādi. Saņēmējstādes funkciju veikšana prasa padziļinātu konsultāciju sniegšanu par dažādu IĪT jautājumiem, atvieglojot ar IĪ saistītu pakalpojumu izstrādi un ieviešanu nākotnē.

Diagnostikas pakalpojumi, patenti portfeļa analīze un IĪT audits

Diagnostikas un IĪ audita pakalpojumi palīdz identificēt un novērtēt IĪ aktīvus konkrētā uzņēmumā un tos var iedalīt divos veidos:

#### **Automātiska diagnostika tiešsaistē**

Ir izstrādāti tiešsaistes rīki, kas palīdz uzņēmumiem identificēt un novērtēt savus IĪ aktīvus. Šie tiešsaistes rīki sastāv no dažādu jautājumu komplektiem un

kontROLSarakstiem, kuri ir izveidoti tā, lai uzņēmumi var sākotnēji novērtēt savus IĻ aktīvus. Vairumā gadījumu to formāts ir pašnovērtējuma anketa, bet var piedāvāt arī konsultanta palīdzību novērtēšanas procesā. Tiešsaistes diagnostikas pakalpojumi palīdz kompānijām identificēt, kuri IĻ aktīvu veidi tiem ir vissvarīgākie šodien un nākotnē. Tiešsaistes metodes arī norāda, kādi ir IĻ pārvaldības trūkumi un kādiem pārvaldības pasākumiem kompānijai būtu jāvelta vislielākās pūles.

### **Nepastarpināta diagnostika**

Nepastarpinātas diagnostikas pakalpojums ir pieredzējuša IĻ profesionāļa individuāla konsultācija konkrētam uzņēmumam. IĻ profesionālis sniedz uzņēmuma ieskatu IĻ sistēmā un dažādajos rīkos IĻ aizsardzībai, kā arī pārrunās uzņēmuma situāciju, lai identificētu tam nepieciešamos IĻ veidus, vēlmes un paredzamos ieguvumus. Šajā situācijā eksperts var sniegt uzņēmuma IĻ aktīvu vērtības sākotnēju novērtējumu un sniegt padomus, kā izveidot konkrētajam uzņēmumam specifisku IĻ stratēģiju. Gala ziņojumā eksperts nosauc uzņēmumam piemērotos IĻ aizsardzības un izmantošanas veidus. Šim pakalpojumam parasti izstrādā un pārbauda standartizētas vadlīnijas.

### **Patentu portfeļa analīze**

Patentu pārvaldība ir cieši saistīta ar uzņēmuma peļņu. Tādēļ uzņēmuma patentu portfeli arvien biežāk uzskata par galveno faktoru stratēģisku biznesa attīstības lēmumu pieņemšanā. Taču MVU lielākoties nespēj paši izvērtēt savu patentu portfeli saprātīgā laikā un sava budžeta ietvaros. Dažas uzņēmēju organizācijas ir izstrādājušas rīkus, kas palīdz uzņēmējiem veikt šo analīzi.

Meklējumi patentu un preču zīmju datubāzēs

Patentu un preču zīmju meklējumi ir pakalpojums, kurš sniedz daudz labumu, sākot no izvairīšanās no darbu dublēšanas un vērtīgas tehniskās informācijas iegūšanas līdz P&A stimulēšanai un kļūšanai par svešu IĻT pārkāpējiem. Visbeidzot, patentu un preču zīmju meklējumi palīdz uzņēmumiem izvairīties no neefektīvas laika un resursu izlietošanas.

Patentu meklējumi sniedz visaptverošu ieskatu kādā tehnikas nozarē un informāciju par šajā nozarē patentētām tehnoloģijām. Inovatīvi uzņēmumi, kuri neinteresējas par IĻ sistēmu, mēģinot izstrādāt savus "jaunus" produktus un pakalpojumus, var ieguldīt daudz resursu rīteņa atkārtotā izgudrošanā, jo šādi produkti un pakalpojumi var būt jau izstrādāti un patentēti. Tādēļ aktīva patentu informācijas lietošana var ietaupīt laiku un citus resursus, un sākt pētniecību augstākā līmenī, un izstrādāt patiesi jaunus risinājumus.

---

### **Patentu informācija var noderēt arī šādiem nolūkiem:<sup>19</sup>**

- tehniskās informācijas iegūšana;
  - noteikšana, vai izgudrojums ir patentējams;
  - pozitīva pozicionēšanās tirgū;
  - patentu pārkāpumu uzraudzība;
  - jaunas nišas un licences iegādes iespējas atrašana;
  - svešu patentu "apiešana";
  - informācijas iegūšana par izmaksām/cenas veidošanos, ja informāciju par ražošanas un/vai operatīvajām izmaksām var izsecināt no patentiem;
  - problēmu risinājumi;
  - informācijas iegūšana par ražošanas procesiem;
  - veiksmes rādītāju uzlabošana; un
  - P&A un komercializācijas partneru atrašana.
- 

<sup>19</sup> Matthew Hall, Charles Oppenheim un Margaret Sheen, 2003.

**Austrijas institūta MVU pētniecībai pētījumā20 patentmeklējumu pakalpojuma lietotāji kā vissvarīgākos faktoros veiksmīgu patentmeklējumu pakalpojuma izveidē minēja šādus faktoros:**

- viegla piekļuve un identificēšana, kas liecina par pareizas patentmeklēšanas pakalpojumu reklamēšanas un veicināšanas nepieciešamību;
- personāla kompetence ir galvenais faktors, jo ir nepieciešamas zināšanas meklēšanā un rezultātu interpretēšanā; un
- svarīgs ir rezultāta savlaicīgums, jo patentu prioritātes nosacījuma dēļ P&A projektos un tiesvedībā svarīgi ir ievērot termiņus.

Pētījumi preču zīmēs arī ļauj izvairīties no uzņēmuma resursu un darbinieku laika neefektīvas izmantošanas. Uzņēmumi, īpaši MVU, var nejauši izstrādāt tirgvedības stratēģijas un pat drukātus materiālus ar preču zīmēm vai dizainparaugiem, kuri jau ir tirgū un pieder citiem uzņēmumiem. Pat, ja uzņēmums ir reģistrējis savu preču zīmi savā valstī, pirms preču eksportēšanas uz citu valsti ir vērts veikt preču zīmju meklējumu attiecīgajā valstī.

Uzņēmēju organizācijām būtu jāpatur prātā, ka patentu un preču zīmju pakalpojumu sniegšana varētu kļūt par potenciālu "konflikta zonu starp privātiem un publiskiem pakalpojumu sniedzējiem"<sup>21</sup>, jo lielākā daļa IĪ iestāžu šādus meklējumus uzskata par savu galveno pakalpojumu. Pirms organizācija nolemj attīstīt šo pakalpojumu vai piedāvāt to uz līguma pamata ar trešo personu, vajadzētu izpētīt vietējo pakalpojumu sniedzēju piedāvājumu.

*WIPO GOLD ir bezmaksas publisks resurss, kurš piedāvā piekļuves vietu WIPO meklējamo IĪ datu kolekcijām (skatīt turpmāk).*

**Patentu pārraudzības pakalpojumi**

Pārraudzības pakalpojumi paredz nacionālo, reģionālo un starptautisko iestāžu publicēto patentu pieteikumu regulāru analīzi. Dažas uzņēmēju organizācijas ir izstrādājušas dažādus rīkus interesējošajās teritorijās jauno publicēto patentu pieteikumu un patentu identificēšanai un priekšatlasei, jo individuālām kompānijām ir sarežģīti pārraudzīt visu jauno patentu kopumu. Zinot šo informāciju, kompānijas var sekot izmaiņām tehnikas jomā noteiktā laika posmā un inovāciju stratēģijām šīs jomas tirgū. Šādi var atrast arī visdinamiskāko tehnikas nozari savā valstī un pat pasaulē. Pārraudzības pakalpojumus var pielāgot tā, lai fokusētos, piemēram, uz jaunām tehnikas jomām, konkurentu aktivitātēm, konkrētu patentu juridisko statusu vai statistiku.

**Nemateriālo aktīvu vērtēšana**

Lielākā daļa uzņēmumu nezina savu nemateriālo aktīvu vērtību<sup>22</sup>. Tomēr dažreiz, īpaši ļoti inovatīvām kompānijām, to nemateriālo aktīvu vērtība var pārsniegt visu materiālo aktīvu vērtību. Precīza uzņēmuma nemateriālo aktīvu vērtības noteikšana var palīdzēt uzņēmumam labāk izmantot savu IĪ, piedāvājot licences vai citādi iesaistot darījumos (piem., kā nodrošinājumu kredītam), tādējādi palielinot savu aktīvu vērtību, kas ļauj piesaistīt finansējumu, veikt informētas personas investīcijas un pieņemt labāk informētus biznesa lēmumus. Šādu novērtēšanu var pieprasīt arī uzņēmumu pārskatos un nodokļu aprēķinu nolūkam. Atbilstoši pašreizējiem standartiem pašu radīto IĪ nevar atspoguļot bilancē.

IĪT vērtēšanā lieto dažādas metodes, ieskaitot nozaru standartus, punktu piešķiršanu jeb ranžēšanu, diskontētās naudas plūsmas metodi, aptuvenus aprēķinus, faktiskās opcijas, Montekarlo analīzi un izsoles. Pašlaik rodas arvien vairāk profesionāļu, kas specializējas IĪT, īpaši zīmolu un patentu, vērtēšanā, kas

20 "Benchmarking National and Regional Support Services for SMEs in the Field of Intellectual and Industrial Property", Austrijas institūts MVU pētniecībai; 2007 Sasniegumu ziņojuma 85. līdz 87. lappuse

21 "Benchmarking National and Regional Support Services for SMEs in the Field of Intellectual and Industrial Property", Austrijas institūts MVU pētniecībai; 2007, 83. lpp.

22 ICC publikācija "Current and Emerging Intellectual Property Issues for Business: a roadmap for Business and Policy Makers" 2010. gada izd.

izmantoda dažādas vērtēšanas metodes. IĻT unikālās dabas dēļ IĻT vērtēšanas metodi parasti izvēlas katram konkrētam gadījumam, dažreiz kombinē vairākas metodes, lai konkrētām IĻT izveidotu objektīvu vērtību diapazonu. Tādēļ jāšaubās, vai ir iespējams izveidot vienu universālu vērtēšanas metodi, kas ir piemērojama visiem gadījumiem un labāk varētu noteikt konkrētu IĻT īsto vērtību diapazonu. Neraugoties uz izvēlēto metodi vai metodēm, vērtēšanas mērķis ir identificēt un kvantitatīvi novērtēt potenciālos IĻT ekonomiskos ieguvumus un izrietošo tīro naudas plūsmu, kas veidosies no šiem ekonomiskajiem labumiem (patentu vērtēšanas rīkus skatīt turpmāk).

Rūpīgi veicot IĻT pētījumus, uzņēmējiem un finansistiem jāatzīst, ka tādēļ, ka patenti ir unikāli, to vērtību nevar noteikt bez piemērotas juridiskas analīzes. Šajā analīzē ņem vērā spēkā esamību, spēju apkarot pārkāpumus, IĻ tiesību apjomu, iespējamo atbildību, ja patents tiek pārkāpts, un iespējamo atbildību, ja tiek pārkāptas svešas IĻT. Šādi pētījumi var sniegt daudz ticamāku informāciju par IĻT finansiālo vērtību, kā arī informāciju, kas noder biznesa virziena un stratēģijas izstrādei nekā tādas automatiskas metodes kā "cītēšanas analīze", kura labākajā gadījumā var sniegt aptuvenu patenta vērtību, bet var būt arī ļoti maldinoša.

### Atbalsts IĻ komercializācijā

SDažas uzņēmēju organizācijas palīdz biedru uzņēmumiem atrast klientus to IĻ aktīviem, bet citas piedāvā specifiskus pakalpojumus līgumu sastādīšanā ar uzņēmumu partneriem. Tomēr ļoti maz uzņēmēju organizāciju sniedz kompleksus pakalpojumus, sākot ar palīdzību identificējot, atlasot un vedot sarunas starp biedru uzņēmumiem un to klientiem vai partneriem.

Uzņēmēju organizācijas var aplīdzēt uzņēmumiem atrast piemērotus partnerus, izmantojot darbošanos dažādos tīklos un meklējot datubāzēs, piedaloties starptautiskos tehnoloģiju pārnese pasākumos, komerciālās misijās vai sadarbojoties ar citām organizācijām, kas veicina IĻ un inovāciju rezultātus.

Dažām uzņēmēju organizācijām ir datubāzes, kas speciāli paredzētas tehnoloģiju komerciālas izmantošana veicināšanai, piedāvājot caurskatāmu platformu tehnoloģiju un zināšanu pārnesei starp izgudrotājiem, zinātniekiem un uzņēmēju aprindām. Tehnoloģiju pārnese datubāzes palīdz uzņēmumiem, kuri vēlas iegādāties licences uz citu radītām zināšanām, patentu īpašniekiem, kuri vēlas piedāvāt licences uz saviem izgudrojumiem, kā arī zinātniekiem un uzņēmumiem, kuri meklē pētījumu partnerus. Šādas datubāzes arī ļauj biedru uzņēmumiem organizēt lietišķu tēmu un tehnoloģiju pētījumus, pie kuriem strādā gan akadēmiskās, gan biznesa aprindas.

Uzņēmēju organizācijas var arī piedāvāt izanalizēt, vai uzņēmuma idejas vai iecerētā inovācija ir tehniski un komerciāli dzīvotspējīga un vai pastāv peļņu sološs tirgus šai inovācijai vai idejai. Šis pakalpojums var palīdzēt uzņēmumam pārorientēt neperspektīvu inovāciju tādā, kura varētu būt potenciāli veiksmīga. Jāievēro, ka šādiem pakalpojumiem būtu jāpalīdz izgudrotājiem un ieviesējiem saglabāt objektīvu skatījumu, lai izstrādātu skaidru tirgus kopainu un iespējamus ieguvumus – jo tie var nesaskaņāt savu izgudrojumu trūkumus un neņemt vērā tirgus realitātes. Iecerētā produkta tirgus ģeogrāfisko aspektu novērtēšana un koncentrēšanās uz IĻ aizsardzību attiecīgajos tirgos arī palīdzēs izvairīties no resursu izniekošanas<sup>23</sup>.

Pirms produkcijas eksportēšanas sākšanas uzņēmējiem būtu jāveic rinda svarīgu darbību, sākot no piemērotu eksporta tirgu identificēšanas un pieprasījuma aprēķināšanas līdz izplatīšanas kanālu atrašanai, izmaksu aprēķināšanai un finansējuma atrašanai. Šīs fāzes laikā uzņēmumiem būtu jāiesaka pievērst uzmanību arī IĻ jautājumiem un izvērtēšanai, kā IĻT var pastiprināt to konkurētspēju eksporta tirgos. IĻ stratēģijas īstenošana eksporta tirgū palīdzēs nostiprināt izdevīgu tirgus pozīciju, nodrošināt rīcības brīvību šajā tirgū un izveidot pamatu savu IĻT aizstāvēšanai šajā tirgū.

23 Saseksas (Lielbritānija) Tirdzniecības kameras ieteikumi

### Palīdzība IĻ izmantošanā finansējuma iegūšanai

Tā kā aizvien pieaug uzņēmumu balstīšanās uz IĻ aktīviem kā avotu konkurētspējas uzlabošanā, investori, kas iegulda līdzekļus jaunās vai jau esošajās nozarēs, arvien vairāk uzmanības pievērš uzņēmumu IĻ portfelim un tā pārvaldībai. Stiprs, labi pārvaldīts IĻ portfelis gūs lielāku labvēlību investoru acīs.

Uzņēmēju organizācijas var savest uzņēmumus ar potenciāliem finansējuma avotiem un ieteikt tiem iekļaut savos biznesa plānos informāciju par savu IĻ un tā izmantošanas stratēģiju. Finansējuma avoti agrīnas stadijas kopuzņēmumos ietver personiskus līdzekļus (uzkrājumus, draugus un radniekus); publisku finansējumu (dotācijas, inkubatorus, zinātnes parkus) un riska kapitālu ("biznesa eņģeļus", riska kapitāla investorus, korporatīvo riska kapitālu, banku finansējumu).

---

#### **Katrai izgudrojuma attīstības stadijai ir savs potenciāls finansējuma avots:**

- Agrīnā attīstības stadijā ir augsts risks, bet maza līdzekļu vajadzība. Uzņēmumi var balstīties uz dotācijām, draugu un radnieku līdzekļiem un iespējams inkubatoru sniegtajām iespējām.
- Vēlāk, kad tehnoloģija iegūst dzīvotspējīgas aprises un notiek IĻ tiesību iegūšana, vajadzības un risks ir augstāks. Šajā stadijā var palīdzēt biznesa eņģeļi un riska kapitāla investori.
- Kad finansējums ir visvairāk nepieciešams un tehnoloģija tuvojas komercializācijas stadijai, finansējumu var sniegt vēlīnas stadijas riska kapitāla investori un banku kredīti.

---

Avots: Ip4inno apmācību modulis par IĻ vērtēšanu un IĻ finansēšanu, sarakstījuši Bay of Thermi Ventures un Eiropas uzņēmumu un intelektuālā īpašuma institūts (IEEPI) [www.ieepi.org](http://www.ieepi.org)

## Metode

Veidojot IĻ konsultāciju pakalpojumus, būtu jāapsver šādas problēmas:

### **Analizējiet sniedzamā pakalpojuma veidu**

Pakalpojumu formāts un veids būs atkarīgs no klientu raksturojuma, mērķiem, budžeta un pieejamiem cilvēkresursiem. Pievienotas vērtības pakalpojumi atradīs neaizpildītās tirgus nišas, veicot tirgus apskatus vai izjautājot darbiniekus, kuri ir ciešā saskarē ar gala klientiem. Uzņēmēju organizācijām būtu jākoncentrējas uz vispārēju IĻ pārvaldību un visaptverošu pakalpojumu sniegšanu uzņēmumiem, visu laiku paturot prātā uzņēmuma kopējo biznesa stratēģiju.

### **Personāls**

Kad tiek sniegti IĻ pakalpojumi, īpaši konsultāciju pakalpojumi, viens no svarīgākajiem faktoriem ir personāla kompetence. Lai pakalpojums būtu veiksmīgs, svarīgākais ir kvalificēti un pieredzējuši eksperti tiesību, tehniskos, biznesa pārvaldības un komercializācijas jautājumos. Eiropas pētījuma par IĻ atbalsta pakalpojumiem rezultāti liecina, ka lielu daļu aplūkoto pakalpojumu sniedz nelielas speciālistu grupas: 35 % no aptaujātajām organizācijām nodarbina trīs pilna laika darbiniekus, bet 18% nodarbina tikai vienu darbinieku. Aptauja arī liecināja, ka trūkst kvalificētu darbinieku, tādēļ vairumam darbinieku, lai iegūtu nepieciešamās zināšanas, nepieciešama apmācība<sup>24</sup>.

<sup>24</sup> "Benchmarking National and Regional Support Services for SMEs in the Field of Intellectual and Industrial Property", Austrijas institūts MVU pētniecībai: 2007, 58. lappuse

## “Vienas pieturas” konsultāciju pakalpojumi uzņēmumiem

Pakalpojumiem jābūt saistītiem, integrētiem un papildinošiem ne tikai ar citiem IĪ pakalpojumiem, bet arī ar pakalpojumiem citās jomās. IĪ pakalpojumus var integrēt citos atbalsta pakalpojumos, lai piedāvātu visaptverošas pakalpojumu paketes uzņēmumu atbalstam visās inovācijas procesa stadijās, no idejas rašanās līdz nemateriālo aktīvu komercializācijai. Papildinoši pakalpojumi fokusējas uz visām IĪ pārvaldības stadijām no izpratnes veicināšanas aktivitātēm un ierosinošas ekonomiska rakstura informācijas līdz apmācībai un atbalstam tiesvedības gadījumiem.

## Mijiedarbība starp dažādiem tīkliem

Svarīga ir aktīva nacionālo un starptautisko konsultantu, ieinteresēto personu un pakalpojumu sniedzēju tīklu veidošana (īpaši ar IĪ iestādēm, patentpilnvarniekiem, universitātēm un tehnoloģiju attīstības aģentūrām), jo tas ļauj savstarpēji piegādāt klientus, sadarboties un iespējams arī darboties kā starpniekiem IĪ pakalpojumu sniegšanā. Kontakta tīkls ir arī svarīgs, lai sniegtu uzņēmumiem pilnu pakalpojumu un konsultāciju klāstu: starpnozaru apmācībā, pieredzes apmaiņā, aktivitāšu veicināšanā plaša diapazona potenciālo klientu lokā, kā arī iekļaut IĪ integrētu kopējo inovācijas sistēmu stratēģiju kontekstā.

## Pakalpojumu pielāgošana klientiem

IĪ konsultāciju pakalpojumu orientēšana uz konkrētiem klientiem palīdz uzņēmēju organizācijām pielāgot pakalpojumus konkrētām individuālu uzņēmumu vajadzībām; pakalpojumu sniegšana MVU un izgudrotājiem ļoti atšķiras no pakalpojumu sniegšanas multinacionālām kompānijām. Orientēšanos uz klientiem var izveidot, veicot lietotāju apmierinātības aptaujas vai apjautājot personālu, kurš pastāvīgi ir saskarē ar uzņēmumiem.

## Tirgvedības aktivitātes

Tā kā IĪ konsultāciju pakalpojumi ir noderīgs kanāls izpratnes veicināšanai un informācijas pakalpojumiem, tie darbojas kā piekļuves punkts IĪ pasaulē, īpaši, ja tos veic sadarbībā ar citiem specializētiem dienestiem. Praktisku piemēru prezentācija par citiem uzņēmējiem un izgudrotājiem demonstrēs, kā kompānijas var gūt labumus no savu nemateriālo aktīvu aizsardzības un pārvaldības. Lai iepazīstinātu ar organizācijas IĪ pakalpojumiem, nepieciešamas reklamēšanas aktivitātes. Tā kā vairums uzņēmēju organizāciju jau izplata apkārtrakstus saviem biedriem vai sniedz uzņēmējiem citus pakalpojumus, jauno vai paplašināto IĪ pakalpojumu reklamēšana šajos izdevumos ir viegla un lēta. Daudzas vietējās kameras cieši sadarbojas ar vietējiem patentpilnvarniekiem, piedāvājot bezmaksas konsultācijas par inovāciju aizsardzību.

## Specifiski rīki un pakalpojumi

### uzņēmuma pašnovērtēšana

- *Intellectual Property Explorer* ir tiešsaistes rīks, kas palīdz uzņēmumiem saprast savas pašreizējās IĻ aktivitātes; <http://intellectualpropertyexplorer.com/>
- *UK Intellectual Property Office IP Healthcheck* ir tiešsaistes rīks uzņēmuma pašreizējā IĻ novērtēšanai <http://www.ipo.gov.uk/whyuse/business/iphealthcheck.htm>

### “Neformāla” IĻ pārvaldība

- *MAC-SSIIIM projekts*: Eiropas mēroga resursu tīkls, kas fokusējas uz neformālu IĻ pārvaldību. Tas satur mācību un atbalsta risinājumus, kas iekļautas 5 galvenajās tēmās par neformālu IĻ un intelektuālā kapitāla (IC) pārvaldību MVU. <http://www.mac-ssiim.com/>

### Līgumi

- WIPO izdevums “Exchanging Value: Negotiating technology, licensing agreements”<sup>25</sup>. [http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/technology\\_licensing.html](http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/technology_licensing.html)
- ICC parauglīgumi - <http://www.iccbooks.com>
  - Starptautiskas tehnoloģiju pārnese līgums
  - Izplatīšanas parauglīgums
  - Selektīvas izplatīšanas parauglīgums -
  - Starptautiska preču zīmes parauglicence
  - Starptautiskas franšīzes parauglīgums
  - Konfidencialitātes parauglīgums

### Patentu un preču zīmju meklēšana

*WIPO GOLD* <http://www.wipo.int/wipogold> ir bezmaksas publiski informācijas resurss, kurš piedāvā vienotu piekļuvi WIPO globālajiem meklējamiem IĻ datiem. WIPO IĻ informācija ietver bezmaksas tiešsaistes piekļuvi publicētiem starptautiskiem patentu pieteikumiem Patentu kooperācijas (PCT) līguma ietvaros un saistītiem dokumentiem, kā arī nacionālo un reģionālo iestāžu patentu kolekcijām caur PATENTSCOPE meklēšanas pakalpojumu <http://www.wipo.int/patentscope/search/en/search.jsf>. Tas sniedz piekļuvi arī WIPO PCT tālmācības kursam, kurš sniedz ievadu un vispārēju pārskatu par patentu aizsardzību pasaules mērogā [http://www.wipo.int/pct/en/distance\\_learning/index.html](http://www.wipo.int/pct/en/distance_learning/index.html). Turklāt WIPO GOLD satur preču zīmju datubāzu sarakstu, kuru uzņēmēju organizācijas var izmantot bez maksas.

### IĻ vērtēšana

- *IPscore*® – Eiropas patentu iestādes specializēta datorprogramma, kas ļauj novērtēt tehnoloģiju gan kvalitatīvi, gan kvantitatīvi finansiālu prognožu formā, parādot tehnoloģijas pašreizējo tīro vērtību. Šo programmu var lejupielādēt bez maksas EPO tīmekļa vietnē<sup>26</sup>.
- *IP Response* – Dānijas patentu un preču zīmju iestādes IĻ vērtēšanas rīks: <http://www.dkpto.org/online-tools/ip-response.aspx>

<sup>25</sup> Pilns izdevums pieejams [http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/techno-logy\\_licensing.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/techno-logy_licensing.pdf)

<sup>26</sup> <http://www.epo.org/searching/free/ip-score.html>

### **Tirgusvietas un tehnoloģiju forumi**

- ICC Pasaules kameru federācijas Pasaules kameru tīkla biznesa iespēju (GBX) pakalpojums: tiešsaistes tīkls, kas ļauj kamerām un to biedru uzņēmumiem piedāvāt un atrast iespējas visā pasaulē - [http:// www.iccwbo.org/wcf/id2837/index.html](http://www.iccwbo.org/wcf/id2837/index.html)
- Hamburgas tirdzniecības kameras un Hanzas brīvpilsētas Hamburgas zinātnes un pētniecības iestāde ir izveidojusi Hamburgā izstrādāto tehnoloģiju demonstrēšanas datubāzi - [www.hk24.de/technologie](http://www.hk24.de/technologie)

### **Strīdu risināšana**

- ICC strīdu risināšanas pakalpojumi - piedāvā noteikumus un pakalpojumus strīdu izšķiršanai, kā arī miermīlīgus strīdu risinājumus, ietverot mediāciju, ko var piemērot ar IĪ saistītu strīdu risināšanā <http://www.iccwbo.org/court/>. Tā izdod arī publikācijas un sniedz apmācību par konkrētiem tematiem <http://www.iccbooks.com> un [http://www.iccwbo.org/events/id341\\_91/index.html](http://www.iccwbo.org/events/id341_91/index.html)
- WIPO arbitrāžas un mediācijas centrs – piedāvā šķīrējtiesas un mediācijas pakalpojumus: - <http://www.wipo.int/amc/en/>

### **Finansējuma avoti**

- Eiropas biznesa eņģeļu tīkls veicina pieredzes apmaiņu starp biznesa eņģeļu tīkliem un sniedz tiešas MVU investoru atsauksmes, kā arī piedāvā apmācību un instruktažu <http://www.eban.org/>
- Eiropas riska kapitāla asociācijas tīmekļa vietne sniedz saites uz daudzu nacionālo riska kapitāla asociāciju tīmekļa vietnēm visā pasaulē <http://www.evca.com/sources.html>
- Eiropas Komisijas CORDIS programma: tīmekļa vietne sniedz informāciju un saites uz resursiem par inovācijas aktivitāšu finansēšanu un komercializēšanu - <http://cordis.europa.eu/finance> – praktiski ieteikumi ES pētniecības un inovācijas finansēšanā [http://cordis.europa.eu/eu-funding-guide/home\\_en.html](http://cordis.europa.eu/eu-funding-guide/home_en.html)
- Eiropas Investīciju banka (EIB) – “Innovation 2000 Initiative” vietnē [http:// www.eib.org/pub/news/i2i/pmreport.htm](http://www.eib.org/pub/news/i2i/pmreport.htm)) iezīmē skaidru kreditēšanas aktivitāšu pārslēgšanos uz inovācijām bagātiem projektiem un fokusējas uz pieciem galvenajiem elementiem, viens no kuriem ir “MVU un uzņēmējdarbība”. EIB sniegtais atbalsts galvenokārt notiek kredītu formā, kā arī kā riska kapitāla finansējums MVU (caur specializētu struktūru - Eiropas investīciju fondu - EIF vietnes <http://www.eif.org/sme/default.htm>) sadaļā “SMEs and Entrepreneurship”. Atbalsts ir riska kapitāla operāciju vai kredītu garantiju instrumentu formā, kurus pārvalda EIF.

## Piemēri

Ļoti reti uzņēmēju organizācijas ir izstrādājušas tādus padziļinātus konsultāciju pakalpojumus kā: IĪ pārvaldība, nemateriālo aktīvu vērtēšana, patentu un preču zīmju meklējumi un analīze un tendenču vai tehnoloģiju monitorēšana. Turpmāk minētie piemēri fokusējas uz šīm aktivitātēm.

### **Austrija**

ICC Austria

### **Baltkrievija**

Baltkrievijas tirdzniecības un rūpniecības kamera

### **Horvātija**

Horvātijas ekonomikas kamera

### **Francija**

Parīzes tirdzniecības un rūpniecības kamera

Reģionālā stratēģiskās un tehniskās informācijas aģentūra

### **Vācija**

Vācijas rūpniecības un tirdzniecības kameru asociācija

Hamburgas tirdzniecības kamera

### **Ungārija**

Tirdzniecības un rūpniecības kamera

### **Indija**

Indijas rūpniecības konfederācija

### **Itālija**

Itālijas tirdzniecības kameru savienība

Veneto reģiona tirdzniecības kameru savienība

Trevizo tirdzniecības kamera

### **Mongolija**

Mongolijas nacionālā tirdzniecības kamera

### **Krievija**

Puškinas un Pavlovskas tirdzniecības & rūpniecības kamera

### **Spānija**

Barselonas tirdzniecības kamera

Kantabrijas tirdzniecības, rūpniecības un jūrniecības kamera

### **Šveice**

ICC Switzerland

### **Ukraina**

Ukrainas tirdzniecības un rūpniecības kamera

### **Apvienotā Karaliste**

Skotijas intelektuālo aktīvu centrs

### **Urugvaja**

Urugvajes nacionālā tirdzniecības un pakalpojumu kamera

*Vairāk informācijas par IĪ konsultāciju aktivitātēm pasaules mērogā skatīt ICC IP tool kit – IP Action in Chambers <http://www.iccwbo.org/policy/ip/toolkit/id16920/index.html> un WIPO MVU nodaļas - Best Practices [http://www.wipo.int/sme/en/best\\_practices](http://www.wipo.int/sme/en/best_practices)*

# Inovācijas stimulēšana un izplatīšana

## Mērķi

Veicināt uzņēmēju izpratni par stratēģisku inovāciju integrēšanu uzņēmuma kopējā stratēģijā,

Veicināt, lai uzņēmumi nodarbojas ar inovāciju un izveido IĪ aktīvus

Palīdzēt uzņēmumiem atrast komercpartnerus IĪ aktīvu komercializēšanai

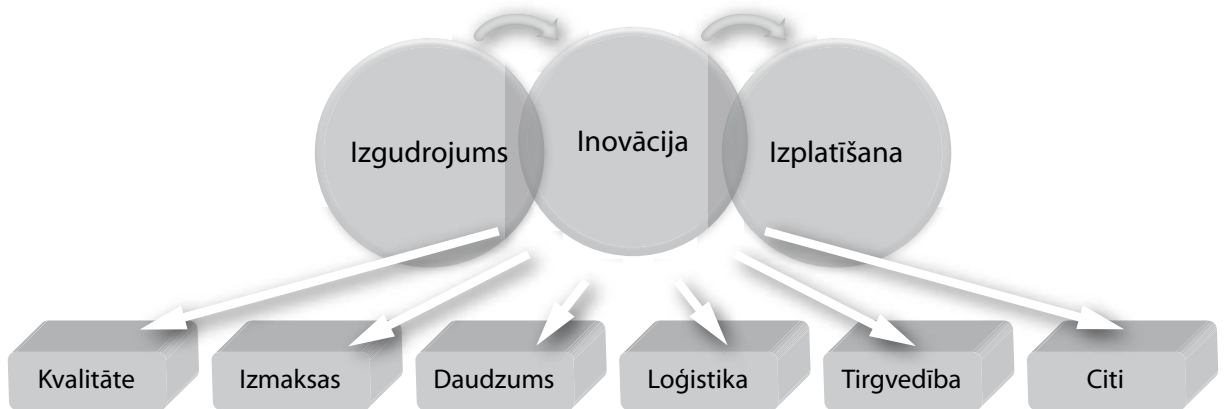
## Mērķgrupas

Individuāli uzņēmēji, MVU

Universitātes un zinātnieki

Inovācija un IĪ ir atsevišķi, bet cieši saistīti jēdzieni. Inovācija bieži noved pie IĪ radīšanas, bet IĪT sniedz instrumentus inovatīvu ideju izstrādes finansēšanai un to virzīšanai tirgū. Inovācijai nevajadzētu būt pašmērķim, bet tā ir metodiski jāintegrē biznesa kultūrā un praksē, lai uzlabotu uzņēmumu kopējos darbības rādītājus. Inovāciju uzņēmuma kopējā stratēģijā var integrēt šādi:

Lai mūsdienu ļoti lielās globālās konkurences apstākļos saglabātu konkurētspēju, uzņēmuma spēja nodarboties ar inovāciju ir būtiska. Lai gan īstermiņā var konkurēt ar cenu, šāda politika nav ilgtspējīga garākā laika posmā. Ilgtspējīgai konkurētspējai nepieciešama pastāvīga inovācija gan ražošanā, gan pārvaldībā. Tomēr spēja



nodarboties ar nepārtraukt inovāciju prasa paradigmas maiņu uzņēmumu kultūrā. Uzņēmēju organizācijas ir labi piemērotas uzņēmēju nodrošināšanai ar noteiktu prasmju komplektu un instrumentiem ilgtspējīgas inovācijas veicināšanai.

Pēdējos gados ļoti strauji ir mainījušies inovācijas procesi, lielākoties pateicoties sasniegumiem informācijas un telekomunikāciju (ITC) nozarē un ļoti lielai ekonomiskai integrācijai globālā mērogā. Šie divi faktori ir paātrinājuši un pārveidojuši veidus, kā tiek izstrādātas un pārnestas zināšanas un tehnoloģijas<sup>27</sup>.

Inovācijas integrēšana kopējā biznesa stratēģijā kā darbs un kā metode palielinās konkurētspēju tirgū. Tā kā praksē to ir grūti sasniegt, uzņēmēju organizāciju biedru uzņēmumi gūs lielu labumu no specifiskiem pakalpojumiem šajā jomā. Tie var ietvert konsultācijas par inovācijas procesu ilgtspējīgā veidā, ieskaitot atsevišķu uzņēmumu novērtēšanu, kā arī ziņojumu un pētījumu publicēšanu, balvu pasniegšanu un apmācību

27 SELA (2009) Políticas e instrumentos para enfrentar el impacto de la crisis económica internacional sobre las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de América Latina y el Caribe. P.58

Efektīva un nepārtraukta saziņa ar organizācijas biedriem, izmantojot iepriekš aprakstītos instrumentus, ir svarīga, lai izprastu katra organizācijas biedra situāciju un vajadzības un lai precīzi novērtētu inovācijas veicināšanai darbavietā izstrādāto aktivitāšu sekmes.

## Programmu izveide

TLielākā daļa uzņēmēju organizāciju, par kurām ICC 2009. gada janvāra pārskatā ziņots, ka tām ir izstrādātas inovācijas veicināšanas un izplatīšanas aktivitātes, darījušas to, organizējot izstādes un piešķirot balvas. Ļoti maz organizāciju ziņoja, ka tās piedāvā konsultāciju pakalpojumus. Inovācijas integrēšanai biznesa kultūrā un organizācijas saišu stiprināšanai ar saviem biedriem, var izmantot šādus instrumentus un pakalpojumus

## Balvas

Balvas var veicināt uzņēmumu aktivitātes inovācijā un celt izpratni par inovatīvu darbības veidu. Balvu pasniegšana svarīgu pasākumu laikā, piemēram, ar valdības pārstāvju piedalīšanos, cels balvas prestižu.

### Balvu piemēri

- “Ungārijas lielā inovācijas balva”, organizē Ungārijas tirdzniecības un rūpniecības kamera <http://www.innovacio.hu>
- “Mohammed bin Rashid Al Maktoum Business Award”, organizē Dubaijas tirdzniecības un rūpniecības kamera [www.dubaichamber.com/](http://www.dubaichamber.com/)
- “Golden Kuna Innovation Award” piešķir Horvātijas ekonomikas kamera <http://www2.hgk.hr>

### Inovatīvo tehnoloģiju gadatirgi

#### - piemēri

- “Foro de Innovación de las Américas”, organizē Urugvajes nacionālā pētniecības un inovācijas aģentūra, ANII (Agencia Nacional de Investigación e Innovación) - [www.fia.com.uy](http://www.fia.com.uy)
- Mongolijas nacionālās tirdzniecības un rūpniecības kameras (sadarbībā ar dažādām institūcijām) ikgadējā izstāde “Izgudrojumi un lietderīgie modeļi” - [www.mongolchamber.mn](http://www.mongolchamber.mn)

## Inovāciju forumi un tirgi

Inovāciju gadatirgi saved dažādas ieinteresētās personas, kas nepieciešamas inovāciju atbalstam, tie var būt svarīgs inovācijas katalizators un sadarbības tīklu radītāji. Šādus gadatirgus jeb forumus parasti organizē valsts aģentūras, bet dažās valstīs uzņēmēju organizācijas piedalās šādu pasākumu rīkošanā.

Dažas organizācijas pašas izveido tirgusvietas, lai palīdzētu uzņēmumiem komercializēt savas tehnoloģijas un IĻ aktīvus.

### Tirgusvietas

- Barselonas tirdzniecības kameras zināšanu inovācijas tirgus - [www.cambrabcn.org](http://www.cambrabcn.org)
- Hamburgas tirdzniecības kameras un Hanzas savienības brīvpilsētas Hamburgas zinātnes un pētniecības iestādes tehnoloģiju datubāze - [www.hk24.de/technologie](http://www.hk24.de/technologie)

## Ziņojumi/pētījumi

Informācijas salīdzināšana, analizēšana un publicēšana par inovācijas tendencēm palīdz uzņēmumiem pārbaudīt savu veikspēju un neatpalikt no labākajiem sasniegumiem. Tas protams var celt uzņēmēju organizāciju reputāciju un nostiprināt tās kā konsultāciju sniedzējus šajā jomā.

### Kameru ziņojumi un pētījumi

- "Biskajas inovāciju centrs" (Barrixe), Bilbao tirdzniecības kameras sastāvdaļa nepārtraukti novēro inovācijas līmeni savā reģionā un izseko tendencēm inovatīvajos sektoros. Centrs informē savus biedrus par veiksmīgiem piemēriem, programmām un potenciāliem palīdzības avotiem reģionālā un nacionālā līmenī - [www.bilbao.net](http://www.bilbao.net)
- Vācijas tirdzniecības un rūpniecības kameru asociācija (ACCIA) izdod ikgadēju ziņojumu par inovācijas stāvokli Vācijas uzņēmumos, informē par dažādām aktivitātēm šajā jomā un kāda ir mērķauditoriju attieksme pret šādām inovācijām - [www.dihk.de/english/](http://www.dihk.de/english/)
- Horvātijas ekonomikas kamera publicē ziņojumu "Inovācijas vide Horvātijā" ar tādu pašu mērķi kā ACCIA - [www2.hgk.hr](http://www2.hgk.hr)

## Izglītības aktivitātes

Apmācība ir viens no visefektīvākajiem veidiem, kā ieviest darbavietā biznesa kultūras izmaiņas. Lai apmācītu klausītājus kā veikt pastāvīgas inovācijas, var izmantot pilnus mācību kursus un moduljus. Tomēr izglītojošās aktivitātes patērē daudz laika un resursu, tām vajadzīga speciāla infrastruktūra pašā uzņēmumā vai jāsadarbojas ar izglītības iestādēm, kā arī nepieciešami resursi instruktoru apmācībai. Uzņēmēju organizācijas var mēģināt piesaistīt šīm aktivitātēm publiskus līdzekļus (skatīt nodaļu "Uzņēmēju pamācība").

---

**Instruktāža inovācijā** - Īrijas tirdzniecības kameras "Diploms inovāciju attīstībā" ir daļa no lielākas programmas par inovāciju un tehnoloģiju attīstību un pārnesi. Šo kursu subsidē valdība un tas ir iekļauts Īrijas izglītības sistēmā. 12 mēnešu kursā iegūtās zināšanas piemēro praktiskā biznesa vidē un piedāvā piekļuvi speciālām datorprogrammām ("Online innovation software measurement tool" un "Global Technology Exchange Software"). [www.chambers.ie](http://www.chambers.ie)

---

## Inovācijas atbalsts individuāliem uzņēmumiem

Inovācijas atbalsta pakalpojumu mērķis ir izanalizēt konkrēta uzņēmuma inovācijas potenciālu un palīdzēt tiem izstrādāt un ieviest integrētu, metodisku pieeju inovācijai. Šādas konsultācijas var sniegt ļoti kvalificēti speciālisti ar zināšanām mūsdienu dinamiskas, starpdisciplināras un ilgtspējīgas inovatīvās darbības aspektos.

### Inovācijas atbalsta pakalpojumi

- Barselonas tirdzniecības kamera piedāvā saviem biedriem pilnu pakalpojumu klāstu, lai novērtētu, vai konkrētais uzņēmējs ir ieviesis darbavietā integrētu metodisku pieeju inovācijai. Šie pakalpojumi ietver inovāciju nepieciešamības sākotnējo novērtējumu, ieteikumus inovāciju radīšanai un pārvaldīšanai uzņēmumā un inovāciju projektu pārvaldību - [www.cambrabcn.org](http://www.cambrabcn.org)
- Arist-Paris piedāvā saviem biedriem inovatīvo projektu pašdiagnotikas programmu. Parīzes tirdzniecības kamera novērtē uzņēmumus un attiecīgos tirgus, lai novērtētu to stiprās un vājās puses, iespējas un apdraudējumus, un lai sniegtu ieteikumus pārvaldības, ražošanas un tirgvedības inovācijā - [www.arist.ccip.fr](http://www.arist.ccip.fr)
- IPR-Helpdesk: IPR-Helpdesk galvenais uzdevums ir palīdzēt pašreizējiem un potenciāliem Kopienas finansētu pētniecības un tehnoloģisko izstrādņu projektu, kā arī inovācijas projektu dalībniekiem IĻ jautājumos. Lai gan uzsvars ir uz Eiropas reģionu, detalizētā informācija dienesta tīmekļa vietnē ir noderīga visām uzņēmēju organizācijām, tā piedāvā tiešsaistes palīdzību, tiešsaistes mācību kursus un tiešsaistes IĻT apkārtrakstu - <http://www.ipr-helpdesk.org/home.html>

Piemēri  
(skatīt pielikumu)

**Horvātija**

Horvātijas ekonomikas kamera

**Somija**

Dienvīdus Ostrobotnijas tirdzniecības kamera

**Francija**

Parīzes tirdzniecības un rūpniecības kamera

**Vācija**

Vācijas rūpniecības un tirdzniecības kameru asociācija

**Ungārija**

Ungārijas tirdzniecības un rūpniecības kamera

**Īrija**

Chambers Ireland

**Itālija**

Itālijas tirdzniecības kameru savienība

Trevizo tirdzniecības kamera

**Kuveita**

Kuveitas tirdzniecības un rūpniecības kamera

**Mongolija**

Mongolijas nacionālā tirdzniecības un rūpniecības kamera

**Spānija**

Kantabrijas tirdzniecības, rūpniecības un jūrniecības kamera

**Urugvaja**

Urugvajes nacionālā tirdzniecības un pakalpojumu kamera

*Vairāk piemēru par inovāciju iniciatīvām pasaulē skatīt ICC IP tool kit – IP Action in Chambers <http://www.iccwbo.org/policy/ip/toolkit/id16920/index.html> un WIPO MVU sadaļā - Best Practices [http://www.wipo.int/sme/en/best\\_practices](http://www.wipo.int/sme/en/best_practices)*

# Aizstāvības politika

---

**Mērķi** Nodrošināt, ka attiecīgās ekonomiskās politikas veidošanā ietekmīgas personas izprot un ņem vērā uzņēmēju organizāciju dalībnieku viedokļus un problēmas attiecīgās politikas veidošanas procesā

---

**Mērķgrupas** Valsts politikas veidotāji  
Ideju līderi  
Dažādi mediji kā politikas veidotāju ietekmēšanas kanāli

---

Vairākamam IĻ politikas pasākumu ir tieša ietekme uz dažām vai visām biznesa nozarēm. Vairāku iemeslu dēļ individuāli uzņēmumi vēlas, lai viņus pārstāvošas nozaru asociācijas vai uzņēmēju organizācijas darītu zināmu viņu viedokli politikas veidotājiem: kolektīvam viedoklim ir lielāks svars, vairumam uzņēmumu nav pietiekamu resursu politikas aizstāvības aktivitātēs un politikas veidotāji parasti labāk vēlas kontaktēties ar vienu pārstāvības organizāciju nevis ar individuāliem uzņēmējiem, jo organizācija parasti jau ir formulējusi nozares dalībnieku viedokli.

Iesaistīšanās politiskās diskusijās par IĻ palielina uzņēmēju organizācijas vadošo lomu šajā jomā un ceļ tās prestižu biznesa un politikas veidotāju aprindās. Tā kā IĻ ir horizontāla, starpnozaru problēma, kas skar vairākas politikas nozares, uzņēmēju organizācijām pirms iesaistīšanās attiecīgajās diskusijās ir svarīgi noformulēt savu pozīciju IĻ jautājumos.

Starptautiskā līmenī pastāv labi attīstīts juridisks ietvars IĻ jautājumos, ieskaitot vairākus specializētas ANO aģentūras -WIPO administrētus starptautiskus līgumus dažādās IĻ jomās, kā arī Pasaules tirdzniecības organizācijas administrēto TRIPS līgumu. Dažādi IĻ aspekti tiek skatīti arī citu starptautisku līgumu un diskusiju ietvaros, sākot no vides, veselības un internetam veltītu jautājumu forumiem līdz bilaterāliem un reģionāliem tirdzniecības līgumiem. ICC divgadu publikācijā "Current and Emerging Intellectual Property Issues for Business: a roadmap for business and policy makers" tiek sniegts labs priekšstats par IĻ politikas galvenajām problēmām, kas ietekmē mūsdienu uzņēmējus<sup>28</sup>.

Vairums pasaules valstu ir viena vai vairāku šo līgumu un tirdzniecības līgumu dalībnieces, un pienākumi, ko uzliek šie starptautiskie līgumi un diskusijas, ietekmēs valstu nacionālo IĻ politiku un likumus. Tādēļ uzņēmēju organizācijām, kas ir iesaistījušās pašmāju politikas aizstāvības pasākumos, būtu jāzina un jāņem vērā šo starptautisko saistību ietekme.

IĻ politika reizēm kļūst par ļoti politisku jautājumu un tai var būt sava loma arī citās nozarēs, piemēram, zinātnes un tehnoloģiju, investīciju, izglītības, tirdzniecības, veselības u.c. politikās. Tādēļ diskusijas par IĻ politiku reizēm var kļūt ļoti pretrunīgas un uzņēmēju organizācijām jābūt gatavām runāt par šiem sensitīvajiem jautājumiem ar politikas veidotājiem un medijiem.

## Programmu izveidošana

Uzņēmēju organizācijas parasti iesaistās plaša spektra jautājumu aizstāvībā, kuriem ir ietekme uz biedru biznesu. Tā kā IĻ jautājumi skar vairākas nozares, svarīgi ir koordinēt organizācijas iekšienē savu pozīciju IĻ politikā ar politikas nostājam citās nozarēs. Tādēļ šos IĻ aizstāvības pasākumus iespējams labāk ir organizēt vispārējā politikas departamentā, ja tāds ir izveidots, nevis speciāli izveidotajā IĻ konsultāciju nodaļā, kura nodarbojas ar praktisku pakalpojumu sniegšanu.

Pirms izlemt par iesaistīšanos IĻ aizstāvības politikas pasākumos, organizācijai

<sup>28</sup> Pieejams <http://www.iccwbo.org/policy/ip/id2950/index.html>

būtu jāpārlicinās, vai tai ir tādu biedru kritiskā masa, kuri ir ieinteresēti IĻ jautājumos, kā arī pietiekama organizācijas personāla vai biedru pieredze. Pēc tam varētu nodibināt ieinteresēto biedru un ekspertu komiteju, kas formulētu organizācijas pozīciju konkrētos intelektuālā tīpašuma jautājumos un piedāvātu ekspertus tehniskos jautājumos, kā arī speciālistus, kuri sagatavo konkrētus likumdošanas priekšlikumus dažādās nozarēs. Izplatītākais modelis ir kopīga visu intelektuālā tīpašuma jautājumu komiteja, kurai var būt apakškomitejas konkrētos jautājumos vai aspektos. Ja nodibinātajai komitejai nav nepieciešamās pieredzes attiecīgo jautājumu atrisināšanā, var nākties pieņemt darbā attiecīgus speciālistus. Komitejas darba efektivitāti galvenokārt nosaka tās dalībnieku zināšanas. Respektabla un apņēmīga vadība ir galvenais faktors, lai iesaistītu komitejas darbā ziņošanas biedrus, palielinātu komitejas prestižu un gūtu ietekmi ārpus organizācijas. Svarīgi ir arī nodrošināt, ka vadība demonstrē apņēmību un velta pietiekami daudz laika un resursu attiecīgo jautājumu risināšanai. Svarīgi ir panākt, ka ikviena izstrādātā pozīcija gūst visas organizācijas atbalstu, tādēļ jāizstrādā skaidras pārskata un katras politikas pozīcijas apstiprināšanas procedūras.

Sākot aizstāvības pasākumus šajā jomā uzņēmēju organizācijai jāsāk identificēt personu loku, kas ir iesaistītas IĻ politikas veidošanā, un veidot ar tām attiecības. Šādas personas ietver ierēdņus, parlamenta deputātus, attiecīgos gadījumos arī starpvaldību organizācijas, attiecīgo plašsaziņas līdzekļu, akadēmisko aprindu un citu biznesa un profesionālo asociāciju pārstāvjus.

## Metode

Politikas aizstāvībā ir divas galvenās stadijas: politikas pozīcijas izstrāde un šīs pozīcijas aizstāvība.

Iesaistoties intelektuālā tīpašuma politikas aizstāvības projektos, jāievēro vairāki aspekti:

- **Laika ietvars un procedūra:** likumdošanas procesam bieži ir noteikts laika grafiks, kurā organizācijai būs jāiekļaujas. Organizācijai ir arī jāapsver, cik daudz laika tai nepieciešams savas pozīcijas izstrādei atbilstoši tās iekšējām izstrādes un apstiprināšanas procedūrām.
- **Iesaistīto interešu dažādība:** Lai izstrādātu savu aizstāvības politiku un organizācijas vēstījuma nosūtīšanas veidu, kā arī lai izstrādātu aizstāvības stratēģiju, svarīgi ir izprast politikas debašu dinamiku, savu dažādo biedru skatījumus un intereses un politikas veidotāju uzskatus par konkrēto problēmu. Dažādiem organizācijas biedriem var būt pretējas pozīcijas par vienu jautājumu, un organizācijai tas jāņem vērā, kad tā formulēs savu pozīciju. Uzņēmēju organizācijām var palīdzēt arī citu organizāciju identificēšana, kurām ir tāda pati pozīcija un kas var kļūt par sabiedroto savu ideju popularizēšanā.
- **Galvenās organizācijas un cilvēki, kas nosaka attiecīgo politiku:** svarīgi ir nodibināt labas attiecības ar svarīgākajiem spēlētājiem. Ja tie ir svarīgākie spēlētāji IĻ jautājumos vispār, ar tiem būtu jānodibina pastāvīgs dialogs. Lai ietekmētu konkrētas organizācijas pārvaldītu kādu konkrētu procedūru, svarīgi ir iegūt tādu statusu, kas ļauj uzņēmēju organizācijai piedalīties sanāksmēs vai iesniegt komentārus, kuri šīs procedūras ietvaros tiktu atzīti. Ja uzņēmēju organizācijai nav šāda statusa, tā var pievienoties organizācijām, kurām ir šāds statuss (piem., ICC ir novērotāja statuss ANO un citās starptautiskās organizācijās) un darboties to ietvaros.

## Politikas pozīcijas izstrāde

Vispirms ir jāidentificē konkrētā problēma, kas ietilpst organizācijas darbības mandātā. Ja ir ierobežoti resursi, problēmas būtu jāsakārto prioritātes secībā atbilstoši to svarīgumam uzņēmēju organizācijas biedriem kopumā un atbilstoši to steidzamībai.

Jāiegūst un jāapkopo biedru viedokļi par attiecīgo problēmu, kā arī jāizstrādā

konsensuāls viedoklis. To parasti dara komitejas un darba grupas, kurās ietilpst ieinteresētie biedri, kas organizē sanāksmes, konferences, apmainās ar e-pastiem un sazinās citos veidos. Sanāksmju organizēšanā un kolektīvā projektu rakstīšanā var noderēt IT rīki. Konsensa panākšana ne vienmēr ir viegls uzdevums, jo organizācijas biedru intereses konkrētos IĻ jautājumos var atšķirties. Lai nodrošinātu, ka pirms publicēšanas pozīcijai ir oficiāls organizācijas biedru atbalsts, jāievēro iekšējās pārskatīšanas un apstiprināšanas procedūras, īpaši neviennozīmīgos jautājumos.

Pieņemtā politikas pozīcija pēc tam jāiemiešo materiālā, kuru var izmantot aizstāvības nolūkam. Tas var būt pozīcijas paziņojums, pārskats, preses relīze, vēstījums tīmekļa vietnē, informācija plašsaziņas līdzekļiem, prezentācija, brošūra, u.c., atkarībā no mērķauditorijas. Būtu jāņem vērā, ka reizēm politikas veidotājiem pozīcijas ir noderīgākas, ja tajās ir minēti fakti un skaitļi. Ja laiks un resursi atļauj, var palīdzēt pētījuma veikšana, lai iegūtu pozīciju pamatojošus pierādījumus. Ja uzņēmēju organizācija veic politikas aizstāvības pasākumus citās jomās, būtu jākoordinē IĻ politikas pozīcijas ar pozīcijām šajās jomās.

## Politikas pozīcijas aizstāvība

Uzņēmēju organizācijas pozīcijas var aizstāvēt vairākos veidos: tieši sūtot dokumentus attiecīgajiem politikas veidotājiem, organizējot sanāksmes politikas veidotājiem kopā ar organizācijas darbiniekiem un/vai biedriem, organizējot par attiecīgo jautājumu plašākas konferences un uzstājoties debatēs, uzstājoties konferencēs un piedaloties to debatēs par citiem tematiem, komunicējot ar presi un apzinot sabiedrības viedokli caur sociālajiem medijiem, utt. Var noderēt sadarbība ar līdzīgu uzskatu organizācijām, lai koordinētu un pastiprinātu savu vēstījumu ar citu ieinteresēto personu viedokļiem.

Uzticības attiecību veidošana ar politikas veidotājiem IĻ jomā, gan personiskā, gan institucionālā līmenī ir ļoti būtiska ilgtermiņa intelektuālā īpašuma politikas veiksmīgas aizstāvības pakalpojumu izveidei. Uzņēmēju organizācijai jāiegūst uzticamība politikas veidotāju, kā arī savu biedru ieskatā, izstrādājot saprātīgas, labi pamatotas pozīcijas, kuras precīzi atspoguļo savu biedru intereses. Lai uzturētu aktīvus komunikāciju kanālus, svarīgi ir uzturēt regulāru dialogu ar galvenajiem politikas veidotājiem, kā personiskā, tā institucionālā līmenī.

Organizācijas biedri var būt labi organizācijas politikas pozīciju aizstāvji, tādējādi palielinot komunikāciju dažādību. Tomēr ir svarīgi, lai organizācijas biedri, darbojoties kā uzņēmēju organizācijas uzskatu paudēji, precīzi atspoguļotu organizācijas kopējās pozīcijas, bet nevis savas individuālās vai atsevišķu sektoru biedru intereses, un ka viņiem ir mandāts un tehniskās, politiskās un aizstāvības prasmes pienācīgi pārstāvēt organizāciju.

## Nepieciešamie resursi un to iespējamie avoti

Aizstāvības funkcijas ieviešanai nepieciešamie resursi, kuri noved pie saprātīgām konsensa pozīcijām, kuras tiek efektīvi komunicētas, ietver:

- jautājumā ieinteresēto, kompetento biedru kritisko masu;
- personālu, procesa koordinēšanai un virzīšanai, kurš spēj saprast lietas būtību un sekot procesam, kā arī uzturēt sakarus ar galvenajiem politikas noteicējiem un saviem biedriem; un
- komunikāciju speciālistus, kuri spēj novadīt politikas pozīcijas līdz plašsaziņas līdzekļiem un citiem kanāliem.

Pētījumu pasūtīšanai, lai iegūtu pierādījumus savas pozīcijas atbalstam, vai konsultantu algošanai, kuri sagatavo dokumentus, var būt nepieciešami līdzekļi, ja to nespēj veikt organizācijas personāls vai biedri. Sākot kādu aizstāvības kampaņu, var būt nepieciešami resursi materiālu sagatavošanai, sanāksmju organizēšanai ar politikas veidotājiem vai speciālas konferences organizēšanai. Lai ar ierobežotiem resursiem sasniegtu maksimālu auditoriju, var būt noderīgi sadarboties ar citām organizācijām.

## Speciāli rīki

- **ICC IP Road map** Current and Emerging Intellectual Property Issues for Business: a Roadmap for Business and Policy Makers: publicē ik pēc diviem gadiem, ICC IĪ ceļa karte sniedz visaptverošu un konspektīvu pārskatu par galvenajām mūsdienīgo IĪ problēmām. Ziņojums pašlaik ir pieejams arābu, krievu, ķīniešu, portugāļu un spāņu valodā <http://www.iccwbo.org/policy/ip/id2950/index.html>
- **Intellectual Property: Powerhouse for Innovation and Economic Growth:** Pētījums par ieguvumiem no IĪ aizsardzības, lai stiprinātu nacionālās ekonomikas, virzītu inovācijas un tehnoloģijas, atbalstītu jaunas idejas un uzlabotu sabiedrību un kultūru - <http://www.iccwbo.org/policy/ip/id41147/index.html>
- **ICC BASCAP pētījumi par pirātisma un viltojumu ietekmi uz ekonomiku** <http://www.iccwbo.org/bascap/id1127/index.html>
- Politikas dokumentus, ziņojumus un informāciju par dažādām starptautiskām IĪ problēmām un ICC aizstāvības aktivitātēm var atrast <http://www.iccwbo.org/policy/ip/id3060/index.html> (Intelektuālā īpašuma komisija) un <http://www.iccwbo.org/bascap/id1127/index.html> (BASCAP pirātisms un viltojumi)



## Piemēri (skatīt pielikumu)

### Austrija

ICC Austria

### Somija

Somijas centrālā tirdzniecības kamera

### Vācija

Vācijas tirdzniecības un rūpniecības kameru asociācija

Hamburgas tirdzniecības kamera

ICC Deutschland

### Indija

Indijas tirdzniecības un pakalpojumu kameru federācija

Indijas rūpniecības konfederācija

### Kuveita

Kuveitas tirdzniecības & rūpniecības kamera

### Libāna

Beiruta un Mount Lebanon tirdzniecības, rūpniecības un lauksaimniecības kamera

### Mongolija

Mongolijas nacionālā tirdzniecības un rūpniecības kamera

### Šveice

ICC Switzerland

### Ukraina

Ukrainas tirdzniecības & rūpniecības kamera

### Apvienotie Arābu Emirāti

Dubaijas tirdzniecības kamera

### Amerikas Savienotās Valstis

ASV starptautiskās uzņēmējdarbības padome (ICC nacionālā komiteja)

### Urugvaja

Urugvajes nacionālā tirdzniecības un pakalpojumu kamera

### ICC nacionālās komitejas dažādās valstīs arī veic intelektuālā īpašuma aizstāvības pasākumus

<http://www.iccwbo.org/id100/index.html>

*Vairāk piemēru par IĪ aizstāvības iniciatīvām skatīt ICC's IP tool kit – IP Action in Chambers [www.iccwbo.org/policy/ip/toolkit/id16920/index.html](http://www.iccwbo.org/policy/ip/toolkit/id16920/index.html) un WIPO MVU sadaļā - Best Practices at [www.wipo.int/sme/en/best\\_practices](http://www.wipo.int/sme/en/best_practices)*

# Pielikumi

## Piemēri

### Argentīna

Argentīnas amerikāņu  
tirdzniecības kamera  
Izpratnes veicināšana

AmChams Argentīnā, Urugvajā, Paragvajā, Peru un Čīlē darbojas reģionālos projektos, kuri palīdz uzlabot IĪ tiesību aizstāvību visā Latīņamerikā, veidojot izpratnes veicināšanas programmas valdības, publiskajā un privātajā līmenī.

Projektā ir trīs programmas: 1) apmācība IĪT tiesniešiem sadarbībā ar Starptautisko tiesnešu akadēmiju; 2) Muitas apmācība speciālo pārbaužu veikšanā; un 3) IĪ eseju konkurss studentiem un jauniešiem speciālistiem.

### Austrija

ICC Austria

- Izpratnes veicināšana
- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana
- Aizstāvības politika

<http://www.icc-austria.org/>

ICC Austria veicina izpratnes celšanas iniciatīvas, piedaloties grāmatas par zīmolvēdību izdošanā, kā arī aktīvi strādājot ar medijiem, presi, radio un televīziju, lai popularizētu IĪT. Papildus aktīviem kontaktiem ar žurnālistiem un medijiem, radio un televīziju, lai sasniegtu lielāku auditoriju, ICC Austria organizē arī regulāras lekcijas un praktiskos seminārus par vispārējiem intelektuālā īpašuma jautājumiem. ICC Austria sniedz konsultāciju pakalpojumus preču zīmju reģistrācijā, viltotu produktu aizturēšanas procedūrās un viltojumu novēršanā. Visbeidzot ICC Austria aizstāv savu politiku, sadarbojoties ar Austrijas Finanšu ministrijas Muitas departamentu, Austrijas kamerām un citām uzņēmēju asociācijām.

### Baltkrievija

Baltkrievijas  
tirdzniecības un  
rūpniecības kamera

- Sniedz konsultāciju pakalpojumus

<http://www.cci.by>

BelPatentService

<http://www.belpatent-service.org>

Baltkrievijas tirdzniecības un rūpniecības kamera (BCCI) ir dibināta 1996. gadā. "BelPatentService" ir Baltkrievijā pazīstams licencēts IĪ aģents. BelPatentService bez maksas mutvārdos konsultē savus biedrus par vispārējiem IĪ jautājumiem, par oficiālajām nodevām un aģentu honorāriem par patentēšanas un reģistrācijas nosacījumiem. Specifiski BelpatentService veic nacionālās preču zīmju, patentu, dizainparaugu un lietderīgo modeļu reģistrēšanas, atjaunošanas un procesuālās darbības pašmāju un ārzemju ražotājiem, kā arī sagatavo savu biedru PCT pieteikumus un starptautisko preču zīmju pieteikumus. BelPatentService saviem biedriem, parasti pašmāju uzņēmējiem un individuāliem izgudrotājiem, sniedz bezmaksas juridiskas konsultācijas šādos jautājumos: preču zīmju reģistrēšana, tiesvedība un konsultācijas; patentu lietvedība, tiesvedība, konsultācijas un meklējumi; licencēšana un franšīzes; IĪ aktīvu vērtēšana; viltojumu un citu pārkāpumu identificēšana un tiesvedība. BelpatentService pārvalda datorprogrammu depozītu sistēmu, piešķir datorprogrammu īpašniekiem BCCI sertifikātus un publicē attiecīgās ziņas BCCI biļetenā "Merkūrijs". Papildus šiem pakalpojumiem BCCI BelPatentService un tā Biznesa mācību centrs kopīgi vada IĪ mācību programmas, kas ir pieejamas biedriem un citiem interesentiem par maksu.

### Kolumbija

Manizales  
tirdzniecības kamera

- Izpratnes veicināšana
- Apmācība
- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana

TManizales reģiona tirdzniecības kamerā pašlaik ir reģistrēti 17017 uzņēmumi, un reģionā tiek ieviesti plaši būtisku investīciju projekti inovācijās un tehnoloģiju attīstībā.

Kamerai ir specializēts konsultāciju birojs dažādos IĪ jautājumos, kas piedāvā uzņēmējiem, biedriem un uzņēmumiem konsultācijas

Kamera atbalsta savus biedrus ar dažādiem tiešsaistes rīkiem un reklamē valsts tīmekļa vietni (<http://www.sic.gov.co>), kurā uzņēmēji var saņemt konsultācijas un pārbauda savu preču zīmju reģistrācijas statusu, papildus kameras tīmekļa vietnei [www.crearempresa.com.co](http://www.crearempresa.com.co), kurā lietotāji var pārbaudīt, vai uzņēmēja meklētais vārds neparādās komercreģistrā kā jau reģistrēts nosaukums.

Kamera ir izdevusi sešas ieteikumu brošūras, kuras ir izstrādājuši La Superintendencia de Industria y Turismo (tūrisma un rūpniecības pārraugis), kā arī praktiskus ieteikumus par patentiem, kurus uzņēmēji var tieši izmantot darbam.

Kamera piedāvā īsus mācību kursus IĪ jautājumos, ieskaitot apmācību intelektuālo aktīvu pārvaldībā. Kamera piedāvā šos pakalpojumus sadarbībā ar

Itālijas kompāniju ABC NET SERVIZI per L'IMPRESA, kas darbojas kameras kompetences sfērā. Ar mērķi ieviest Kolumbijā IĪ mācību kursa programmu ir nodibināta alianse starp dažādām Kolumbijas tirdzniecības kamerām, tādējādi tās var izmantot kopīgus rīkus IĪ izmantošanas veicināšanai uzņēmēju vidū.

Kamera ir izveidojusi pirmo Centru IĪ veicināšanai un atbalstam MVU vidū, tā sadarbojas arī ar sešām citām Kolumbijas kamerām nacionālā IĪ propagandēšanas projektā.

## Horvātija

### Horvātijas ekonomikas kamera

- Izpatnes veicināšana
- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana
- Inovācijas stimulēšana un izplatīšana

<http://www2.hgk.hr/en/>

Horvātijas ekonomikas kameras Rūpniecība departamenta sastāvā esošā Inovāciju biedrība ir dibināta 1997. gadā. Tās misija ir veicināt inovāciju un palīdzēt novatoriem komercializēt viņu jauninājumus pašmāju un ārvalstu tirgos, īpaši, ja tie satur IĪ. Citu aktivitāšu vidū Inovāciju biedrība sadarbojas ar IĪT jomā kompetentām Horvātijas institūcijām un aģentūrām (SIPO, CIT, Zinātnes, izglītības un sporta ministriju, BICRO, u.c.)

Kameras Rūpniecības departamenta sastāvā esošās Inovāciju biedrības misija ir sniegt informāciju par intelektuālo īpašumu, lai celtu uzņēmēju vidū izpratni par IĪ politiku. Sadarbībā ar SIPO un Horvātijas izgudrotāju asociācijām kamera atbalsta publikācijas un vadlīnijas, kas palīdz zinātniekiem un novatoriem iegūt intelektuālā īpašuma tiesības. Inovāciju biedrība periodiski publicē duālu (drukātu un digitālu) Horvātijas izgudrojumu un inovatīvu produktu katalogu (iekļaujot tikai patentētus horvātu izgudrojumus) un pārskatu par inovāciju vidi Horvātijā.

Horvātijas ekonomikas kamera piedalās dažādos ES projektos kopā ar SIPO (Cards, Phare, Pro Inno Europe – ip4inno) un ES TEMPUS programmas – Opus projektā (<http://opus.unizg.hr>). Turklāt kamera ir arī EU Project EEN Network partnerinstitūcija, kas organizē lekcijas un seminārus IĪ jomā.

Horvātijas ekonomikas kamera savu darba programmu ietvaros piedāvā arī dažus konsultāciju pakalpojumus saviem biedriem par vispārējiem IĪ aspektiem. Tā kā šie pakalpojumi biedriem tiek piedāvāti bez maksas, tiek ieteikts izmantot Horvātijā apstiprinātu rūpnieciskā īpašuma profesionālo pārstāvju pakalpojumus konkrētās patenti un preču zīmju lietās, pārstāvju sarakstu uztur Valsts intelektuālā īpašuma iestāde (SIPO): <http://www.dziv.hr>. Kamera piedāvā novatoriem arī tādus interesējošus materiālus kā specializēto institūciju, nacionālo atbalsta programmu sarakstus, materiālus par IĪT sistēmu un sniedz iespēju piedalīties pašmāju un starptautiskos inovāciju gadatirgos.

Ekonomikas kamera atbalsta pašmāju uzņēmumus, kā arī individuālus novatorus un uzņēmējus, kas vēlas piedalīties pašmāju un starptautiskos inovāciju komercializēšanas gadatirgos (Genius - Geneve, INNOVA – Bruxelles, Arhimed – Moscow, u.c.), kur izstāžu dalībniekiem/novatoriem tiek organizētas lekcijas un semināri intelektuālā īpašuma jautājumos. Turklāt kamera piešķir Golden Kuna balvu pašmāju tirgū visveiksmīgākajam novatoram/uzņēmējam un veiksmīgākajam MVU. Šī balva jau 10 gadus tiek pasniegta individuāliem novatoriem un uzņēmumiem, kuriem inovācija ir bijusi galvenais veiksmes faktors globālā tirgū. Ar savas Inovāciju apakšstruktūras palīdzību kamera palīdz uzņēmumiem piedalīties izstādēs, atlasot labākās inovācijas/eksponātus, sagatavojot drukātos materiālus, reklamējot izstādes eksponātus, tulkojot reklāmas materiālus, palīdzot iekārtot izstādes stendu, utt., arī finansējot zināmu daļu izstāžu izmaksu, kas ir pamatotas ar izstādes izrakstīto rēķinu.

## Somija

### Dienvidu Ostrobotnijas tirdzniecības kamera

- Izpratnes veicināšana
- Inovācijas stimulēšana un izplatīšana
- Aizstāvības politika

<http://www.southostro.chamber.fi/>

Somijas centrālā tirdzniecības kamera saviem biedriem sniedz vairākus IĪ pakalpojumus. Kamera ir viens no galvenajiem dalībniekiem InnoSuomi inovāciju konkursa reģionālajā darba grupā, kas Somijā tiek rīkots katru gadu. Kameras IĪT komiteja vērtē problēmas IĪT jomā un sniedz paziņojumus par likumdošanu IĪT jomā. Turklāt kamera piedalījās IĪ instrumentu komplekta, ko sauc par MAC SSIIM (<http://www.mac-ssiim.com/>), izstrādē par neformālu IĪ aizsardzību. Kamera piedalījās laikā no 2003. līdz 2006. gadam izveidotajā Somijas, Polijas, Ungārijas, Portugāles, Beļģijas un Francijas Leonardo da Vinči projektā, kas izveidoja Eiropas resursu tīklu ar uzsvāru uz neformālām intelektuālā īpašuma tiesībām (N-IĪT) un intelektuālā/zināšanu kapitāla aizsardzību. Šī projekta mērķi ir:

- veicināt izpratni par IĪ pārvaldības svarīgumu,
- attīstīt MVU vajadzībām proaktīvu IĪ pārvaldības mācību līdzekli un tīklu,
- veidot apmācību caur labas prakses piemēriem IĪ pārvaldībā, un
- izplatīt labo praksi IĪ pārvaldībā.

## Francija

### Parīzes tirdzniecības un rūpniecības kamera (IPRI)

- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana
- Inovācijas stimulēšana un izplatīšana

<http://www.ccip.fr>  
<http://www.irpi.ccip.fr>

Institut de Recherche en Propriété Intellectuelle Henri-Desbois (IRPI), viens no pirmajiem pētniecības centriem IĪ jautājumos dibināja Parīzes tirdzniecības un rūpniecības kamera (CCIP) un Panthéon-Assas (Paris II) universitāte 1982. gadā. IRPI ir kameras specializēts IĪ departaments, kurā strādā kompetenti juristi un ekonomisti, kas veic pētījumus dažādās IĪ jomās, organizē apmācību programmas IĪ jautājumos, izplata apkārtrakstu un publicē pētījumus, rakstus, IĪ vadlīnijas un juridisku literatūru profesionāļu lietošanai. IRPI konsultāciju pakalpojumi ietver juridisku palīdzību un informācijas sniegšanu ļoti dažādiem uzņēmumiem. Uzņēmumiem divreiz nedēļā tiek piedāvāta bezmaksas telefonlīnija konsultācijām IĪ jautājumos. IRPI arī informē uzņēmumus par jauniem normatīvajiem aktiem Francijā un ārvalstīs, kā arī, ja nepieciešams, iesaka kvalificētus rūpnieciskā īpašuma konsultantus, advokātus, valsts institūcijas un pārvaldības kompānijas.

### Stratēģiskās un tehniskās informācijas reģionālā aģentūra (ARIST)

- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana

<http://www.arist.ccip.fr>

Parīzes reģionālā stratēģiskās un tehniskās informācijas aģentūra (ARIST Paris) ir daļa no Parīzes tirdzniecības un rūpniecības kameras. ARIST ir 22 reģionālo aģentūru tīkla dalībniece, kuru ir izveidojusi Rūpniecības ministrija.

Tās programmas 100% finansē nacionālā intelektuālā īpašuma iestāde (INPI). ARIST sniedz uzņēmējiem specifisku informāciju, konsultācijas un atbalstu tiem uzņēmumiem, kuri grib attīstīties Francijā un pasaulē. Šādā kontekstā ARIST Paris veic izpratnes veicināšanas aktivitātes un izplata informāciju par finansiālām un biznesa iespējām inovatīviem projektiem. Tā īpaši konsultē MVU par privātām un publiskām organizācijām, kuras sniedz vislabāko atbalstu viņu inovācijām, kā uzlabot un aizsargāt inovācijas projektus, kā veikt konkurentu izpēti tirgū un kā izstrādāt vispiemērotāko attīstības stratēģiju.

ARIST palīdz uzņēmumiem integrēt IĪ to stratēģiskajos plānos, iesakot patentēšanu un preču zīmju reģistrēšanu, veicinot darbinieku izgudrotājamību, palīdzot noslēgt līgumus par ārpakalpojumiem, kopražošanu, konfidencialitāti, licencēšanu vai sadarbību P&A projektos, arī tādus specifiskus pakalpojumus kā preču zīmju un patentu meklējumi, tehnikas attīstības un konkurentu uzraudzība un stratēģiskā analīze.

## Vācija

### Vācijas rūpniecības un tirdzniecības kameru asociācija DIHK

- Izpratnes veicināšana
- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana
- Inovācijas stimulēšana un izplatīšana
- Aizstāvības politika

[www.dihk.de/english/](http://www.dihk.de/english/)

Vācijas rūpniecības un tirdzniecības kameru asociācija (DIHK) ir 80 Vācijas rūpniecības un tirdzniecības kameru centrālā organizācija. DIHK publicē ikmēneša jaunākās ziņas inovācijas jautājumos no Briseles (par ES politiku) un Berlīnes (par Vācijas federālo politiku). Vietējās tirdzniecības kameras izplata apkārtrakstus, kas sniedz papildu informāciju par pašreizējiem reģionam un valstij specifiskiem tematiem tehnikas un pētniecības jomā.

DIHK arī publicē inovāciju ziņas, kā arī publicē visu vietējo kameru konsultantu datubāzi par tehnoloģiju un inovāciju jautājumos. Asociācijai ir trīs centrālās interneta platformas, kas ir orientētas uz atbalstu inovācijām un tehniskiem jautājumiem:

- Cordis, Eiropas Savienības centrālais informācijas serveris visos jautājumos, kas skar pētniecību un attīstību, ietverot atbalsta programmu datubāzes, aktuālos konkursus, partnerības projektus un jaunākās ziņas (<http://cordis.europa.eu/en/home.html>).
- Vācijas kompetenču tīkli, šie tīkli darbojas kā inovāciju, investīciju un izglītības rokasgrāmatas. Tos administrē Federālā Ekonomikas un tehnikas ministrija (<http://www.kompetenznetze.de/navi/en/root.html>).
- IHK tehnoloģiju mijas platforma, piedāvā jaunākos pieprasījumus un piedāvājumus konkrētā tehnikas jomā (<http://www.technologieboerse.ihk.de>).

Bez tam DIHK publicē ikmēneša e-apkārtrakstu ("Innovationsnachrichten"), kurš ir pieejams bez maksas DIHK tīmekļa vietnē vai pa e-pastu <http://www.dihk.de/themenfelder/innovation-und-umwelt/info/innonachrichten>. Šis apkārtraksts sniedz lasītājiem jaunākās ziņas par konkursiem nacionālā un ES līmenī, kā arī ar Ī saistītas jaunākās ziņas.

Piedevām DIHK sniedz konsultācijas šādās jomās: jaunākās tehnoloģijas, situācija rūpnieciskā tīpašuma tiesību jomā, valsts finansējums, tirgus, kontakti ar ārējiem ekspertiem universitāšu un biznesa aprindām un pašmāju darījumi tehnoloģiju mijā. Visbeidzot, DIHK ietilpst Vācijas pretviltojumu asociācijā (APM). Asociācija darbojas saviem biedriem kā informācijas platforma, padomdevējs politiķiem un partneris sabiedriskajās attiecībās, piemēram, piedāvājot informāciju, kas ļauj patērētājiem atšķirt viltojumus. Asociācija iesniedz priekšlikumus Eiropas Komisijai muitas darbības, e-komercijas un piespiedu pasākumu direktīvas normatīvā regulējuma grozīšanā.

### Hamburgas tirdzniecības kameras Inovāciju un patentu centrs (IPC)

- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana
- Aizstāvības politika

[www.hk24.de/](http://www.hk24.de/)

THamburgas tirdzniecības kameras Inovāciju un patentu centrs (IPC) ir daļa no nacionālā Patentu informācijas centru tīkla, kurš sniedz informāciju par patentiem. IPC tika nodibināts, lai palīdzētu uzņēmumiem patentu informācijas meklēšanā, izpētē un efektīvas Ī pārvaldības iedibināšanā. IPC ir gan kameras departaments, gan arī daļa no kameras konsultāciju uzņēmuma (Handelskammer Hamburg Service GmbH), kurš sniedz vienu no vispilnīgākajiem tirdzniecības kameru sniegtajiem intelektuālā tīpašuma pakalpojumu klāstiem. Katru gadu IPC sniedz informāciju par intelektuālo tīpašumu 3000 individuāliem klientiem, bet telefonkonsultācijas sniedz vēl 12000 zvanītāju. Tam ir arī lasītava, kurā pieredzējušu IPC darbinieku vadībā personīgi var veikt meklējumus datubāzēs.

IPC nodrošina gandrīz pilnu patentu pārvaldības procesu, sākot no atbildēm uz sākotnējiem jautājumiem un sniedzot vispārēju informāciju, organizējot pasākumus, piegādājot patentu dokumentus un veicot Vācijas patentu un preču zīmju iestādes patentu, preču zīmju un dizainparaugu pieteikumu pieņemšanas funkciju. Šie pakalpojumi pamatā ir bez maksas. IPC ar konsultāciju uzņēmuma starpniecību piedāvā vairākus klientiem individualizētus pakalpojumus, tādus kā tehnikas līmeņa meklējumus, juridiskā statusa monitorēšanu, izgudrojumu novērtēšanu (vai ir vērts iesniegt patenta pieteikumu), tehnikas un konkurentu monitorēšanu, patentu statistikas analīzi, patentu izmantošanas iespējas (piem., identificējot potenciālos licenciātus un licenciārus) un klientu patentu portfeļu novērtēšanu. Šie ir maksas pakalpojumi, kuru cena ir diapazonā no simts eiro līdz vairākiem tūkstošiem eiro.

IPC ir izstrādājis arī vairākus patentu pārvaldības rīkus:

- Tendenču monitorēšanas rīks, kurš vienreiz mēnesī analizē visus patentu pieteikumus, kurus ir publicējusi Vācijas patentu un preču zīmju iestāde un Eiropas patentu iestāde. Tas rāda patentēšanas tendences, kas ļauj klientiem identificēt tehnoloģiju un tirgus tendences savā darbības jomā. Zinot šādu informāciju, uzņēmumi var noteikt, kuras ir Vācijas un pasaules interesantākās un visstraujākās attīstības tehniskās jomas. Centrs var pielāgot pakalpojumu katra klienta vajadzībām.
- Inovāciju pārvaldības rīks, šis ir automātiskas novērtēšanas rīks, kas palīdz uzņēmumiem stiprināt savu inovāciju pārvaldību. Tas sniedz uzņēmumiem rīcības plānu inovāciju pārvaldības ieviešanai <http://www.hamburger-innovationsaudit.de>
- Patentu portfeļa pārvaldības rīks, kuru ir izstrādājis IPC, ir paredzēts MVU lietošanai, lai tie varētu analizēt savu patentu portfeli. Rīks sniedz viegli saprotamā veidā pārskatu par patentiem un piedāvā vispārīgu stratēģiju katram atsevišķam patentam, lai ar tā palīdzību optimizētu uzņēmuma peļņu. Piemēram, ja patents nav uzņēmumam vērtīgs, bet tam ir augsta tirgus vērtība, to vajadzētu censties licencēt kādam citam, bet patentus, kuri nav vērtīgi ne pašam uzņēmumam, ne tirgū, vajadzētu pamest. Šis pakalpojums sniedz arī šādus labumus: patentu pieteikumu stratēģijas optimizēšana, galveno produktu aizsardzības spraugu identificēšana un licencēšanas iespēju potenciāls, kā arī patentu portfeļa ģenerētā naudas plūsma. (Vairāk informācijas skatīt Gudrun Littmann-Hilmer un Michael Kuckartz, "SME tailor-designed patent portfolio analysis", World Patent Information 31 (2009) 273-277).
- Tehnoloģiju pārneses datubāze TechSearch, kurā uzņēmumi un universitātes informē citus lietotājus par savām zināšanām, izstrādātu piedāvājumiem, projektiem, sadarbības meklējumiem un aprīkojuma vajadzībām <http://www.hk24.de/technologie>

Hamburgas tirdzniecības kamera izstrādā stratēģijas priekšlikumus politiskām institūcijām, balstoties uz informāciju, kas ir iegūta no tehnoloģiju jaunumu un virzības monitoringa. Kamera arī piedāvā un sniedz konsultāciju pakalpojumus savu biedru uzņēmumu patentu portfeli analizē. Šis pakalpojums ne tikai identificē patentu portfeli, bet izstrādā uzņēmumiem arī patentu pārvaldības stratēģiju, kura ļautu uzņēmumam gūt maksimālo labumu no savu patentu komercializēšanas, kā arī veic salīdzināšanu ar tirgus konkurentiem. Kamera veicina patentu komercializāciju, tieši iesaistoties ar patentiem aizsargātu tehnoloģiju pārnesē un pieņem uzdevumus sameklēt piemērotus sadarbības partnerus, kuri var būt uzņēmumi, kuri vēlas iegūt licences uz svešām izstrādātnēm, kā arī patentu īpašnieki, kuri vēlas licencēt savus izgudrojumus citiem.

## Vācija

### ICC Deutschland

- Izpratnes veicināšana
- Aizstāvības politika

<http://www.icc-deutschland.de>

ICC Deutschland ir savienojošais posms starp ICC Starptautiskā biroja BASCAP iniciatīvu un nacionālajām ieinteresētajām personām, piemēram, tirdzniecības kamerām. ICC Deutschland kopā ar saviem biedriem Vācijas rūpniecības federāciju (BDI), Vācijas zīmolu asociāciju un Vācijas rūpniecības un tirdzniecības kameru asociāciju (DIHK) uztur interneta portālu, kurš saucas 'bascap.de', tajā ir integrētas esošās likumdošanas iniciatīvas un tiesību piespiedu aizstāvības aktivitātes, kā arī uzrādīta kontaktinformācija aktivitātēm Vācijā. Šis portāls piedāvā MVU specifisku palīdzību, kā arī piedāvā jaunākās ziņas un informē par tuvākajiem pasākumiem.

ICC Deutschland veic vairākas izpratnes veicināšanas aktivitātes, piemēram, reklamē nacionālo BASCAP portālu un ĪI aizsardzību, izplatot reklāmas lapiņas Frankfurtes gadatirgū un prezentējot BASCAP iniciatīvu nacionālās pretpirātisma konferencēs. ICC Deutschland kopā ar Vācijas BASCAP biedru pārstāvjiem aizstāv ĪIT politiku nacionālā līmenī.

## Ungārija

### Ungārijas tirdzniecības un rūpniecības kamera un Rūpniecisko tiesību aizsardzības Inof punkti

- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana
- Inovācijas stimulēšana un izplatīšana

<http://www.mkik.hu/>

Rūpniecisko tiesību aizsardzības informācijas (Info) punkti, kurus ir izveidojušas Ungārijas reģionālās tirdzniecības kameras, veicina IĪ sistēmas izpratni un attīsta rūpnieciskā īpašuma kultūru MVU vidē, to paspārnē speciālisti, kuri ir izgājuši apmācību Ungārijas patentu iestādē (HPO), sniedz vispārīgu informāciju par IĪ. Tiek sniegta informācija par aktīvu aizsardzību atbilstoši konkrētiem Ungārijas IĪ likumiem, kā arī ES un ārvalstīs. Info punkti sniedz arī informāciju par resursiem, IĪ līgumiem un IĪ likumu pārkāpumiem. Ja nepieciešamas sarežģītākas konsultācijas, Info punkti pieaicina nacionālās IĪ iestādes ekspertus. Info punkti ir piekļuves vieta svarīgākajām IĪ datubāzēm, tie visu informāciju sniedz bez maksas pa tālruni, internetā un personiski.

Ungārijas tirdzniecības kamerai ir arī vairākas inovāciju stimulēšanas un izplatīšanas programmas. Piemēram, Ungārijas inovāciju lielā balva, kuru pasniedz Ungārijas inovāciju fonds, kurš ir Ungārijas inovāciju asociācijas paspārnē. Fonds izsludina konkursu katru gadu un piešķir šādas balvas:

- Ungārijas inovāciju lielā balva,
- Vides aizsardzības balva (piedāvā par vides aizsardzību atbildīgā ministrija),
- Rūpniecības balva (piedāvā par ekonomiku un rūpniecību atbildīgā ministrija),
- Lauksaimniecības balva (piedāvā par lauksaimniecību atbildīgā ministrija),
- Tehnoloģiju balva (piedāvā Nacionālā pētniecības un tehnoloģiju iestāde),
- Nacionālās patentu iestādes balva, un
- Ungārijas tirdzniecības un rūpniecības kameras balva.

Visbeidzot Reģionālā kvalitātes balva ir daļa no balvu klāsta, kuras ir iniciētas Eiropas līmenī, jo Eiropā tiek pasniegta arī Eiropas kvalitātes balva. Nacionālo kvalitātes balvu Ungārijā iedibināja 1996. gadā, bet Reģionālo kvalitātes balvu 2002. gadā. Reģionālās kvalitātes balvas iniciatore bija Ekonomikas ministrija un tās pasniegšanu koordinē reģionālās tirdzniecības un rūpniecības kameras. Reģionālo kvalitātes balvu pasniedz septiņos reģionos, kas aptver visu valsti. Pretendenti uz balvu veic pašnovērtēšanu pēc kritērijiem, kas atbilst Eiropas kvalitātes balvai izvirzītajiem. Pretendentiem ir jānovērtē sava uzņēmuma stiprās un vājās puses, nosaucot attīstības jomas, tādējādi tiek novērtēts uzņēmums kopumā.

## Indija

### Indijas tirdzniecības un rūpniecības kameru federācija

- Izpratnes veicināšana
- Uzņēmēju apmācība
- Aizstāvības politika

<http://www.ipindia.net/>

Indijas tirdzniecības un rūpniecības kameru federācijas (FICCI) IĪT nodaļa ir aktīva IĪ aizsardzības un piespiedu tiesību aizstāvības problēmu risinātāja. Tai ir vadošā loma izpratnes veicināšanā IĪT Indijas iedzīvotāju vidū, kā arī rūpniecības, tiesnešu un piespiedu pasākumu iestāžu vidū, izstrādājot un piedāvājot dažādas apmācību programmas. Bez tam IĪT nodaļa ir platforma nepārtrauktai mijiedarbībai starp rūpniecību un valdību, kurā notiek uzņēmēju priekšlikumu apkopošana dažādo ar IĪT saistīto problēmu risināšanai. Vēl svarīgāk ir tas, ka šī platforma sniedz valdībai konstruktīvus politikas priekšlikumus un atsauksmes par politikas pasākumiem. FICCI nepārtraukti strādā arī pie tiesnešu pārliecināšanas par viņu darba kvalitātes uzlabošanu un tiesvedības paātrināšanu IĪ lietās.

Vēl FICCI ir nodibinājusi “pretpirātisma koordinācijas vienību (Cell).” Šī vienība ir platforma visām ieinteresētajām personām – valdībai, rūpniecībai un sabiedrībai – , lai kopīgi risinātu dažādas problēmas IĪ jomā. Tā arī palīdz attīstīt sabiedrības kultūru, kurā IĪ tiek atzīts un aizsargāts. FICCI IĪT nodaļa ir izveidojusi arī Intelektuālā īpašuma veicināšanas centru (IPFC) sadarbībā ar Mikro, mazo un vidējo uzņēmumu ministriju. Šī veicināšanas centra galvenais uzdevums ir atbalstīt mikro, mazajiem un vidējiem uzņēmumiem (MMVU) paredzētu speciālu IĪ komercializēšanas rīku izstrādi un piedāvāt īpašas metodes labākai to IĪ aktīvu pārvaldībai. Tradicionālo zināšanu jomā FICCI ir izveidojusi speciālu vienību, kuras uzdevums ir novērtēt Indijas tradicionālo zināšanu aizsardzības iespējas esošo likumu ietvaros, kā arī sniegt padomus šajos jautājumos valdībai.

## Indija

### Indijas rūpniecības konfederācija

- Izpratnes veicināšana
- Uzņēmēju apmācība
- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana
- Aizstāvības politika

<http://www.cii.in>

Indijas rūpniecības kamera (CII) ir nevalstiska, bezpeļņas, pēc rūpniecības iniciatīvas radīta un pārvaldīta organizācija, kurai ir aktīva loma Indijas attīstības procesos. Dibināta pirms 116 gadiem, tā ir Indijas vadošā asociācija, kurā tieši darbojas pāri par 8100 privāto un publisko personu, ieskaitot MVU un MNC, bet netieši tajā piedalās pāri par 90000 uzņēmumu, kas ir apvienojušies aptuveni 400 nacionālās un reģionālās nozaru asociācijās.

CII ĪT īpašnieku nacionālā komiteja kalpo visu rūpniecības un tehnikas nozaru ĪT īpašnieku interesēm. Tā aizstāv efektīvas un pieejamas ĪT tiesības un sniedz plašu pakalpojumu klāstu saviem biedriem. Specializēts ĪT veicināšanas pakalpojumu dienests piedāvā ĪT informācijas pakalpojumus, tehnikas līmeņa analīzi, ĪT aizsardzības iegūšanu un konsultāciju pakalpojumus. Tā ar Indijas un štatu valdību atbalstu ir izveidojusi uz publiskās un privātās partnerības pamata savu pirmo ĪT veicināšanas centru (IPFC) dažādos valsts reģionos. IPFC gādā par nosacījumiem mikro un MVU dažādos valsts reģionos. Centrs specializējas arī uz tādu zinātnisko pētījumu uzraudzību, kuri skar tradicionālos produktus un metodes, sniedzot juridisko atbalstu un pāreģistrācijas periodā sekojot ĪT komercializēšanai. Tiek nodrošināts, lai galvenie labumu guvēji šādos gadījumos būtu mikrouzņēmumi, kuri pieder audējiem, amatniekiem, mājražotājiem un citiem pamatdarbu veicējiem tādās Indijai tradicionālās nozarēs kā tekstils, rokdarbi un lauksaimniecība.

CII sadarbojas ar politikas veidotājiem parlamentāriešiem, ministriem un ierēdņiem, sniedzot nozaru viedokli par jaunākajām iniciatīvām un palīdzot politikas formulēšanā. Konferences un semināri palīdz izplatīt informāciju par organizācijas biedru perspektīvām visos ekonomikas sektoros. CII kapacitātes celšanas aktivitātes Indijā fokusējas trīs svarīgās jomās: veicināt cilvēkresursu attīstību, atvieglot atbalsta saņemšanu ĪT tiesību iegūšanā un aizstāvībā un atbalstīt tādas politikas reformas, kuras ir izdevīgas Indijas rūpniecībai, lai celtu tās konkurētspēju globālā tirgū. Pēdējos 10 gados tā ir sniegusi risinājumu 350 dažādos Indijas rūpniecībai svarīgos jautājumos un popularizēšanas aktivitāšu ietvaros piedāvājusi 155 izpratnes veicināšanas un apmācības programmas 10000 interesentiem visā valstī.

## Īrija

### Chambers Ireland

- Apmācību programma
- Inovācijas stimulēšana un izplatīšana

<http://www.chambers.ie/index.php?id=1>

Chambers Ireland pati piedāvā programmu par inovāciju attīstību un tehnoloģiju pārnesi, kura ilgst deviņus mēnešus, un, to beidzot, tiek piešķirts diploms inovāciju attīstības specialitātē. Turklāt kameras Biznesa skola piedāvā vairākas uzņēmējdarbības attīstības apmācību programmas sadarbībā ar visām valsts reģionālajām kamerām un vietējiem instruktoriem. Chambers Ireland piedāvā arī vienas dienas nacionāla mēroga inovācijām veltītu semināru, kuru sauc "Extreme Business Makeover" (ārkārtēja biznesa pārbūve), kas palīdz uzņēmumiem attīstīt inovācijas. Visbeidzot Chambers Ireland ir mājvieta WCN moderno tehnoloģiju kopienu klasterim, kurš ir izveidojis ĪT un tehnoloģiju pārneses biržas portālu, kurā tiek piedāvāta vieta tehnoloģiju un ĪT demonstrēšanai un partnerattiecību dibināšanai.

## Itālija

### Unioncamere (Itālijas tirdzniecības kameru savienība), DINTEC (Tehnoloģiju inovāciju konsorcijs)

- Izpratnes veicināšana
- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana
- Inovācijas stimulēšana un izplatīšana

<http://www.infobrevetti.camcom.it>

DINTEC<sup>29</sup> ir konsorcijs, ko veido Unioncamere (Itālijas tirdzniecības kameru savienība), ENEA (Itālijas nacionālā jauno tehnoloģiju, enerģijas un vides aģentūra), 27 tirdzniecības kameras un piecas reģionālās tirdzniecības kameru savienības. DINTEC, kas izveidots 1994. gadā, izstrādā un ievieš programmas patentu informācijas izplatīšanai un tās lietošanas veicināšanai, lai palielinātu MVU konkurētspēju. Sadarbībā ar tirdzniecības kamerām un partneriem DINTEC piedāvā izpratnes veicināšanas aktivitātes, organizē praktiskos seminārus, izstrādā un ievieš programmas jaunu inovatīvu uzņēmumu izveidošanai un identificē jaunākās tehniskās tendences dažādos sektoros.

DINTEC pārvalda Inovāciju platformas tīmekļa vietni, kura ir rīks aktivitāšu reklamēšanai inovāciju un tehnoloģiju pārneses jomā. Tajā ir informācija par ĪT pakalpojumiem, kurus sniedz Itālijas tirdzniecības kameru tīkls. Šajā tīmekļa vietnē uzņēmumi var pieteikties uz dažādiem ĪT pakalpojumiem. Piemēram, DINTEC izplata ikmēneša apkārtrakstu, kurā ir jaunākās ziņas par globālajām ĪT problēmām un notikumiem. Inovāciju platformā uzņēmums var arī parakstīties uz Patnews saņemšanu, kas ir tiešsaistes patentu trauksmes pakalpojums, kuru ir izstrādājis DINTEC, lai palīdzētu MVU identificēt un monitorēt interesējošos Eiropas patentus. Šis pakalpojums ļauj uzņēmējiem būt pastāvīgi informētiem par konkrētām tos interesējošām tehnoloģijām. Lai pieprasītu šo pakalpojumu, uzņēmumi aizpilda kontrolosarakstu, kurā jāiekļauj zināma minimālā informācija, kas ļauj identificēt pakalpojuma jomu un interesējošo priekšmetu. Pēc tam uzņēmums saņem sākotnējo informāciju par Eiropas patentu iestādes (EPO) patentu pieteikumiem, sākot no 2004. gada 1. janvāra. No šī brīža uzņēmumi turpina saņemt ikmēneša jaunākos datus par EPO iesniegtajiem patentu pieteikumiem.

DINTEC arī sagatavo un publicē dažādas brošūras un reklāmas materiālus vietējos laikrakstos un tiešsaistes vietņu reklāmkarogos, lai reklamētu savas sanāksmes un publiskos pasākumus. DINTEC veic arī dažādas aktivitātes, lai veicinātu izpratni par ĪT sistēmu, īpaši lai veicinātu tehnoloģiju pārnesi uz uzņēmumiem, kuriem tās varētu būt interesantas un noderīgas.

### Veneto reģiona tirdzniecības kameru savienība (Unioncamere del Veneto)

- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana

<http://www.unioncamere.delveneto.it>

1965. gadā dibinātā Veneto reģiona tirdzniecības kameru savienība apvieno septiņas Veneto reģionā nodibinātās tirdzniecības, rūpniecības, amatniecības un lauksamniecības kameras. Reģionālā savienība sniedz atbalstu un palīdz reģiona ekonomikai iziet starptautiskos tirgos, sadarbojoties ar citām Veneto reģiona iestādēm.

Reģionālā savienība sniedz informāciju par ES likumdošanu, programmām, vietējiem finansēšanas avotiem, izsludinātajiem konkursiem, priekšlikumiem, patentu, preču zīmju, sertifikātu, nodokļu un muitas nosacījumiem. Tā arī ir Veneto APRE dienests (aģentūra Eiropas pētniecības veicināšanai), kura uzdevums ir veicināt Veneto reģiona MVU piedalīšanos ES konkursos pētniecības un tehnoloģiju attīstības projektos. APRE ir bezpeļņas asociācija, kas piedāvā informāciju, apmācību un palīdzību ES pētniecības un tehnoloģiju attīstības programmām, kā arī cieši sadarbojas ar Itālijas izglītības, universitāšu un zinātniskās un tehnoloģiskās pētniecības ministriju un Eiropas Komisiju.

Veneto Innovazione ir vietējais kontaktpunkts Inovāciju veicināšanas centru tīklam, kurš palīdz MVU, universitātēm un pētniecības centriem visā tehnoloģiju pārneses procesā, sākot no rūpnieciskā īpašuma identificēšanas līdz tā ieviešanai praksē un licencēšanai. Veicot tehnoloģiju auditus, Veneto Innovazione atbalsta arī MVU, palīdzot identificēt tehnoloģiskās problēmas un meklējot labākos risinājumus.

Katrai kamerai Veneto reģionā ir birojs, kurš nodarbojas ar ĪT iegūšanu (patentiem, dizainparaugiem un preču zīmēm). Šie biroji ir Eiropas patentu iestāžu (EPN) tīkla dalībnieki, kas palīdz šādos jautājumos:

<sup>29</sup> Balstoties uz IP Tool Kit; DINTEC mājaslapu ([www.dintec.it](http://www.dintec.it)); un WIPO MVU nodaļas mājaslapas sadaļu Best Practices ([http://www.wipo.int/sme/en/best\\_practices/italian\\_cc.htm](http://www.wipo.int/sme/en/best_practices/italian_cc.htm)).

- pilna informācija par patentu pieteikumu iesniegšanas procedūru,
- nacionālo patentu un preču zīmju pieteikumu saņēmējieslēdes funkcija,
- informācija par reģistrētām preču zīmēm un preču zīmju pieteikumiem,
- Itālijas MVU piedalīšanās veicināšana Eiropas pētniecības, attīstības un tehnoloģiju inovācijas programmās, un
- patentu pieteikumu iesniegšanas veicināšana savu IĪT aizsardzībai.

Treviso Tecnologia un Centro Produttività Veneto ir divas specializētas Veneto reģiona tirdzniecības, rūpniecības, amatniecības un lauksaimniecības kameru aģentūras tehnoloģiju inovācijai, kuras nodarbojas ar korporatīvās kultūras veicināšanu inovāciju jomā.

Veneto tirdzniecības, rūpniecības, amatniecības un lauksaimniecības kameras un to specializētās aģentūras tehnoloģiju inovācijai piedāvā seminārus, padziļinātus kursus un īpašus apmācību kursus nolūkā celt sava reģiona cilvēku un to uzņēmumu kvalifikāciju un zināšanas.

Veneto tirdzniecības kamerām galvenais informācijas avots par IĪT ir patentu informācijas centri (PatLib), kurus formāli attēstē nacionālā patentu iestāde, kas ir EPO dalīborganizācija. PATLIB centros lietotāji piekļūst patentu datubāzēm un saņem palīdzību darbā ar tām. Meklējumus datubāzēs un dokumentu atlasī var pielāgot katra klienta specifiskajām interesēm. Itālijā ir 19 PatLib centri, no kuriem 12 ir izveidojusi vietējā tirdzniecības kamera.

## Itālija

### Treviso (Itālija) tirdzniecības kamera Treviso Tecnologia (TT)

- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana
- Inovācijas stimulēšana un izplatīšana

<http://www.tvtecnologia.it>

<http://www.infomarchi>

[brevetti.it](http://www.brevetti.it)

[http://www.tv.camcom.it/  
docs/Bisogni/di-Marchi-/  
index.htm](http://www.tv.camcom.it/docs/Bisogni/di-Marchi-/index.htm)

Treviso Tecnologia (TT) ir specializēta Treviso tirdzniecības kameras Tehnoloģiju inovācijas aģentūra, kas ir dibināta 1989. gadā ar mērķi veicināt uzņēmumos inovācijas kultūru. Treviso Tecnologia piedāvā konsultāciju pakalpojumus, tehnisko palīdzību un apmācību kursus. Tās mērķis ir atvieglot informācijas ieguvī, apmācīt uzņēmējus un būt par saikni starp pētniecības institūtiem, universitātēm un tirdzniecības kamerām un publiskām institūcijām nolūkā veicināt inovāciju.

Kopš 1999. gada Treviso Tecnologia PatLib centru tīkla locekle, kas sniedz uzņēmumiem un individuāliem novatoriem palīdzību IĪ jomā. Šajā tīklā TT palīdz uzņēmumiem sastādīt un iesniegt preču zīmju pieteikumus, kā arī veic tehnikas līmeņa meklējumus patentos. Bez tam Treviso Tecnologia piedāvā pakalpojumus InfoTech, kuri ir paredzēti tieši tehniskas informācijas meklēšanā, veic izpratnes veicināšanas aktivitātes, atbalsta uzņēmumus IĪ - patentu, preču zīmju un dizainparaugu jautājumos un starptautisko standartu jomā.

Šī pakalpojuma mērķis ir sniegt uzņēmējiem specializētus rīkus un zināšanas par tehnoloģisko inovāciju, patentiem un preču zīmēm, jaunu produktu plānošanu, ražošanu un tirgvedības pasākumiem.

#### **Patentu un dizainparaugu joma/preču zīmju joma:**

- Patentu analīze konkrētā jomā, kas noder P&A stratēģijas izveidošanai un ir nepieciešama cīņā pret viltojumiem.
- Regulāra konkurentu un tehnikas jomas monitorēšana.
- Regulāra informācijas piegāde konkrētā Eiropas vai starptautiskās patentu klasifikācijas iedaļas ietvaros.

#### **Preču zīmju meklēšanas pakalpojumi:**

- Līdzīgu zīmju meklējumi vairāk nekā 100 nacionālās un starptautiskās (ITSB, WIPO) datubāzēs.
- Detalizētākas konsultācijas MVU konkrētos jautājumos par pieteikumu iesniegšanu (veidlapas un nodevas), patentu saimju, juridiskā statusa, norādīto valstu, attiecinājuma valstu (patentiem, preču zīmēm un dizainparaugiem) meklēšana. Apmācība par stratēģisku patentu informācijas izmantošanu.

## Kuveita

### Kuveitas tirdzniecības & rūpniecības kamera (KCCI)

- Izpratnes veicināšana
- Inovācijas stimulēšana un izplatīšana
- Aizstāvības politika

<http://www.kuwaitchamber.org.kw/echamber/website/index.jsp>

KCCI veido pārskatus, izplata aptaujas, vāc, apkopo un izplata informāciju par IĪ. KCCI veic regulāras IĪ izpratnes veicināšanas aktivitātes, kā arī organizē un reklamē izstādes un gadatirgus, kuros tiek likts uzsvars uz produktiem, kuros ir iemiesots IĪ. Ar novatorisku tehnoloģiju demonstrēšanu KCCI aktīvi uzmundrina Kuveitas izgudrotājus un universitāšu beidzējus, kuriem ir novatoriskas idejas un izstrādātas tehnoloģijas. KCCI sadarbojas arī ar citām institūcijām un nevalstiskām organizācijām, kuras veicina IĪ aktīvu attīstību, īpaši mazo uzņēmumu un jauno uzņēmēju vidū. Aizstāvības politikas jomā KCCI ir iesaistīta šādās aktivitātēs:

- sniedz priekšlikumus jaunu normatīvo aktu izstrādei IĪ jomā;
- izsaka viedokļus par esošajiem normatīvajiem aktiem;
- sniedz atzinumus un priekšlikumus Kuveitas valdībai par starptautiskiem līgumiem un konvencijām;
- Konsultē Kuveitas valdību TRIPS līguma jautājumos PTO/GVTT ietvaros;
- konsultē valsts institūcijas daudzos IĪ jautājumos, un
- aktīvi piedalās pastāvīgo vai Adhoc valdības komiteju darbā par IĪ tiesību piespiedu ievērošanas jautājumiem.

## Libāna

### Beirutas un Mount Lebanon tirdzniecības, rūpniecības un lauksaimniecības kamera (CCIAB)

- Advocating policy

<http://www.ccib.org.lb/Home/index.aspx>

Sava mandāta termiņa sākumā 2010. gada janvārī pašreizējā CCIAB direktoru padome politiski deklarēja savus nodomus intensificēt pūles, lai IĪT normatīvie akti tiktu stingrāk ievēroti, kā arī veicināt izpratni par nesaraucamo saikni starp IĪT ievērošanu un valsts spēju piesaistīt ārvalstu investīcijas. Kā apliecinājumu savam nodomam ar visu likuma bardzību īstenot deklarētos IĪT ievērošanas pasākumus, atbildīgās komitejas nosaukums tika mainīts no "IĪT komiteja" uz "Moderno tehnoloģiju, investīciju veicināšanas un IĪT komiteja".

Jaunās komitejas priekšsēdētājs ir Shakib Shehab kungs, CCIAB direktoru padomes loceklis un Libānā un visā reģionā pazīstams uzņēmējs IT jomā. Komitejas galvenā misija joprojām paliek publiskās politikas aizstāvība. Šai sakarā komiteja bieži rīko sanāksmes kopā ar Libānas Ekonomikas un tirdzniecības ministrijas (MOET) pārstāvjiem, lai saskaņotu aktivitātes IĪT iegūšanas un ievērošanas normatīvajā regulējumā. Bieži tiek rīkotas arī sanāksmes ar Libānas augsto tehnoloģiju noziegumu izmeklēšanas vienību, uzsverot nepieciešamību neatlaidīgi strādāt pie šo noziegumu atklāšanas un IĪT pārkāpumu novēršanas. Komiteja aktīvi piedalās vietējos un reģionālajos pasākumos, kas veltīti IĪT. Tā arī regulāri rīko sanāksmes un seminārus CCIAB biedru uzņēmumiem, lai izstrādātu līdzekļus pirātisma apkarošanai un veicinātu izpratni par IĪ aizsardzību kā uzņēmumu galveno aktīvu.

Novērojot un analizējot radošo nozaru darbību Libānā, CCIAB sastāvā esošais Ekonomiskās pētniecības centrs (CER) piedalās kameras aktivitātēs publiskās politikas aizstāvībā. Libānas radošo nozaru ieguldījums iekšzemes kopproduktā ir aptuveni 4,8%, un tās ir tieši ieinteresētas IĪT aizsardzībā un šo tiesību piespiedu ievērošanas pasākumos. CER arī sniedz informāciju par IĪT likumiem un galvenajiem piespiedu ievērošanas pasākumiem, kā arī sniedz ieteikumus uzņēmumiem par patentu iegūšanu Libānā un ES valstīs.

CCIAB šķīrējtiesas centram ir IĪT specializējušos šķīrējtiesnešu saraksts, tādēļ kamera var palīdzēt strīdu risināšanā.

## Mongolija

### Mongolijas nacionālā tirdzniecības un rūpniecības kamera

- IĪ nodaļas izveide
- Apmācību sniegšana
- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana
- Inovācijas veicināšana un izplatīšana
- Aizstāvības politika

<http://www.mongolchamber.mn>

Pašlaik kamera ir publicējusi rokasgrāmatu "Intelektuālā īpašuma noslēpumi", kas ir WIPO publikācijas tulkojums par izpratnes veicināšanu jauno uzņēmēju vidū. Kameras kontaktinformācijas sarakstā [members@mongolchamber.mn](mailto:members@mongolchamber.mn) ir 500 biedru, visu 90 kameras biedru un visu vietējo kameru biedru e-pasta adreses, lai varētu ar tiem ātri sazināties.

MNCCI savā Mācību centrā apmāca uzņēmējus, piedāvājot viena gada MBA kursu esošiem un topošajiem uzņēmējiem. Kurss ietver jautājumus par IĪ, proti, patentiem, preču zīmēm, dizainparaugiem, lietderīgajiem modeļiem, ģeogrāfiskajām norādēm un franšīzēm.

Turklāt MNCCI delegācija piedalījās Āzijas reģiona seminārā un prezentācijās par rīka IP PANORAMATM izmantošanu MVU izpratnes veicināšanai par IĪ pārvaldību, ko Korejas Republikas Jeju salā 2007. gada decembrī kopīgi organizēja WIPO, KIPO un KIPA. Pēc šī semināra WIPO un Korejas IĪ iestāde palīdzēja MNCCI sava IĪ pārvaldības mācību kursa izveidē uzņēmējiem, balstoties uz IP PANORAMATM multimediju rīka. Nacionālajā seminārā par IP PANORAMATM izmantošanu uzņēmēju izpratnes veicināšanā par IĪ jautājumiem un IĪ pārvaldīšanā, ko 2008. gada 13.-14. martā Ulanbatorā organizēja WIPO, KIPO un MNCCI, piedalījās vairāk nekā 50 vietējo uzņēmēju. Semināra laikā WIPO, KIPO un MNCCI parakstīja saprašanās memorandu par kursa "IĪ uzņēmējiem" izveidošanu uz multimediju rīka IP PANORAMATM bāzes. MNCCI ir noslēgusi licences līgumu ar KIPO par IP PANORAMATM izmantošanu, pārtulkojot to mongoļu valodā un ievietojot internetā publiskai lietošanai, kas var tikt izmantota visā Mongolijas teritorijā.

MNCCI Patentu, preču zīmju un ģeogrāfisko norāžu nodaļu<sup>30</sup> 1970. gadā Patentu un preču zīmju birojs nominēja par pirmo IĪ aģentu Mongolijā. Ar Biroja palīdzību Kamera nacionālo ražotāju vārdā veic patentu, preču zīmju, dizainparaugu, lietderīgo modeļu un ģeogrāfisko norāžu pieteikšanu, atjaunošanu un reģistrēšanas procedūru, kā arī piesaka starptautisko preču zīmju pieteikumus. Kameras biedru uzņēmumiem ir 30% atlaides IĪ procedūru un aizsardzības nodevām. Birojs sniedz arī konsultācijas pašmāju un ārvalstu klientiem juridiskos jautājumos, bet saviem biedriem šis pakalpojums ir bez maksas, Kamerā ir arī Franšīzinga padome, kuras mērķis ir veicināt izpratni par franšīzes līgumiem, kā arī Ģeogrāfisko norāžu (ĢN) nacionālais centrs, kurš sniedz juridiskas konsultācijas ģeogrāfisko norāžu jautājumos un aizsardzībā atbilstoši nacionālajiem likumiem un noteikumiem, tādējādi uzsverot ģeogrāfisko norāžu svarīgumu Mongolijas vietējiem ražotājiem, kā arī iepazīstina ar starptautiski akreditētām sertifikācijas organizācijām, kuras kontrolē ar ĢN marķētu produktu kvalitāti un atbalsta šādi marķētu produktu eksportu <http://www.gi-mongolia.co>.

Visbeidzot MNCCI ik pēc diviem gadiem organizē konkursu "99 labākie produkti". MGQ – Mongolijas lielā kvalitātes balva – tiek pasniegta 99 atlasītiem uzņēmumiem, kuri pēc tam var savu produkciju marķēt ar MGQ logo. Sadarbībā ar IPOM Mongolijas kameras "Gada labākais zīmols" balvas pasniegšanas ceremonija fokusējas uz pašmāju privāto uzņēmumu produktiem, kas ir marķēti ar preču zīmēm.

IĪT piespiedu ievērošanas nolūkam MNCCI ir parakstījusi sadarbības līgumu ar Šveices attīstības un sadarbības aģentūru un Šanhajas intelektuālā īpašuma administrāciju.

<sup>30</sup> Balstoties uz IP Tool Kit un Mongolijas nacionālās tirdzniecības un rūpniecības kameras mājaslapu [www.mongolchamber.mn](http://www.mongolchamber.mn)

## Krievija

Puškinas un Pavlovas tirdzniecības un rūpniecības kamera

- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana

<http://www.pushkin-town.net>

Kamera palīdz reģistrēt preču zīmes un izgudrojumus, sastādīt un reģistrēt licenču līgumus un veikt patentmeklējumus Krievijas un ārvalstu datubāzēs. Piemēram, kamera sagatavo augsto tehnoloģiju produktu licences un pārdošanas piedāvājumus, kā arī sagatavo piedāvājumus starptautiskajai licencēto tehnoloģiju bankai. Turklāt kamera pēc klientu pasūtījuma veiks meklējumus potenciāliem pircējiem no ārvalstīm par pieejamām patentu licencēm un augsto tehnoloģiju produktiem un kā starpnieki veiks visu saraksti ar ārvalstu starpniekiem vai pircējiem. Pašmāju tirgum kamera sagatavos licenču līgumus, konsultēs par nemateriālo aktīvu nodokļu aspektu un atspoguļošanu grāmatvedības dokumentos, kā arī palīdzēs preču zīmju un uzņēmumu nosaukumu izstrādē.

## Spānija

Barselonas tirdzniecības kamera, Kimbcn fonds

- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana

<http://www.cambrabcn.org>

Zināšanu inovācijas tirgu (Knowledge Innovation Market - KIM) ir izveidojusi Barselonas tirdzniecības kamera un tajā pašlaik ir pieci biedri no Barselonas tirdzniecības kameras un Leitat Tehnoloģiju centra. KIMBcn ir privāts fonds, kas izveidots, lai uzņēmumiem un institūcijām radītu pievienotu tehnoloģisko vērtību, piedāvājot tehnoloģiskās inovācijas vajadzībām globālus risinājumus, sākot no pētniecības un attīstības līdz aizsardzības un komercializācijas stadijai. KIMBcn misija ir dot ieguldījumu uzņēmumu konkurētspējas un tehnoloģiskajā attīstībā, piedāvājot specializētus inovāciju pakalpojumus un izpildot tirgus izpētes rezultātā radušos tehnoloģiju pārneses projektus.

KIMBcn reaģē uz savu biedru globālās konkurētspējas vajadzībām, atbalstot tehnoloģiju pārneses projektus, piesaistot investorus agrīnās izstrādes procesa stadijās. KIM piedāvā pakalpojumu četras stadijas:

- tehnoloģijas finansiāla novērtēšana: tehnoloģijas tehniskā novērtēšana, topošu tehnoloģiju identificēšana, tirgus pētījumi un IĀ aizsardzības analīze.
- tehnoloģijas attīstīšana: komercializēšanas iespēju pētījumi, finanšu opciju meklēšana un tehnoloģiju prototipu izstrāde.
- trešā stadija: koncepcijas apstiprināšanas aktivitātes, partneru identificēšana un IĀ aizsardzība.
- tehnoloģijas komercializēšana: IĀ licencēšana, komercializēšanas stratēģijas un izplatīšana.

KIMBcn mērķis ir attīstīt uzņēmumos inovāciju kultūru, radīt nepieciešamību izmantot jaunas tehnoloģijas, pienācīgi aizsargāt savu IĀ un pilnībā iesaistīties visā tehnoloģiju pārneses stadiju spektrā. KIMBcn organizē seminārus un piedāvā iespējas mācīties par jaunākajām tendencēm inovāciju jomā, kā arī apgūt institucionālo politiku, piemēram, Eiropas Komisijas politiku, kā arī citas šīs jomas aktivitātes. KIMBcn piedāvā pakalpojumu plašu spektru, balstoties uz rūpīgu un individualizētu, uz rezultātiem orientētu pieeju, kuras mērķis ir diagnosticēt un īstenot stratēģijas tehnoloģiju novērtēšanā. Piedāvātais pakalpojums atbilst novērtēto tehnoloģiju brieduma stadijai. KIMBcn piedāvā arī "ComerTech" pakalpojumu, kurš definē un izstrādā jaunas tehnoloģijas komercializēšanas stratēģiju. Šis pakalpojums ietver biznesa plāna izstrādi, partneru meklēšanu un visu tirgus elementu izpēti, lai inovatīvo produktu varētu laist tirgū.

KIMBcn komanda ir strapdisciplināra, tai ir plaša diapazona kvalifikācija, kas nosedz visas inovācijas procesa vajadzības: IĀ pārvaldību un aizsardzību; biznesa pārvaldību; dabaszinātnes un inženierzinātnes. Plašās ekspertu bāzes dēļ KIMBcn spēj piedāvāt pilnu klāstu pakalpojumu, kas atbilst uzņēmumu globālajām vajadzībām.

## Spānija

### Kantabrijas tirdzniecības, rūpniecības un jūrniecības kamera

- Izpratnes veicināšana
- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana
- Inovācijas stimulēšana un izplatīšana

<http://www.camaracantabria.com/>

Spānijas Santanderas reģiona Kantabrijas tirdzniecības kamera sniedz dažādus pakalpojumus, lai stimulētu un izplatītu pētniecību, attīstību un inovāciju reģiona uzņēmumos un galvenajās nozarēs. 2000. gada šie pakalpojumi tika pastiprināti, izveidojot Inovāciju zonu, kura funkcionē kā viena no galvenajām pakalpojumu sniegšanas vietām reģionālā līmenī.

Tirdzniecības kamera reklamē savus IĪT pakalpojumus, izplatot informatīvas brošūras reģiona uzņēmēju vidū. Tajās ir izskaidroti pakalpojumu svarīgākie aspekti, kā arī sniegta kameras atbildīgo personu kontaktinformācija. Tirdzniecības kamera piedāvā vietējiem uzņēmumiem savu IĪT reklamēšanas iespēju, izmantojot tādu institūciju kā Eiropas uzņēmumu tīkls, kurš agrāk bija zināms kā Inovācijas kontaktpunkts. Šie Eiropas projekti piedāvā uzņēmumiem dažādas reklamēšanas aktivitātes un pakalpojumus, īpaši tiem uzņēmumiem, kuri paši nespēj veikt pētniecību un jaunu produktu izstrādi.

Kantabrijas tirdzniecības kameras Rūpniecības, inovācijas un vides departaments uzsver IĪT kā galvenā inovācijas aktivitāšu rīka nozīmi, kas ļauj uzlabot produktivitāti starptautiskā līmenī, piedāvājot bezmaksas IĪT novērtēšanas pakalpojumu reģiona uzņēmējiem un kompānijām, īpaši MVU, lai palielinātu to konkurētspēju starptautiskā kontekstā. Šis pakalpojums padziļināti izanalizē dažādu IĪT, patentu, preču zīmju, dizainparaugu un ģeogrāfisko norāžu, aspektus gan nacionālā, gan starptautiskā kontekstā. Šis ir bezmaksas pakalpojums un sniedz lietotājiem atbildes uz jautājumiem par IĪT stratēģijas īstenošanas iespējām, dokumentācijas sagatavošanu un procedūrām patentu, preču zīmju, u.c. IĪT reģistrēšanai. Līdzīgā veidā pakalpojums piedāvā reālus praktiskus piemērus par IĪT nozīmi un kā tās ir integrētas uzņēmuma aktivitātēs.

Tirdzniecības kamera izstrādā un reklamē dažādas apmācības aktivitātes par IĪT aspektiem gan nacionālā, gan starptautiskā līmenī. Šis mācību aktivitātes aptver dažādus IĪT aspektus un tiek sniegtas sadarbībā ar Spānijas nacionālo patentu iestādi un IĪT palīdzības dienestu. Kamera reklamē Nacionālās patentu iestādes aktivitātes, kā arī ES IĪT palīdzības dienesta projektus.

Tehnoloģiju novērošanas pakalpojumi, kurus ir izstrādājusi Tirdzniecības kamera, uzsver inovācijas procesa nozīmi. Kamera piedāvā informāciju par dažādiem pētījumiem, tehnoloģijām, jaunumiem un dokumentiem, kuri var būt par tehnikas līmeni dažādās rūpniecības nozarēs. Kamera ir izstrādājusi speciālu pakalpojumu, ko sauc par ECOINNOVATION, kurš sniedz dažādu tehnoloģiju pētniecības iespējas, kas ir nepieciešams solis IĪT stratēģijas izstrādē.

Kamera atbalsta arī tehnoloģiju pārneses aktivitātes, piedaloties starptautiskos tehnoloģiju pārneses pasākumos un sadarbojoties ar Eiropas organizācijām, lai reklamētu reģionālo uzņēmumu IĪT rezultātus. Bez tam kameras Ārzemju tirdzniecības dienests piedāvā dažādas tirdzniecības misijas, kas var būt noderīgas komerciālo un tehnisko sadarbības aktivitāšu pārvaldībai kopā ar citām Eiropas valstīm. Kamera iegūst informāciju par visiem tehnoloģiju piedāvājumiem un pieprasījumiem no Eiropas uzņēmēju tīkla (EUT). Šīs aktivitātes ir izstrādātas sinerģijas formā starp Ārzemju tirdzniecības dienestu un EUT. Visbeidzot kamera piedāvā doties dažādās tehnoloģiju vizītēs uz reģiona uzņēmumiem, kuru rezultātus iekļauj savu vizīšu atskaitēs. Šo vizīšu laikā tiek skaidrota attiecīgo IĪT loma un sniegti praktiski padomi IĪT stratēģijas veidošanā.

## Šveice

### ICC Switzerland

- Apmācību sniegšana
- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana
- Aizstāvības politika

<http://www.icc-switzerland.ch>

ICC Switzerland piedalās nacionālo un starptautisko IĪ normatīvo aktu veidošanas procesā ar "economiesuisse" starpniecību, kuru var skatīt tiešsaistē <http://www.economiesuisse.ch>. Publiskās un privātās partnerības formā ICC Switzerland ir izstrādājusi "Stop pirātismam" (Schweizer Plattform gegen Fälschungen und Piraterie - Šveices viltojumu un pirātisma apkarošanas platforma), kas piedāvā seminārus par izpratnes veicināšanu attiecībā uz viltojumiem, kuros ir apvienotas nacionālās reklāmas kampaņas, izglītojoši semināri un kas darbojas ciešā saistībā ar Šveices vēstniecībām ārvalstīs. Biedriem elektronisku apkārtrakstu formā tiek piegādātas ziņas par izmaiņām normatīvajā regulējumā, kā arī par šādu izmaiņu priekšlikumiem.

## Ukraina

### Ukrainas tirdzniecības un rūpniecības kamera

- Apmācības sniegšana
- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana
- Aizstāvības politika

<http://www.ucci.org.ua>

Ukrainas tirdzniecības kamera piedāvā lekcijas un seminārus IĪ jautājumos, kas aptver šādus tematus: preču zīme - jūsu uzņēmuma tēls, rūpniecības standarti un to ieviešana, komercnoslēpumi, zinātība (know how), izgudrojumi, preču un pakalpojumu zīmes: to aizsardzības praktiskās problēmas un nemateriālo aktīvu juridiskais regulējums. Kamera sniedz juridisku atbalstu un konsultācijas šādos jautājumos: licenču un IĪ līgumu sagatavošana, aizstāvība tiesā pret patentu un autortiesību pārkāpumiem, palīdzība preču zīmju reģistrēšanā, izgudrojumu, lietderīgo modeļu, dizainparaugu, programmatūras un datubāzu aizsardzības iegūšanā un nemateriālo aktīvu, arī IĪT, novērtēšanā.

Tirdzniecības kamera ir uzsākusi pretviltojumu programmu (PP). Ukrainas UCCI Inspekciju birojs (UBI UCCI) tika izveidots 2000. gadā kā CI apakšnodala ar speciālu pilnvarojumu šīs misijas veikšanai. UBI ir ļoti piemērots šīs ļoti plašās un ātri augošās rūpju zonas pieprasījumu apmierināšanai, un šis birojs sadarbojas ar nacionālo policiju, muitu, valdību un dažādām starptautiskām institūcijām. UBI pārzinā ir spēcīgs un efektīvs izmeklēšanas tīkls katrā lielākajā pilsētā, starptautiskās jūras un konteineru ostās, lidostās, kas sadarbībā ar vietējo policiju veic ļoti sensitīvās, bet šim nolūkam vitālas informācijas vākšanu. Bez tam UBI ir labi sadarbības sakari ar dažādām šim nolūkam akreditētām reģionālajām laboratorijām. UBI komandā darbojas labi apmācīti un pieredzējuši izmeklētāji, ķīmiķi, inženieri, juristi, muitas brokeri un IĪT konsultanti. Lai nodrošinātu un veiktu vienpusējas akcijas, kas jāveic sadarbībā ar starptautisko PP dalībnieku aktivitātēm, Tirdzniecības kameras Starptautiskās izmeklēšanas birojam (CIB CCI) tiek uzticēti specifiski uzdevumi. Tie ietver: izmeklēšanas datu vākšanu un novērtēšanu, viltoto produktu avotu un izplatītāju izmeklēšanu, ekspertu konsultācijas un apmācību, pierādījumu sagādāšanu, lai policija varētu veikt juridiskas darbības, ieskaitot viltoto produktu aizturēšanu, kā arī esošo likumu IĪ jomā savstarpēju saskaņošanu.

## Apvienotie Arābu Emirāti

### Dubaijas tirdzniecības kamera

- Aizstāvības politika

<http://www.dubaichamber.com/>

Dubaijas tirdzniecības un rūpniecības kamera aktīvi aizstāv politikas veidošanu, iesniedzot valdībai un publiskajām institūcijām priekšlikumus. Kamera ļauj biedriem izklāstīt savas rūpes un vajadzības politikas veidošanas jomā, kas ietekmē uzņēmējdarbību, arī ar IĪ saistītos jautājumos.

Dubaijas kamera sniedz uzņēmējiem ar IĪ saistītu informāciju un atbild uz juridiska rakstura pieprasījumiem. Kamera arī regulāri organizē seminārus, apaļā galda diskusijas un praktiskas nodarbības šādos jautājumos: preču zīmju stratēģijas, preču zīmju izveidošana, aizsardzība un licencēšana, IĪ pārvaldība, autortiesības, patērētāju aizsardzība pret viltojumiem un Madrides sistēma starptautisko preču zīmju reģistrēšanā. Vairums pasākumu notiek Pasaules intelektuālā īpašuma dienā.

Dubaijas kamera piedāvā ārpusietas strīdu risināšanas pakalpojumus, lai risinātu strīdus par IĪ un tā pārkāpumiem. Mediācija ir ātra un izmaksu ziņā izdevīga alternatīva tiesvedībai. Tā ļauj strīdā iesaistītām pusēm rast radošus un praktiskus risinājumus, lai atrisinātu strīdus, nesaraucot biznesa attiecības.

alternate to litigation. It provides the disputing parties with an opportunity to come up with creative and practical solutions to settle disputes while preserving business relationships.

## Apvienotā Karaliste

### Skotijas intelektuālo aktīvu centrs

- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana

<http://www.ia-centre.org.uk>

Intelektuālo aktīvu centrs (IA centrs)<sup>31</sup>, kas atrodas Glāzgovā un kuru atbalsta Skotijas valdība, piedāvā tiešsaistes rīkus, ar kuriem uzņēmumi var īstenot savu potenciālu, pārvaldot savu IĪ. IA reģistrs (IA Register) atvieglo IĪ aktīvu identificēšanu un to var izmantot par kontrolsarakstu, lai gūtu ieskatu savu IĪ veidu esamībai. IA audits (IA Audit) palīdz uzņēmumiem identificēt, pārskatīt un novērtēt sev jau piederošos IĪ aktīvus. Šo informāciju var iekļaut biznesa plāna pielikumos, lai to izmantotu savas uzņēmējdarbības aktivitātēs un gūtu no sava IĪ labumus. IA aptaujas anketa (IA Questionnaire) ir paredzēta, lai noskaidrotu, kā uzņēmums ir mainījies laika gaitā, kā ir mainījušies tā pamatprodukti un tirgi kopš IĪ aktīvu izstrādes un komercializēšanas. Šīs anketas aizpildīšana neprasa speciālas zināšanas, bet labāk tomēr būtu, ja to aizpildītu IĪ aktīvu pārvaldības speciālista uzraudzībā. Visbeidzot IA rādītāju rīks ir vienkāršs tiešsaistes rīks, kuru var aizpildīt 20 minūtēs. Lai rīku izmantotu, jāreģistrējas tiešsaistē, kur ir pieejama arī tiešsaistes palīdzība. Rezultāts ir IĪ aktīvu īpašnieka reģistrs, kurš rāda katra aktīva lomu kopējā uzņēmuma vērtībā un palīdz izveidot aktivitāšu prioritātes. Šo rīku var arī izmantot iekšējai rādītāju novērtēšanai, izsekojot uzņēmuma veikumam laika gaitā un salīdzināt savu uzņēmumu ar līdzīgu nozaru un/vai lielumu uzņēmumiem.

## Amerikas Savienotās Valstis

### Savienoto Valstu starptautiskā biznesa padome (USCIB)

- Aizstāvības politika

<http://www.uscib.org>

USCIB veicina atvērtu tirgu politiku, konkurētspēju un inovāciju, ilgtspējīgu attīstību un korporatīvo atbildību, kuru atbalsta starptautiskas saistības un saprātīgs regulējums. Tās biedri ir ASV bāzētas globālas kompānijas un profesionālo konsultāciju uzņēmumi visos ASV ekonomikas sektoros, tā darbojas visos pasaules reģionos. Darbojoties unikālā ICC, Starptautiskās darbadevēju organizācijas (IOE) un EDSO Biznesa un rūpniecības konsultatīvās komitejas tīklā, USCIB sniedz ASV biznesa aprindu viedokli pasaules politikas veidotājiem un kompetentajām institūcijām, kā arī atvieglo starptautisko tirdzniecību un investīcijas.

USCIB sniedz priekšlikumus plašā politikas un regulējumu spektrā, nodarbinot 26 komitejas un daudz speciālo uzdevumu vienību. USCIB Intelektuālā īpašuma komiteja aktīvi piedalās IĪ aizsardzības veicināšanā un uzlabošanā, kā arī šo tiesību ievērošanas aktivitātēs visā pasaulē. USCIB jau sen ir atzinusi, ka IĪ aizsardzība ir viens no galvenajiem publiskās politikas pīlāriem straujā uz zināšanām balstītajā 21. gadsimta ekonomikā, kas veicina inovāciju, stimulē investīcijas novatoriskos projektos un tehnoloģiju un zināšanu izplatīšanā sociāli izdevīgā veidā. Tādā veidā USCIB Intelektuālā īpašuma komiteja ir forums ASV biznesa aprindu konsensa sasniegšanai galvenajos starptautiskās politikas jautājumos par IĪ aizsardzību, tādēļ tās pozīciju pēc tam var izmantot citas starptautiskās institūcijas visā pasaulē, pārstāvēt unificētu ASV rūpniecības vīziju šajos svarīgajos un aktuālajos jautājumos.

31 Nav zināma neviena cita kamera, kas pašreiz piedāvātu šāda veida pakalpojumu. Taču, apzinoties šāda pakalpojuma svarīgumu, Intelektuālo aktīvu centra, publisku pakalpojumu sniedzēja Skotijā, ir izanalizēta tā pieredze. Pilna informācija ir pieejama IA centra mājaslapā [www.ia-centre.org.uk](http://www.ia-centre.org.uk).

## Urugvaja

### Urugvajas nacionālā tirdzniecības un pakalpojumu kamera

- IĪ nodaļas izveidošana
- Apmācību pakalpojumi
- Konsultāciju pakalpojumu sniegšana
- Inovācijas stimulēšana un izplatīšana
- Aizstāvības politika

<http://www.cncs.com.uy/>

Urugvajas nacionālā tirdzniecības un pakalpojumu kamera ir izveidojusi IĪ veicināšanas centru, kurš sniedz vispārējas konsultācijas IĪ pārvaldībā. Centrs sniedz vispārīgu informāciju par IĪ, kā šos aktīvus aizsargāt, kādā formā, un kas ir IĪ likumu pārkāpums. Tas darbojas arī kā starpnieks šo jautājumu aspektā starp uzņēmumiem un novatoriem, institūcijām un ieinteresētajām personām ar mērķi piedāvāt saviem biedriem visaptverošus risinājumus.

Kamera veic izpratnes veicināšanas aktivitātes, sniedzot prezentācijas dažādās universitātēs, īpaši Starptautiskajā biznesa skolā, tam ir speciāla tīmekļa vietne un tiek izdots specializēts apkārtraksts; centrs rīko lekciju kursus un seminārus dažādās jomās un atbalsta Superbrands Initiative (superzīmolu iniciatīva). Ar WIPO un privātas kompānijas palīdzību centrs ir izdevis rokasgrāmatu "IĪ un uzņēmumi", kas tiek izplatīta visos semināros un citos pasākumos. Lielāko daļu aktivitāšu centrs spēj veikt, pateicoties sadarbībai ar citu institūciju speciālistiem attiecīgajā jomā. Bez tam centrs veido prezentācijas universitātēs, īpaši dizaineru, inženieru un komunikāciju specialitāšu vidū, lai veicinātu nākamo profesionāļu IĪ izpratni.

Apmācību jomā Urugvajas nacionālā tirdzniecības kamera un vietējā IĪ iestāde sadarbojas ar WIPO MVU nodaļu, organizējot vienas nedēļas 18 stundu intensīvo apmācību kursu "Praktiskais seminārs intelektuālā īpašuma jautājumos maziem uzņēmumiem (MVU)". Kamera ir organizējusi arī citus kursus un seminārus sadarbībā ar WIPO, PTO, IĪ iestādi, Autortiesību padomi un citiem IĪ aģentiem. Kamera arī īpašos semināros iepazīstina ar uzņēmumu labāko praksi un pieredzi.

Kamera ir ieviesusi IĪ Biznesa skolas kursus un kameras kursus par uzņēmējdarbību, ko pasniedz Zinātņu skolā (Urugvajas Republikas universitātē). Kamera piešķir "Diplomu IĪ un nemateriālo aktīvu pārvaldībā". Centrs popularizē arī franšīzingu, rīkojot speciālus seminārus un sniedzot konsultācijas, kā arī palīdzot ieviest šo priekšmetu oficiālos kameras Starptautiskās biznesa skolas mācībuursos.

Visbeidzot kamera piešķir nacionālo balvu pakalpojumu eksportētājiem, kuras piešķiršanā inovācijas ir viens no vērtēšanas kritērijiem. Šī balva tiek piešķirta oriģinālākajam pakalpojumu eksportētājam. Kamera ir arī Nacionālās inovāciju un pētniecības aģentūras padomē, kura izstrādā un finansē vairākas inovāciju atbalstošas nacionālās programmas. Nacionālā līmenī centrs ir Nacionālās komisijas cīņā pret viltojumiem un pirātismu locekle, šī padome veicina izpratni un veic piespiedu ievērošanas aktivitātes kopā ar policiju, tiesām un muitu. Tā piedāvā uzņēmumu partneru meklēšanu un tirgiem, ne tikai specifiski IĪ jomā. Kamera arī konsultē uzņēmumus par to, kuras institūcijas var sniegt finansiālu atbalstu inovāciju projektu attīstībā.

# Intelektuālā īpašuma resursi pēc temata (neizsmeļošs saraksts)

## Vispārīgi IĪ pārvaldības jautājumi

- IP PANORAMA 1. modulis <http://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>
- Ievads WIPO darbībā  
[http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo\\_smes\\_dub\\_10/wipo\\_smes\\_dub\\_10\\_ref\\_theme01\\_02.ppt](http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo_smes_dub_10/wipo_smes_dub_10_ref_theme01_02.ppt)
- WIPO un tās programma MVU  
[http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo\\_smes\\_dub\\_10/wipo\\_smes\\_dub\\_10\\_ref\\_theme01\\_03.ppt](http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo_smes_dub_10/wipo_smes_dub_10_ref_theme01_03.ppt)
- IP Management for Enhancing the Competitiveness of SMEs and Other Creative Communities  
[http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo\\_smes\\_dub\\_10/wipo\\_smes\\_dub\\_10\\_ref\\_theme1\\_4.ppt](http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo_smes_dub_10/wipo_smes_dub_10_ref_theme1_4.ppt)
- WIPO MVU brošūra <http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/brochure.pdf>
- Iepriekšējiem tematiem atbilstošas PowerPoint prezentācijas:  
[http://www.wipo.int/meetings/en/details.jsp?meeting\\_id=22222](http://www.wipo.int/meetings/en/details.jsp?meeting_id=22222)
- “The Management of Intellectual Property Rights by Small and Medium Sized Enterprises” (skatīt WIPO/ACAD/E/93/12 pieejama Adobe PDF formātā)
- “The Role of Intellectual Property Rights in the Promotion of Competitiveness and Development of Enterprises” (skatīt WIPO/IPR/MCT/99/5.A pieejama Adobe PDF formātā)
- “Corporate Strategies for Managing, Exploiting and Enforcing Intellectual Property Rights” (skatīt WIPO/IP/PK/98/7 pieejama Adobe PDF formātā)
- Nacionālo un reģionālo IĪ iestāžu kontaktinformācija <http://www.wipo.int/directory/en/>
- ICC komisija Intelektuālā īpašuma jautājumos <http://www.iccwbo.org/policy/ip/id3060/index.html>
- IĪ rīku komplekts kamerām <http://www.iccwbo.org/policy/ip/toolkit/id17122/index.html>

## Autortiesības

- IP PANORAMA 5. modulis  
<http://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>
- “Creative Expression – An Introduction to Copyright for Small and Medium-Sized Enterprises”  
<http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/>
- Autortiesību aizsardzība: labumu gūšana no literāriem un mākslas darbiem  
[http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_magazine/01\\_2003.pdf](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/01_2003.pdf)
- IĪ modes industrijā  
[http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_magazine/5\\_2005.pdf](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/5_2005.pdf)
- Autortiesību darbu un preču zīmju fotogrāfiju izmantošana  
[http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_magazine/3\\_2006.pdf](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/3_2006.pdf)
- Autortiesību darbu, preču zīmju un cilvēku fotogrāfiju iegūšanas juridiskie slazdi
- Ko darīt, ja esat apsūdzēts par autortiesību pārkāpumu  
[http://www.wipo.int/sme/en/documents/copyright\\_infringement.htm](http://www.wipo.int/sme/en/documents/copyright_infringement.htm)

## Patenti

- IP PANORAMA 3. modulis <http://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>
- “Inventing the Future – An Introduction to Patents for Small and Medium-Sized Enterprises” <http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/>
- Patentu kvalitāte: pretenzijās definēt tikai būtisko [http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_magazine/1\\_2006.pdf](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/1_2006.pdf)
- Patentu izmaksu pārvaldība: pārskats [http://www.wipo.int/sme/en/documents/managing\\_patent\\_costs.htm](http://www.wipo.int/sme/en/documents/managing_patent_costs.htm)
- Patentscope: WIPO piekļuves vieta patentu pakalpojumiem, kuri ietver resursus (daži resursi ir brīvi pieejami visām uzņēmēju organizācijām vismazāk attīstītās valstīs un par zemu cenu atsevišķām attīstības valstīm), ieskaitot piekļuvi pētniecībai attīstības un inovācijas nolūkā (aRDi), piekļuvi specializētai patentu informācijai (ASPI), tehnoloģiju un inovācijas atbalsta centriem (TISCs) <http://www.wipo.int/patentscope/en/programs/>
- IP PANORAMA 6. modulis <http://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>
- Stratēģijas un konkurētspējas pētījumu saskare: pētījumu pārfokusēšana, lai iegūtu stratēģijai būtisku informāciju [http://osint.pbworks.com/f/Fahey\\_2007.pdf](http://osint.pbworks.com/f/Fahey_2007.pdf)
- IT informācijas pakalpojumu inovācija [http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip\\_info\\_serv\\_innov.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip_info_serv_innov.pdf)
- Patenti tehniskos standartos [http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_magazine/11\\_2005.pdf](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/11_2005.pdf)
- Patentmeklējumi: obligāti inovatīviem MVU [http://www.wipo.int/sme/en/documents/prior\\_art.html](http://www.wipo.int/sme/en/documents/prior_art.html)
- Tālāk par patentmeklējumiem [http://www.wipo.int/sme/en/documents/beyond\\_prior\\_art.htm](http://www.wipo.int/sme/en/documents/beyond_prior_art.htm)

## Preču zīmes, kolektīvās zīmes, sertifikācijas zīmes un ģeogrāfiskās norādes

- IP PANORAMA 2. modulis <http://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>
- “Making a Mark – An Introduction to Trademarks for Small and Medium-Sized Enterprises” <http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/>
- Preču zīmju loma tirgvedībā [http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_magazine/02\\_2002.pdf](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/02_2002.pdf)
- Preču zīmes lietošana: pamattiesību iegūšana [http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_magazine/3\\_2004.pdf](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/3_2004.pdf)
- Preču zīmju un tirgvedības sinerģija [http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_magazine/5\\_2006.pdf](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/5_2006.pdf)
- Ko drīkst un ko nedrīkst izvēlēties par zīmolu? [http://www.wipo.int/sme/en/documents/brand\\_choosing.htm](http://www.wipo.int/sme/en/documents/brand_choosing.htm)
- Identisku un līdzīgu preču zīmju neatkarīga pastāvēšana un līdzāspastāvēšana [http://www.wipo.int/sme/en/documents/trademarks\\_identical.htm](http://www.wipo.int/sme/en/documents/trademarks_identical.htm)
- Kolektīvo un sertifikācijas zīmju loma maziem uzņēmējiem [http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_magazine/09\\_2002.pdf](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/09_2002.pdf)
- Kolektīvo zīmju lietošana tradicionālo produktu aizsardzībai [http://www.wipo.int/sme/en/documents/collective\\_mark.htm](http://www.wipo.int/sme/en/documents/collective_mark.htm)
- Intelektuālā īpašuma loma tūrisma nozares konkurētspējas palielināšanā [http://www.wipo.int/sme/en/documents/tourism\\_ip.html](http://www.wipo.int/sme/en/documents/tourism_ip.html)
- Vērtības celšana reģionālas izcelsmes tradicionāliem produktiem - rokasgrāmata kvalitātes nodrošināšanas konsorcijs izveidei (2010) [http://www.unido.org/fileadmin/user\\_media/Publications/Pub\\_free/Adding\\_value\\_to\\_traditional\\_products\\_of\\_regional\\_origin.pdf](http://www.unido.org/fileadmin/user_media/Publications/Pub_free/Adding_value_to_traditional_products_of_regional_origin.pdf)
- Cilvēku, vietu un produktu sasaiste - rokasgrāmata kvalitātes reklamēšanai saistībā ar ģeogrāfisko izcelsmi un ilgtspējīgas ģeogrāfiskās norādes (2009) <http://www.foodquality-origin.org/guide/guide.pdf>

## Dizainparaugi

- IP PANORAMA 2. modulis <http://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>
- “Looking Good – An Introduction to Industrial Designs for Small and Medium-Sized Enterprises” <http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/>
- Dizaina spēks tirgus veismē [http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_magazine/03\\_2002.pdf](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/03_2002.pdf)

## Komercnoslēpumi

- IP PANORAMA 4. modulis par komercnoslēpumiem <http://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>
- “In Confidence” drīz būs pieejama <http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/>
- Komercnoslēpumi ir zelta tīrradņi : sargājiet tos [http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_magazine/04\\_2002.pdf](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/04_2002.pdf)
- Komercnoslēpumi: politikas ietvars un labākā prakse [http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_magazine/05\\_2002.pdf](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/05_2002.pdf)
- Konfidencialas informācijas atklāšana [http://www.wipo.int/sme/en/documents/disclosing\\_inf.htm](http://www.wipo.int/sme/en/documents/disclosing_inf.htm)
- Kas darba ņēmējam jāzina par komercnoslēpumiem [http://www.wipo.int/sme/en/documents/employees\\_confidentiality.htm](http://www.wipo.int/sme/en/documents/employees_confidentiality.htm)
- ICC konfidencialitātes līguma paraugs <http://www.iccbooks.com>

## Tiešsaistes resursu problēmas

- IP PANORAMA 8. modulis <http://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>
- Panākumi biznesā, autortiesības un digitālā vide [http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_magazine/03\\_2003.pdf](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/03_2003.pdf)
- IĪ un e-komercija: kā rūpēties par sava uzņēmuma mājaslapu [http://www.wipo.int/sme/en/documents/pdf/business\\_website.pdf](http://www.wipo.int/sme/en/documents/pdf/business_website.pdf)

## Starptautiskie aspekti un tirdzniecība

- IP PANORAMA 9. modulis <http://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>
- MVU vai mikromultinacionāli uzņēmumi? Madrides sistēmas lietošana starptautiskā zīmolvēdībā [http://www.wipo.int/sme/en/documents/madrid\\_system\\_branding.htm](http://www.wipo.int/sme/en/documents/madrid_system_branding.htm)
- Ārzonu ārpakalpojumu problēmas: IĪ aspekts <http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/outsourcing.pdf>
- Starptautiskā tehnoloģiju tirdzniecība – Zinātības un komercnoslēpumu licencēšana [http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/trade\\_technology.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/trade_technology.pdf)
- Paralēlais imports un starptautiskā tirdzniecība [http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/atrip\\_gva\\_99/atrip\\_gva\\_99\\_6.pdf](http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/atrip_gva_99/atrip_gva_99_6.pdf)
- Starptautiskās tirdzniecības centrs <http://www.intracen.org/>
- Pasaules kameru tīkls: informācija par valstu tirdzniecību un uzņēmējdarbību <http://www.worldchambers.com>

- Amerikas valstu organizācija: informācija par valstīm eksportētājiem uz Latīņ- vai Ziemeļamerikas valstīm datubāzes SICE sadaļā "Trade and Integration."  
<http://www.oas.org/>
- SBA 6. soļi, lai sāktu eksportu īpaši amerikāņu kompānijām  
<http://www.sba.gov/content/6-steps-begin-exporting>
- ICC parauglīgumi
  - Starptautiskās tehnoloģiju pārneses līgums
  - izplatītāju parauglīgums
  - atsevišķi izplatītāju parauglīgumi<http://www.iccbooks.com>

## Tiesību piespiedu ievērošana un strīdu izšķiršana

- ICC BASCAP tīmekļa vietne <http://www.iccwbo.org/bascap/id1127/index.html>
- ICC "IP Guidelines for Business" – šie ieteikumi ir pieejami vairākās valodās, tajos ir praktiska informācija uzņēmējiem: kas jādara, lai aizsargātu savus radošās un novatoriskās darbības produktus un pakalpojumus, kuru pamatā ir IĪ, kā arī, kā aizsargāties pret viltotu materiālu iegūšanas un svešu IĪ tiesību pārkāpšanas risku  
<http://www.iccwbo.org/bascap/index.html?id=24276>
- ICC BASCAP pētījums par pirātisma un viltojumu ekonomisko ietekmi  
<http://www.iccwbo.org/bascap/id1127/index.html>
- ICC strīdu izšķiršanas pakalpojumi - arbitrāžas noteikumi un pakalpojumi, kā arī miermīlīga strīdu izšķiršana, ieskaitot mediāciju, kuru var piemērot ar IĪ saistītos strīdos -  
<http://www.iccwbo.org/court/>
- "We Must Talk Because We Can: Mediating International Intellectual Property Disputes"  
<http://www.iccbooks.com/Product/ProductInfo.aspx?id=491>
- ICC publikācijas un apmācība strīdu izšķiršanā -  
<http://www.iccbooks.com> and <http://www.iccwbo.org/events/id34191/index.html>
- WIPO strīdu risināšanas resursi  
[http://www.wipo.int/sme/en/ip\\_business/ip\\_dispute/dispute\\_resolution.htm](http://www.wipo.int/sme/en/ip_business/ip_dispute/dispute_resolution.htm)
- "The Role of The Government Authorities in the Enforcement of Intellectual Property Rights"  
[http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo\\_iprju\\_bey\\_99/wipo\\_iprju\\_bey\\_99\\_5b.pdf](http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo_iprju_bey_99/wipo_iprju_bey_99_5b.pdf)
- InnovAccess tiesību ievērošanas piespiedu pasākumu labākā prakse  
[http://www.innovaccess.eu/enforcement\\_best\\_practices.html](http://www.innovaccess.eu/enforcement_best_practices.html)

## Licencēšana

- iP PANORAMA 7. un 12. modulis <http://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>
- Vērtību mija - sarunas par tehnoloģiju licencēšanas līgumiem - Mācību materiāls  
[http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/technology\\_licensing.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/technology_licensing.pdf)
- Veiksmīga tehnoloģijas licencēšana  
[http://www.wipo.int/ip-development/en/strategies/pdf/publication\\_903.pdf](http://www.wipo.int/ip-development/en/strategies/pdf/publication_903.pdf)
- Franšīzings un licencēšana - Kas tas ir un kā no tām gūt labumu?  
<http://www.wipo.int/sme/en/documents/franchising.htm>
- IĪ licencēšana: labumu gūšana  
[http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_magazine/06\\_2003.pdf](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/06_2003.pdf)
- Gudra tirgvedība: IĪT tirdzniecība  
<http://www.wipo.int/sme/en/documents/merchandising.htm>
- IĪ sistēmas loma jaunu produktu izstrādē un tirgvedībā  
<http://www.wipo.int/sme/en/documents/pdf/lifecycle.pdf>
- ICC starptautiska preču zīmes parauglicence <http://www.iccbooks.com>

## Franšīzings

- Jauna uzņēmuma dibināšana: franšīzes iegūšanas opcija  
[http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_magazine/11\\_2003.pdf](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/11_2003.pdf)
- ICC starptautiskas franšīzes parauglīgums”  
<http://www.iccbooks.com>

## IĪ un finanses: IĪ aktīvu vērtēšana un iegrāmatošana; uz IĪ balstīta finansēšana

- IP PANORAMA 11. modulis  
<http://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>
- IĪ finansēšana: desmit baušļi  
[http://www.wipo.int/wipo\\_magazine/en/2008/05/article\\_0002.html](http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2008/05/article_0002.html)
- Patentu izmaksu pārvaldība: pārskats  
[http://www.wipo.int/sme/en/documents/managing\\_patent\\_costs.htm](http://www.wipo.int/sme/en/documents/managing_patent_costs.htm)
- Atskaites par IĪ [http://www-dev.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo\\_smes\\_dub\\_10/wipo\\_smes\\_dub\\_10\\_ref\\_theme15\\_02.ppt](http://www-dev.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo_smes_dub_10/wipo_smes_dub_10_ref_theme15_02.ppt)
- ICC IĪ ceļa kartes “Current and Emerging Intellectual Property Issues for Business: a Roadmap for Business and Policy Makers” sadaļa par IĪ vērtēšanu  
<http://www.iccwbo.org/policy/ip/id2950/index.html>

## IĪ pārvaldības loma efektīvās valsts-universitāšu/pētniecības institūtu-rūpniecības attiecībās

- IĪ īpašumtiesības: izvairīšanās no strīdiem  
[http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_magazine/11\\_2002.pdf](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_magazine/11_2002.pdf)

## IĪ aktīvu pārvaldība: IĪ audits un pienācīgas rūpes par IĪ

- IP PANORAMA 10. modulis  
<http://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>
- IĪ audits: Rokasgrāmata “How To”  
[http://www.wipo.int/sme/en/documents/ip\\_audit.htm](http://www.wipo.int/sme/en/documents/ip_audit.htm)
- Gatavība izrādīt pienācīgas rūpes par IĪ  
[http://www.wipo.int/sme/en/documents/due\\_diligence\\_readiness.html](http://www.wipo.int/sme/en/documents/due_diligence_readiness.html)

## IĪ politikas problēmas

- ICC IĪ ceļa karte “Current and Emerging Intellectual Property Issues for Business: Roadmap for Business and Policy Makers”  
<http://www.iccwbo.org/policy/ip/id2950/index.html>
- “Intellectual Property: Powerhouse for Innovation and Economic Growth”:  
<http://www.iccwbo.org/policy/ip/id41147/index.html>
- ICC politikas dokumenti, ziņojumi un informācija par dažādām starptautiskām IĪ problēmām <http://www.iccwbo.org/policy/ip/id3060/index.html> (Intelektuālā īpašuma komisija) un <http://www.iccwbo.org/bascap/id1127/index.html> (BASCAP (viltojumi un pirātisms))

# Intelektuālā īpašuma resursi pēc reģiona

## (neizsmeļošs saraksts)

### Āfrika

- Āfrikas intelektuālā īpašuma organizācija (OAPI)  
<http://www.oapi.int/>
- Āfrikas reģionālā intelektuālā īpašuma organizācija  
<http://www.aripo.org/>

### Amerikas

- Kanādas intelektuālā īpašuma iestāde  
<http://cipo.ic.gc.ca/>
- Amerikas Savienoto Valstu tirdzniecības departaments, stratēģija cīņā pret organizēto pirātismu (STOP!)  
[www.stopfakes.gov](http://www.stopfakes.gov)

### Āzija

- Sērfo pa IĪ: <http://www.surfip.gov.sg>
- Indijas tehniskās informācijas, prognozēšanas un novērtēšanas padome  
<http://www.indianpatents.org.in>
- Ievads IĪT darbapgaldu ražošanas nozarei; skats uz nākotni (2005)  
[http://www.imtma.in/index.php?page=machine\\_tool\\_intellectual\\_guide](http://www.imtma.in/index.php?page=machine_tool_intellectual_guide)
- Singapūras intelektuālā īpašuma iestāde <http://www.ipos.gov.sg>
- Ķīnas intelektuālā īpašuma mācību centrs <http://www.ciptc.org.cn>
- Korejas intelektuālā īpašuma iestāde <http://www.kipo.go.kr>
- Korejas sieviešu izgudrotāju asociācija <http://www.inventor.or.kr/>
- Andhra Pradesh tehnikas attīstības un popularizēšanas centrs <http://www.aptdc.com>
- Pendžabas intelektuālā īpašuma atbalsta centrs mikro, maziem un vidējiem uzņēmumiem  
<http://www.pscst.com/en/services/IPFC.htm>

### Eiropa

- Eiropas patentu iestāde  
<http://www.epo.org>
- IP United Kingdom <http://www.ipo.gov.uk/>
- "Your Software and How to Protect it" (Eiropas Komisija)  
[ftp://ftp.cordis.lu/pub/innovation-smes/docs/brochure\\_ipr\\_software\\_protection\\_en.pdf](ftp://ftp.cordis.lu/pub/innovation-smes/docs/brochure_ipr_software_protection_en.pdf)
- Ķīnas IĪT atbalsta dienests MVU, Eiropas Savienības finansēts projekts  
<http://www.china-IPRhelpdesk.eu>
- Itālijas tirdzniecības komitejas intelektuālā īpašuma tiesību dienests – Seulas birojs [iprdesk.seoul@ice.it](mailto:iprdesk.seoul@ice.it)
- Šveices federālais intelektuālā īpašuma institūts <http://www.ipi.ch> satur speciālus resursus MVU vajadzībām: <https://sme.ipi.ch/en/home.html>
- IpeuropAware: šis resurss piedāvā ar resursiem bagātas tīmekļa vietnes, kuras var izmantot uzņēmēju organizācijas, lai izstrādātu savas mācību programmas.  
<http://www.ipeuropaware.eu>
- IPR-Helpdesk:  
<http://www.ipr-helpdesk.eu>
- InnovAccess: (satur IĪ instrumentu komplektu, kurš ir noderīgs starpniecības pakalpojumu sniegšanā saviem biedriem) <http://www.innovaccess.eu/home.html>

- Ip4inno: intelektuālais īpašums inovācijā piedāvā tiešsaistes mācību materiālus un kursus uzņēmēju atbalsta organizācijām.  
<http://www.ip4inno.eu>
- Iekšējā tirgus saskaņošanas biroja brošūras ir pieejamas EN, ES, DE, FR un IT valodā, tās satur arī CD ar e-apmācības ātro instrukciju par ĪĪ, preču zīmēm un dizainparaugiem tajās pašās valodās, tās var pasūtīt pa e-pastu [Information@oami.europa.eu](mailto:Information@oami.europa.eu)  
<http://oami.europa.eu/ows/rw/pages/index.en.do>
- Eiropas biznesa atbalsta tīkls  
[http://www.enterprise-europe-network.ec.europa.eu/index\\_en.htm](http://www.enterprise-europe-network.ec.europa.eu/index_en.htm)
- Somijas nacionālā patentu un reģistrāciju padome (NBPR) ir izdevusi rokasgrāmatu par ĪĪ problēmām biznesa darbībā  
<http://palveluverkko.prh.fi/immateriaalityokirja/>

## Okeānija

- IP Australia  
<http://www.ipaustralia.gov.au/index.html>
- Intelektuālā īpašuma rokasgrāmata biotehnoloģijas jomā (Biotechnology Australia)  
[http://www.biotechnology.gov.au/Primary\\_Producers/IP\\_Management/IP\\_Training\\_Manual/ip\\_training\\_manual.asp](http://www.biotechnology.gov.au/Primary_Producers/IP_Management/IP_Training_Manual/ip_training_manual.asp)
- Technology New Zealand – rokasgrāmata ar P&A līgumu paraugiem  
[http://www.nmi.is/files/%7Be5afde1b-a19c-45b7-b555-8a74df52045e%7D\\_a\\_guide\\_to\\_r%26d\\_agreements.pdf](http://www.nmi.is/files/%7Be5afde1b-a19c-45b7-b555-8a74df52045e%7D_a_guide_to_r%26d_agreements.pdf)
- Intelektuālā īpašuma rokasgrāmata inženieru kolektīviem (2009)  
<http://www.sprusons.com.au/pdf/IP%20Manual%20for%20Engineering%20Team.pdf>
- Rokasgrāmata intelektuālā īpašuma pārvaldībai biotehnoloģijas jomā  
<http://www.sprusons.com.au/pdf/Biotechnology%20Intellectual%20Property%20Management%20Manual.pdf>
- Ieteikumi ĪĪ jomā Austrālijas apģērbu ražošanas un modes dizaina industrijā (2007)  
<http://www.ipfashionrules.gov.au/UserFiles/File/handbook.pdf>
- ĪĪ pārvaldība: rokasgrāmata elektrības un elektronikas rūpniecības nozarēm (2007)  
[http://www.sprusons.com.au/pdf/IP\\_Management\\_Guide\\_%28lowres%29.pdf](http://www.sprusons.com.au/pdf/IP_Management_Guide_%28lowres%29.pdf)
- ĪĪ rokasgrāmata biotehnoloģijā (2001)  
[http://www.sprusons.com.au/pdf/Biotechnology\\_IP\\_Manual.pdf](http://www.sprusons.com.au/pdf/Biotechnology_IP_Manual.pdf)

