

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
BIZNESA, VADĪBAS UN EKONOMIKAS FAKULTĀTE
Globālās ekonomikas starpdisciplināro studiju nodaļa

**INTELEKTUĀLĀ (RŪPNIECISKĀ) ĪPAŠUMA AIZSARDZĪBA
KĀ KONKURĒTSPĒJU VEICINOŠS FAKTORS UZŅĒMUMIEM
LATVIJĀ UN EIROPĀ**

Intellectual (industrial) property protection as a factor contributing
to the competitiveness of enterprises in Latvia and Europe.

DIPLOMDARBS

Starptautisko ekonomisko attiecību profesionālā bakalaura studiju programmā

Autore: **Līva Kuharenko**

Studenta apliecības numurs: lk13106

Darba vadītājs: Docents Dr. iur. Inese Kalniņa

RĪGA 2017

Anotācija

Intelektuālā īpašuma jēdziens kļūst ar vien svarīgāks mūsdienu sīvās konkurences pasaulē. Tāpēc ir ļoti svarīgi informēt un izglītēt iedzīvotājus par tā sniegtajām priekšrocībām, proti, intelektuālā kapitāla pieaugumu, identitātes nostiprināšanu tirgū, labu reputāciju un izņēmuma tiesībām uz aizsargāto objektu, lai paaugstinātu uzņēmumu un valsts konkurētspēju.

Diplomdarba tēma ir Intelektuālā (rūpnieciskā) īpašuma aizsardzība kā konkurētspēju veicinošs faktors uzņēmumiem Latvijā un Eiropā.

Diplomdarba mērķis - izpētīt, cik lielu ietekmi uz konkurētspēju veido rūpnieciskā īpašuma aizsardzība, konkurētspējas indeksa attiecinājumu uz aizsargāto rūpnieciskā īpašuma objektu skaitu, salīdzināt un analizēt datus starp piecām dažādām valstīm.

Darba apjoms ir 65 lapaspuses, tajā ir 3 tabulas, 35 attēli un viens pielikums.

Atslēgas vārdi: preču zīmes, patenti, izglītības trūkums, viltojumu pieaugums, konkurētspējas paaugstināšana.

Annotation

Intellectual property concept is becoming more and more important in today's fierce competition in the world. So it is very important to inform and educate people about its benefits, that is, intellectual capital growth by strengthening the identity of the market, good reputation and the exclusive rights to protected objects, to raise enterprises and national competitiveness.

Diploma thesis's theme is Intellectual (industrial) property protection as a factor contributing to the competitiveness of enterprises in Latvia and Europe.

The aim of the diploma thesis - to explore how big impact on competitiveness consist of industrial property protection, the competitiveness index of the extension of the protected industrial property item number, to compare and analyse data among five different countries.

The extent of thesis is 65 pages, including 3 tables, 35 pictures and one appendix.

Keywords: trademarks, patents, lack of education, forge growth, increase the competitiveness.

SATURA RĀDĪTĀJS

| | |
|--|----|
| Apzīmējumu saraksts..... | 4 |
| Ievads..... | 5 |
| 1. INTELEKTUĀLĀ ĪPAŠUMA AIZSARDZĪBA | 7 |
| 1.1. Intelektuālā īpašuma jēdziens un būtība | 7 |
| 1.2. Intelektuālā īpašuma aizsardzības pirmsākumi..... | 8 |
| 1.3. Intelektuālā īpašuma aizsardzības organizācijas un to mērķis..... | 9 |
| 1.4. Rūpnieciskā īpašuma aizsardzības veidi | 15 |
| 2. INTELEKTUĀLĀ ĪPAŠUMA NOZĪME UZŅĒMĒJDARBĪBĀ | 18 |
| 2.1. Intelektuālā īpašuma ietekme uz ekonomisko situāciju..... | 18 |
| 2.2. Konkurētspējas jēdziens un to ietekmējošie faktori | 22 |
| 2.3. Intelektuālā kapitāla jēdziens uzņēmumā un sasaiste ar Ī | 26 |
| 3. Ī IETEKME UZ VALSTU KONKURĒTSPĒJU | 31 |
| 3.1. Ī aizsardzības datu analīze dažādās valstīs | 31 |
| 3.1.1. Latvijas Ī aizsardzības datu analīze | 31 |
| 3.1.2. Itālijas Ī aizsardzības datu analīze | 34 |
| 3.1.3. Vācijas Ī aizsardzības datu analīze | 37 |
| 3.1.4. Igaunijas Ī aizsardzības datu analīze | 40 |
| 3.1.5. Slovēnijas Ī aizsardzības datu analīze | 43 |
| 3.2. Iedzīvotāju izpratne par Ī..... | 46 |
| 3.3. Valstu salīdzinājums | 48 |
| 4. Intelektuālā īpašuma problēmas un nākotnes vīzija | 52 |
| Secinājumi | 58 |
| Priekšlikumi..... | 59 |
| Izmantotā literatūra un avoti..... | 60 |
| Pielikumi..... | 63 |
| 1. pielikums_Pasaules ekonomikas foruma „Globālās konkurētspējas indeksa ziņojums 2016.-2017.gadam” rezultāti | 64 |

Apzīmējumu saraksts

ANO – Apvienoto Nāciju organizācija

CHF – Šveices franks

DP – dizainparaugs

EK – Eiropas Kopiena

EPI – Eiropas Patentu iestāde

EPO – Eiropas Patentu organizācija

EUIPO – European Union Intellectual Property Office

GIN – ģeogrāfiskās izcelsmes norādes

Ī – intelektuālais īpašums

ĪT – intelektuālā īpašuma tiesības

IKP – iekšzemes kopprodukts

ITSB – Iekšējā Tirgus saskaņošanas birojs

LR PV – Latvijas Republikas Patentu Valde

MVU – mazi un vidēji uzņēmumi

n/d – nav datu

nac. – nacionālā/ais

OECD - Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācija (Organisation for Economic Co-operation and Development)

PCT – Patent Cooperation Treaty

PTO – Pasaules tirdzniecības organizācija

PZ – preču zīme

TRIPS līgums – Agreement on trade-related aspects of intellectual property rights

USD – ASV dolārs

WIPO – World Intellectual Property Office

ASV – Amerikas Savienotās valstis

DE – Vācija

IT – Itālija

EE – Igaunija

LV – Latvija

SI - Slovēnija

Ievads

Mūsdienu sīvās konkurences apstākļos, uzņēmumiem kļūst arvien grūtāk konkurēt savā starpā, jo katrs vēlas ieņemt noteicošo pozīciju tirgū vai kādā tās daļā. Absolūtā monopola uzņēmumu kļūst arvien mazāk, jo konkurence liek uzņēmumiem virzīties un attīstīties, lai paaugstinātu savu konkurētspēju starp pārējiem tirgus dalībniekiem.

Neviena uzņēmuma pastāvēšana nav iedomājama bez darbībām, kas paaugstinātu tā konkurētspēju, jo tieši augstāka konkurētspēja ļauj uzņēmumam iegūt lielāku tirgus daļu attiecīgajā jomā.

Uzņēmuma konkurētspēju jau sen vairs nenosaka tikai produktu vai pakalpojumu kvalitāte vai pieejamība, kas, protams, arī ir nozīmīgi faktori. Pēdējos gados tirgū parādījies tāds jēdziens kā intelektuālais kapitāls, kas ietver uzņēmuma dalībnieku zināšanu kopumu un to radīto rezultātu, arī radošumu un spēju citādi panākt unikālu rezultātu. Intelektuālā kapitāla sniegtais rezultāts ir intelektuālais īpašums, kas sniedz uzņēmumam lielu pievienoto vērtību. Taču pievienotā vērtība ir vērtīga, kad to neviens nespēj atņemt. Lielās konkurences pasaulē katrai jaunajai idejai ir finansiāla vērtība, to saglabāt, palielināt vai vienkārši pasargāt no konkurentiem var tikai aizsargājot intelektuālo īpašumu.

Ī aizsardzība joprojām tikai aug un attīstās, lai būtu pieejamāka ikvienam tirgus dalībniekam, kura mērķis ir būt pēc iespējas konkurētspējīgākam. Aizsardzības process ir dārgs, sarežģīts un lielākoties garš. Daudzās pasaules valstīs Ī aizsardzība uzsākta tikai pavisam nesen. Ī aizsardzības mērķis ir ievērojot tiesiskos regulējumus, nodrošināt izņēmuma tiesības uz aizsargāto objektu tās īpašniekam. Katras valsts konkurētspēju pasaulē nosaka tajā esošie uzņēmumi un viņu konkurētspēja, biznesa vide, IKP un citi rādītāji. Konkurētspēju ietekmējošs faktors ir arī intelektuālā īpašuma aizsardzība no institūciju viedokļa un rūpniecisko īpašumu aizsardzības apjoms.

Diplomdarbā ir apskatīti Ī apakšjomas – rūpnieciskā īpašuma trīs galvenie aizsargājami objekti, proti, preču zīmes, dizainparaugi un patenti, jo tieši šos objektus visbiežāk izmanto uzņēmējdarbībā, lai pozicionētos tirgū ar atšķirīgu precī vai pakalpojumu.

Diplomdarba pētījuma objekts ir rūpnieciskā īpašuma aizsardzība Latvijā un pasaulē un valstu konkurētspēja.

Diplomdarba mērķis ir izpētīt, cik lielu ietekmi uz konkurētspēju veido rūpnieciskā īpašuma aizsardzība, konkurētspējas indeksa attiecinājumu uz aizsargāto rūpnieciskā īpašuma objektu skaitu, salīdzināt un analizēt datus starp piecām dažādām valstīm.

Uzdevumi mērķa sasniegšanai:

1. Noskaidrot rūpnieciskā īpašuma objektu jēdzienu un teorētiskos aspektus, aizsardzības metodes un tiesiskos regulējumus;
2. Apkopot informāciju par konkurētspēju un tās ietekmējošiem faktoriem;
3. Analizēt un salīdzināt piecu dažādu valstu datus par rūpnieciskā īpašuma aizsardzību un konkurētspēju;
4. Analizēt EUIPO veiktās profesionāļu viedokļus par IĪ ieguvumiem un problēmām;
5. Izstrādāt secinājumus.

Darbs sastāv no teorētiskās un praktiskās daļas un satur četras nodaļas. Pirmajā nodaļā tiek apskatīts kā ir radies IĪ un organizācijas, kas regulē tā tiesību norisi un aizsardzību ikdienā, lai būtu priekšstats par to, cik dažādu organizāciju ir, kas aizsargā IĪ. Kā arī izdevīgākie rūpnieciskā īpašuma aizsardzības ceļvedis, pēc kura vadoties varētu izprast, nepieciešamāko aizsardzības veidu.

Otrajā nodaļā darba autore apskatīja IĪ ietekmi uz ekonomiku, jo no ekonomikas mūsdienās ir atkarīga visa uzņēmējdarbības vide, tā sastāv no konkurentiem un tirgus problēmām, ar ko ir nepieciešams strādāt un saprast kā risināt problēmas.

Praktiskajā daļā jeb trešajā nodaļā, tiek apkopoti un analizēti IĪ aizsardzības dati, jo tie visprecīzāk parāda, kāda aktivitāte IĪ jomā ir konkrētā valstī, izceļ mazāk aizsargāto objektu grupu. Kā arī tiek analizēts iedzīvotāju zināšanu līmenis un izpratne par IĪ. Ceturtajā nodaļā ir apkopoti IĪ jomas speciālistu viedokļi par mūsdienu lielākajām problēmām, un piedāvāti dažādi risināšanas veidi un idejas, lai uzlabotu IĪ jomu.

Darba autore pētījumā izmantoja grafisko metodi, lai konstruktīvi un uzskatāmi atspoguļotu apkopotos datus no dažādām datubāzēm. Tāpat darba autore izmanto socioloģisko pētījuma metodi, lai analizētu sekundāros datus - pētījumus un intervijas.

Darba autore sekundāros datus par valstīm apkopoja un analizēja par laika posmu no 2010. līdz 2016. gadam, jo IĪ joma attīstās ļoti strauji, un padziļinātu datu izpēti par agrāku laika periodu neatspoguļotu precīzu ietekmi uz pašreizējo konkurētspēju.

Darba autore diplomdarbā neapskatīs tādus intelektuālā īpašuma autortiesību apakšjomu, kas ietver sevī literatūras, mākslinieciskos un zinātniskos darbus, jo uzskata, ka uzsākot uzņēmējdarbību darbojoties tajā biežāk tiek izmantoti rūpnieciskā īpašuma objekti, kas veicina uzņēmumu attīstību un konkurētspēju.

Diplomdarbā veiktā analīze un pētījumi pamatojas uz LR likumdošanā iekļautajiem likumiem, autoru grāmatām, Latvijas un ārvalstu zinātnieku darbiem, statistikas datiem, publikācijām zinātnisko rakstu krājumos un periodikā, kā arī interneta vidē pieejamiem materiāliem.

1. INTELEKTUĀLĀ ĪPAŠUMA AIZSARDZĪBA

1.1. Intelektuālā īpašuma jēdziens un būtība

Intelektuālā īpašuma apakšjoma - rūpnieciskais īpašums, Latvijā un citur pasaulē ir maz pazīstama, tomēr cilvēki, pašiem neapzinoties, ar to saskaras katru dienu, tieši tāpēc joma, kas pārstāv tiesības, kas saistītas ar izgudrojumu patentiem, pusvadītāju izstrādājumu topogrāfijām, preču zīmēm un dizainparaugiem¹, ir ļoti svarīga mūsdienu ekonomiski attīstītajā pasaulē. Preču zīme ir apzīmējums, ko lieto, lai kāda uzņēmuma preces atšķirtu no citu uzņēmumu precēm, ietver arī pakalpojumu zīmes un kolektīvās zīmes.² Kā piemēram, uzņēmuma nosaukums, produkta nosaukums, kas aizsargāts gan vārdiski, gan stilizētā veidā. Dizainparaugs ir izstrādājuma vai tā daļas ārējais veidols, kas izriet no izstrādājuma vai tā rotājuma (ornamenta) īpatnībām, it sevišķi, no līniju, apveida, krāsu, formas, virsmas struktūras vai izmantoto materiālu īpatnībām.³ Izstrādājums ir jebkurš rūpniecisks vai amatniecisks darinājums, arī daļas, kas paredzētas savienošanai kompleksā izstrādājumā, iepakojums, apdare, grafiski simboli un tipogrāfijas šrifti.⁴ Tā varētu būt jauna pudeles forma, vai apģērba gabala dizains, ko īpašnieks nevēlas, lai kāds cits izmantotu savos tērpos.

Izgudrojums ir aizsargājams ar patentu jebkurā tehnikas jomā, ja izgudrojums ir jauns, tam ir izgudrojuma līmenis un tas ir rūpnieciski izmantojams. Izgudrojumu uzskata par jaunu, ja tas nav tehnikas līmeņa daļa, proti, tehnikas līmenis ietver jebkuras zināšanas, kas ir publiski pieejamas rakstveidā vai mutvārdos, ir publiski lietotas vai izpaustas jebkurā citā veidā pirms patenta pieteikuma datuma. Izgudrojumu uzskata par atbilstošu izgudrojuma līmenim, ja, ņemot vērā tehnikas līmeni, izgudrojums nav acīmredzams lietpratējam attiecīgajā tehnikas jomā. Izgudrojumu uzskata par rūpnieciski izmantojamu, ja tā objektu var izgatavot vai to var lietot kādā rūpniecības nozarē, lauksaimniecībā vai citā tautsaimniecības jomā. Par izgudrojumiem rūpnieciskā īpašuma jomā neuzskata: atklājumus, zinātniskas teorijas un matemātiskas metodes, estētiskus risinājumus, plānus, komercdarbības vai spēļu noteikumus un paņēmienus, kā arī datorprogrammas, informācijas sniegšanas paņēmienus. Patentu piešķir biotehnoloģiskajiem izgudrojumiem un izgudrojumiem, kas skar valsts aizsardzības intereses, Aizsardzības ministrija tam var piešķirt slepena izgudrojuma statusu.⁵

Ik dienas, lietojot internetu, datoru, enerģiju, cilvēki pat neapzinās, ka tieši tas ir intelektuālais īpašums, kāds pirms laika to bija izgudrojis, lai mēs to varētu lietot tagad.

¹ Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likums, 1. panta 1.punkts, spēkā esošs no 01.01.2016.

² Likums par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm, 1.panta 1. punkts, spēkā esošs no 15.07.1999.

³ Dizainparaugu likums, 1.panta 1. punkts, spēkā esošs no 18.11.2004.

⁴ Turpat 1.panta 2.punkts

⁵ Patentu likums, 1.-11.pants, spēkā esošs no 01.03.2007.

Katram intelektuālā īpašuma objektam, ir izgudrotājs, kas gūst ekonomisku labumu, no sava īpašuma, kā arī patērētājs, kas vēlas lietot vai iegūt to savā īpašumā, un tieši intelektuālā īpašuma aizsardzība nodarbojas ar tiesisko regulējumu noteikšanu ekonomiski aktīvajā vidē.

Intelektuālā īpašuma tiesības ir ļoti nozīmīgas valstu un pasaules mēroga ekonomiskajai aktivitātei un izaugsmei. Gan tiesību īpašniekiem, gan ekonomikai kopumā tā ir būtiska vērtība. Mūsdienu lielās konkurences pasaulē ir svarīgi apzināties IĪ tiesību sniegtās privilēģijas un saprast, kā ieguldītie resursi IĪ aizsardzībā ar laiku vainagosies ar panākumiem uzņēmuma konkurētspējas augšanā.

1.2. Intelektuālā īpašuma aizsardzības pirmsākumi

Intelektuālā īpašuma aizsardzības pirmsākumi meklējami Lielbritānijā, briti pirmie atzina autortiesības un to pieredzes izziņāšanu par ļoti svarīgu. Līdz 1450. gadā Gutenbergs ieviesa pārvietojama veida izgudrojumu. Tas bija laikā, kad sākās masveida literatūras darbu publikācijas, kas sev līdzī nesa jaunas noteikumu un kontroles normas. Sākotnēji Lielbritānijā jaunais izgudrojums tika pārvaldīts ar prasībām, ka drukāšana ir ierobežota tikai ar sankcionētiem printeriem un individuālo darbu publicēšana var notikt tikai ar valsts dotu atļauju. Šāda shēma darbojās līdz 1695. gadam. Atceļot šo shēmu, Parlamentā tika iesniegti lūgumraksti, ar rakstāmpiederumu uzņēmuma prasībām, uzņēmums līdz šim izbaudīja efektīvu monopolu, bet tagad bija pakļauts konkurencei. Reaģējot uz šīm prasībām, pirmais autortiesību likums, „Annes Statūti”, tika ieviests 1709.gadā. Šis likums deva autoram (pārstāvim) ekskluzīvas tiesības reproducēt darbu. Attiecībā uz tolaik esošajiem darbiem, šīs tiesības bija spēkā uz 21 gadu, bet jaunie darbi tika aizsargāti uz 28 gadiem, visu darbu tēmas tika reģistrētas rakstāmpiederumu uzņēmumā. Reģistrācijas shēma bija salīdzinoši īslaicīgs komponents Lielbritānijas autortiesību režīmā, lai gan turpmāk tas kļuva par Amerikas Savienoto valstu sistēmas elementu.⁶

Gadsimtu gaitā ir krasi attīstījusies autortiesību sistēma, lielākā mērā šo izmaiņu pierakstīšanas tehnoloģija. Līdzko kļuva iespējams piefiksēt dažādus darbu veidus pastāvīgā formā, autortiesību likums sāka regulēt tikai noteiktu nozari. 1734. gadā par pirmo aizsargāto mākslas darba veidu kļuva gravējumi, tie tika aizsargāti ar Gravējumu Autortiesību likumu. 1862. gadā skulptūras tika ieviestas autortiesību sistēmā ar Skulptūru Autortiesību likumu, un

⁶ Mingaleva Z., Mirskikh I. *Psychological aspects of intellectual property protection* Procedia – Social and Behavioral Sciences 190 (2015) 221-222 p.

1833.gadā tika paplašināta aizsardzība, pieņemot Teātra Autortiesību likumu, kas ietvēra publiskas muzikālās uzstāšanās un teātra kompozīcijas.⁷

Visi augstāk minētie likumi tika atcelti ar 1911. gadā izdoto Autortiesību likumu, kas, savukārt, pēc tam tika atcelts vēl divās kārtās. Šie vēstures dati ir attiecināmi uz Lielbritāniju, jo tur meklējami paši intelektuālā īpašuma aizsardzības pirmsākumi.

Intelektuālā īpašuma globalizācijas vēsture ir saistīta ar pirmo likumu, ar kura palīdzību rūpnieciski attīstītās valstis, 19. gadsimtā, centās ieviest patentus un autortiesības, tādā veidā realizējot ekonomisko izaugsmi un aizsargājot savas kultūras autonomiju. Likumdošanas pasākumi, lai pieņemtu Parīzes Konvenciju par Rūpnieciskā īpašuma aizsardzību (1883.gads) un Bernes Konvencija par literatūras un mākslas darbu aizsardzību (1886.gads) deva iespēju rūpnieciski attīstītajām valstīm uzņemties vadību un tie arī iezīmēja rašanās sākumu intelektuālā īpašuma tirgum.⁸ Ņemot vērā to, ka Parīzes un Bernes Konvencijas darbojas arī mūsdienās, tālāk darba autore apskatīs nozīmīgākās organizācijas, kas attīsta, pilnveido un veic intelektuālā īpašuma aizsardzību visā pasaulē.

1.3. Intelektuālā īpašuma aizsardzības organizācijas un to mērķis

Runājot par intelektuālā īpašuma institūciju globalizāciju, pastāvošās divas svarīgākās ir Pasaules tirdzniecības organizācija (turpmāk - PTO) un Pasaules Intelektuālā īpašuma organizācija (turpmāk - WIPO), tās rada pamata tiesiskos regulējumus dalībvalstīm, jeb priekš pasaules valstu vairākuma.

PTO pārstāv intelektuālā īpašuma komerciālos un juridiskos aspektus saskaņā ar Līgumu par intelektuālā īpašuma tiesību aspektiem saistībā ar tirdzniecību (Agreement on trader-related aspects of intellectual property rights (turpmāk - TRIPS līgums), no 10.02.1999. gada Marakešas līguma par Pasaules Tirdzniecības organizācijas izveidošanu Pielikums 1C.⁹ PTO struktūrā ietilpst ar tirdzniecību saistīto intelektuālā īpašuma padome (TRIPS padome), pārrauga TRIPS līguma darbību un to, kā dalībvalstis īsteno šī līguma nosacījumus.

WIPO ir ANO specializēta aģentūra, kuras uzdevums ir intelektuālā īpašuma aizsardzības veicināšana pasaulē. WIPO sadarbojas ar dalībvalstīm un ieinteresētajām personām un tās izvirzītie mērķi tiek sasniegti, izmantojot dažādus līdzekļus, kā pakalpojumu un infrastruktūras nodrošināšanu, tās uzlabošanu un citus līdzekļus, lai palielinātu sapratni par

⁷ Mingaleva Z., Mirskikh I. *Psychological aspects of intellectual property protection* Procedia – Social and Behavioral Sciences 190 (2015) 221-222 p.

⁸ Pelegrinova L., Lačny M. *Protection of intellectual property and its economic aspects* Journal of Economic Development, Environment and People, Volume 5, Issue 3, 2016, 5p.

⁹ Turpat 6.lpp.

intelektuālā īpašuma tiesībām un šo tiesību izmantošanu visā pasaulē. WIPO dibināta 1970. gada 26. aprīlī pēc Konvencijas par Pasaules Intelektuālā īpašuma organizācijas dibināšanu spēkā stāšanās. Pašlaik Pasaules Intelektuālā īpašuma organizācija apvieno 188 dalībvalstis. Latvijas Republika Konvencijai par WIPO dibināšanu pievienojās 1993. gada 21. janvārī. Latvijas Republika ir dalībvalsts virknei WIPO ietvaros pieņemtiem starptautiskiem līgumiem¹⁰, kā piemēram Madrides nolīgums par zīmju starptautisko reģistrāciju (no 01.01.1995), Hāgas vienošanās par dizainparaugu starptautisko reģistrāciju Ženēvas akts (no 26.07.2005), Patentu līgums (no 12.06.2010), u.c.

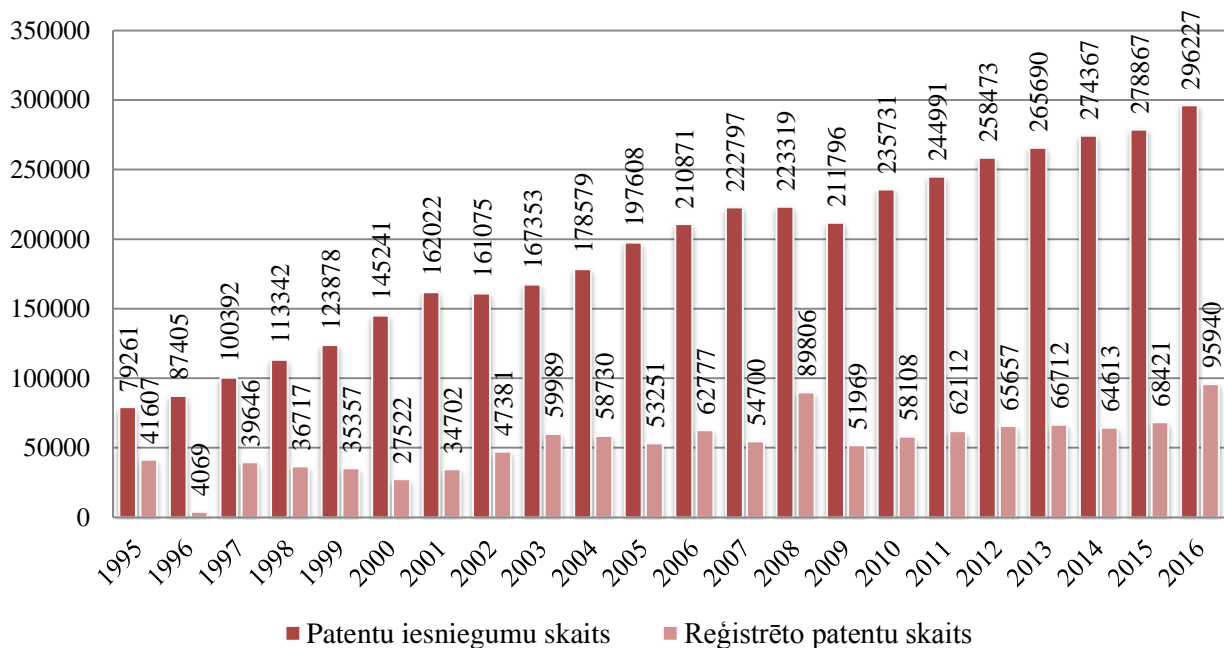
Eiropas Patentu organizācija (turpmāk – EPO) ir starptautiskā organizācija, kuras ietvaros darbojas Eiropas Patentu iestāde (turpmāk – EPI), kas izskata Eiropas patentu pieteikumus un piešķir Eiropas patentus un Administratīvā padome, kas pārrauga EPI darbību. Eiropas Patentu organizācija dibināta 1977. gada 7.oktobrī, pamatojoties uz Eiropas Patentu konvenciju. Organizācijai šobrīd ir 38 dalībvalstis (27 Eiropas Savienības dalībvalstis un 11 citas valstis Eiropā). 2005. gada 1. jūlijā Latvijas Republikā stājās spēkā 1973. gada 5. oktobra Konvencija par Eiropas patentu piešķiršanu (Eiropas Patentu konvencija).¹¹

EPI ik gadu saņem vairākus tūkstošus jaunu patentu pieteikumu. Attēlā 1.1.¹² atspoguļots iesniegto un reģistrēto patentu skaits EPI pastāvēšanas laikā. 2016. gadā patentu pieteikumu un publikāciju skaits bija rekordliels. Salīdzinot ar 2015. gadu, patentu pieteikumu skaits ir audzis par 6,2 %, sasniedzot 296 000 vienības, bet patentu reģistrāciju skaits ir sasniedzis 96 000, kas ir par 40 % vairāk nekā 2015. gadā. Lielais pieteikumu un publikāciju skaits 2016. gadā saistīts ar virkni reformu procesu, kas tiek veikti, lai veicinātu efektivitāti, uzlabotu kvalitāti un nodrošinātu augstāku produktivitāti posmā no patenta pieteikšanas līdz reģistrācijai.

¹⁰ Sadarbība ar WIPO <http://www.lrpv.gov.lv/> Sk. 09.01.2017

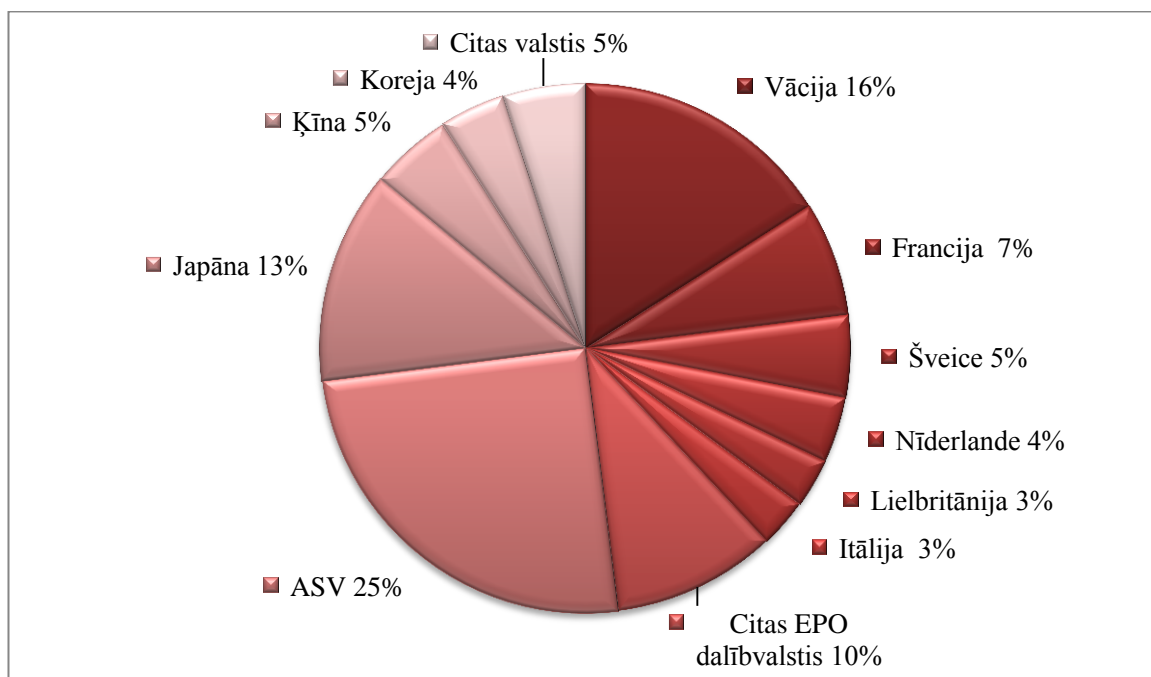
¹¹ Sadarbība ar EPO <http://www.lrpv.gov.lv/> Sk. 09.01.2017

¹² EPO, *Annual reports and statistics* <https://www.epo.org/about-us/annual-reports-statistics.html> Sk. 12.04.2017



1.1. att. EPI iesniegto un reģistrēto patentu skaits no visas pasaules (1995.-2016.)

Aktīvāko Eiropas patentu pieteicēju vidū ir tādas valstis kā ASV, kuras pieteikumi sastāda 25% no kopējo pieteikumu skaita, Vācija (16%), Japāna 13%. EPO dalībvalstu starpā, lielākie pieteikumu skaiti vērojami Vācijai, Francijai (7%), Šveicei (5%), Nīderlandei (4%), Lielbritānijai un Itālijai (3%) un pārējo dalībvalstu pieteikumi veido 10%.



1.2. att. Eiropas Patentu aktīvākās pieteicējvalstis 2016. gadā¹³

¹³ EPO, Annual reports and statistics <https://www.epo.org/about-us/annual-reports-statistics.html> Sk. 12.04.2017

Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs (turpmāk - EUIPO) ir Eiropas Savienības oficiāls birojs preču zīmju un dizainparaugu reģistrācijas jomā. Biroja darbības mērķis ir piedāvāt iespēju reģistrēt ES preču zīmes un Kopienas dizainparaugus, kas ir nozīmīgas vienotā Eiropas tirgus sastāvdaļas. Šīs reģistrācijas dod iespēju aizsargāt preču zīmes un dizainparaugus visā Eiropas Savienības teritorijā, kas pašlaik sevī ietver 28 valstis un 500 miljonus cilvēku. EUIPO ciešā sadarbībā ar ES intelektuālā īpašuma birojiem un lietotāju apvienībām ir izveidojis Eiropas preču zīmju un dizainparaugu tīklu, kas ļauj tā dalībniekiem dalīties tehniskajā zinātnībā un palīdz ieviest kopīgu praksi. Tādējādi šis tīkls ES mērogā nodrošina procedūru, sistēmu, pakalpojumu un rīku, piemēram, datubāzu un tīmekļa platformu sadarbību.

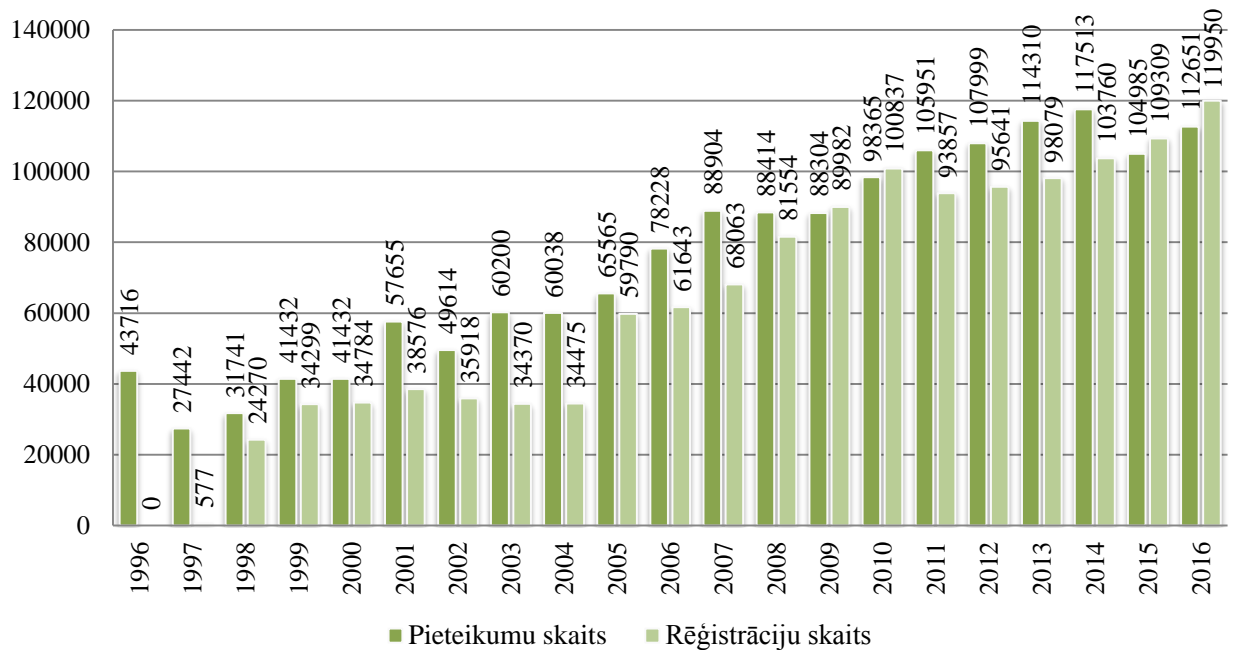
Aiz ES robežām EUIPO īsteno ES finansētus projektus, kuru mērķis ir globāli, kopā ar vairākiem starptautiskiem partneriem, stiprināt intelektuālā īpašuma aizsardzības sistēmas. EUIPO cieši sadarbojas arī ar citām starptautiskām intelektuālā īpašuma organizācijām un Eiropas Komisiju, lai vairotu izpratni par intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzību Latvijas Republikas Patentu valdes sadarbību ar EUIPO uzsāka 2001. gadā, kad tika noslēgts abu iestāžu Saprašanās memorands.¹⁴

Kopš Latvija pievienojusies ES, Latvijas Republikas Patentu valde īsteno Padomes Regulā (EK) Nr. 207/2009 par Kopienas preču zīmi (Kodificēta versija) (agrāk – Padomes Regula (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi) paredzētās Eiropas Savienības dalībvalsts centrālās rūpnieciskā īpašuma iestādes funkcijas. Eiropas Savienības preču zīmi un Kopienas dizainparaugu var pieteikt reģistrācijai ar Patentu valdes starpniecību. Patentu valde izskata arī no EUIPO saņemtos iesniegumus par ES preču zīmes reģistrācijas vai pieteikuma pārveidi par preču zīmes pieteikumu Latvijā.¹⁵

Pēdējo piecu gadu laikā, EUIPO ik gadu saņem vismaz 1 miljonu preču zīmju pieteikumu (sk. attēlu 1.3.). Pēc 2004. gada, kad ES pievienojās 10 dalībvalstis, bija vērojama strauja preču zīmju pieteikumu un reģistrāciju skaita augšana, kas normalizējās tikai pēc trīs gadiem, tajā pat laikā ieturot vienmērīgu ikgadējo palielinājumu. Izņēmums ir novērojams pēdējo divu gadu laikā (2015.-2016.), ko varētu izskaidrot ar lielo iebildumu skaita pieaugumu, aptuveni 90 tūkstoši gadā. Īpašniekiem jāpaaugstina izmaksas, kas saistītas ar IĪ aizsardzību, pirms reģistrācijas veicot detalizētus meklējumus un analīzes par to, cik jaunais objekts ir spēcīgs uz jau esošo fona.

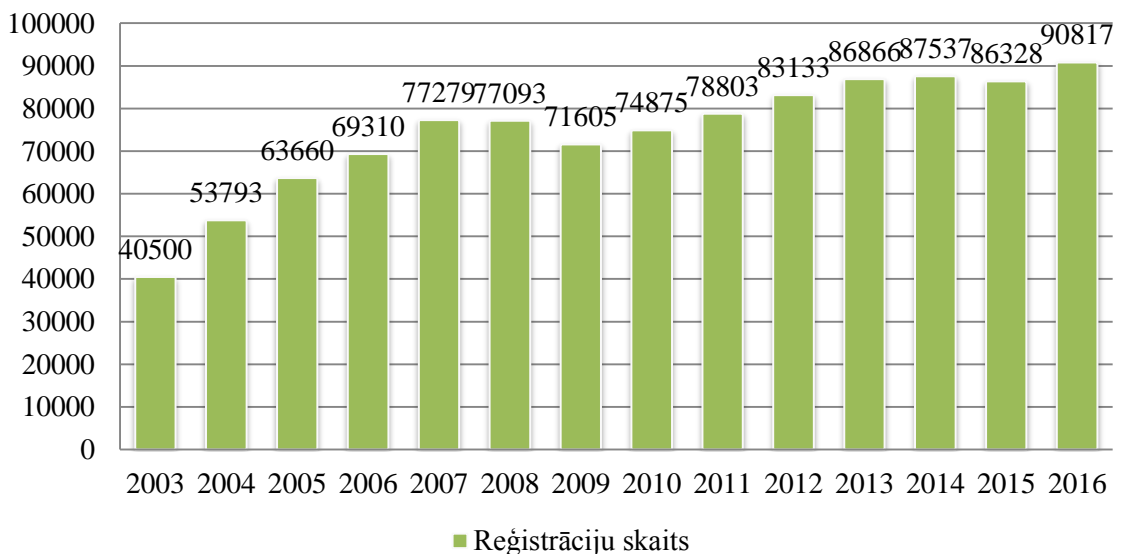
¹⁴ Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs (EUIPO) www.europa.eu Sk.04.06.2017

¹⁵ Sadarbība ar EUIPO <http://www.lrpv.gov.lv/> Sk. 09.01.2017



1.3. att. EUIPO reģistrēto un pieteikto preču zīmju skaits no visas pasaules (1996-2016)¹⁶

Arī Kopienas dizainparaugu skaits ik gadu piedzīvo pieaugumu (sk. attēlu 1.4.). Ievērojams kritums novērojams, pēc 2008. gada Eiropas krīzes, taču jau 2010. gadā tas turpina augt. Kopienas dizainparaugus nav nepieciešams apskatīt pēc pieteikumu un pēc reģistrāciju skaita atsevišķi, jo procedūra aizņem tikai nepilnu mēnesi. Ir tāda funkcija, kā reģistrēta Kopienas dizainparauga publikācijas atcelšana, kas nozīmē to, ka īpašnieks savu aizsargāto objektu vēl kādu laiku var paturēt noslēpumā.



1.4. att. EUIPO reģistrētu Kopienas dizainparaugu skaits (2003-2016)¹⁷

¹⁶ Eurostat Statistics, [Intellectual property rights statistics](#) Sk. 22.12.2016.

Kā viena no pēdējām intelektuālā īpašuma institūcijām tika izveidota 2012. gadā – Eiropas intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpumu novērošanas centrs. Tas ir publiskā un privātā sektora ekspertu un ieinteresēto pušu sadarbības tīkls, kura mērķis ir veicināt un atbalstīt valsts iestāžu, privātā sektora un Eiropas Savienības iestāžu pasākumus cīņā pret intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpumiem.¹⁸

Globālā līmenī, intelektuālā īpašuma jomā WIPO, viena no ANO 17 specializētajām aģentūrām, darbojas sevišķi saskaņā ar Patentu kooperācijas līgumu (turpmāk - PCT). TRIPS līgums un PCT, ieskaitot pielikumus un grozījumus, nodrošina sava veida globālo sistēmu intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzībai. Šo divu līgumu noteikumi un definīcijas regulē aizsardzību reģionālā, nacionālā un starptautiskā līmenī, tikmēr citi starptautiskie līgumi ir efektīvāki intelektuālā īpašuma papildus pievienošanas sfērā un precīzē globālo vidi, kurā kā netveramie aktīvi attīstās intelektuālā īpašuma aizsardzība sekundārajā tirgū.¹⁹

Latvijā rūpnieciskā īpašuma nozari pārstāv Patentu valde, kas ir tieslietu ministra pārraudzībā esoša tiešās pārvaldes iestāde ar normatīvajos aktos noteiktu kompetenci rūpnieciskā īpašuma jomā. Tā veic sekojošas funkcijas:

- īsteno valsts politiku rūpnieciskā īpašuma jomā;
- izpilda Latvijai saistošos starptautiskajos līgumos paredzētās valsts rūpnieciskā īpašuma iestādes funkcijas;
- reģistrē tiesības uz rūpnieciskā īpašuma objektiem un uztur attiecīgos reģistrus, kā arī sniedz citus ar rūpniecisko īpašumu saistītus pakalpojumus;
- veicina valstī un sabiedrībā izpratni par rūpnieciskā īpašuma aizsardzību.²⁰

Kā augstāk minēts, Patentu valde ir galvenais starpnieks Latvijā ar citām organizācijām, kas īsteno intelektuālā īpašuma aizsardzību un aktīvu attīstību.

Katra organizācija, institūcija vai to projekti, kas ikdienā regulē un uzrauga, kā arī atvieglo darbu intelektuālā īpašuma jomas speciālistiem, ir saistīti ar dibinātajām organizācijām, cita bez citas tām būtu neiespējami darboties zem harmonizētiem noteikumiem.

¹⁷ Eurostat Statistics, *Intellectual property rights statistics* Sk. 22.12.2016.

¹⁸ Novērošanas centrs <http://www.lrpv.gov.lv/> Sk. 09.01.2017

¹⁹ Pelegrinova L., Lačny M. *Protection of intellectual property and its economic aspects* Journal of Economic Development, Environment and People, Volume 5, Issue 3, 2016, 6p.

²⁰ Iestādes apraksts <http://www.lrpv.gov.lv/> Sk. 09.01.2017

1.4. Rūpnieciskā īpašuma aizsardzības veidi

Lai uzņēmums noteiktā tirgū būtu vienīgais ar konkrētu preces vai pakalpojuma preču zīmi, preces dizainu vai kopējo veidolu, vai, piemēram, ierīces tehnisko risinājumu, tam ir ļoti būtiski to reģistrēt kā rūpnieciskā īpašuma objektu. Pats svarīgākais ir apzināties objekta reģistrācijas lomu uzņēmumā.

Preču zīmju un dizainparaugu lietās reģistrācija noteiktā teritorijā un uz noteiktu laiku piešķir izņēmuma tiesības tās īpašniekam. Pirms reģistrācijas uzsākšanas uzņēmumam jāpārlicinās, ka investējot IĪ aizsardzībā netiks zaudēti līdzekļi, kas varētu notikt gadījumā, ja tirgū jau ir līdzīga preču zīme. Lai to novērstu, pirms reģistrācijas ir svarīgi veikt meklējumus attiecīgās teritorijas datu bāzē, lai panāktu veiksmīgu aizsardzību, bet liekiem izdevumiem. Uzņēmums nevar paļauties uz faktu, ka „veikalā nav redzējis” neko līdzīgu, jo LR likums nosaka, ka piemēram, preču zīmes pēc reģistrācijas var nelietot pirmos piecus aizsardzības gadus, taču Dizainparaugu likums nosaka, ka dizainparaugs var būt atklāts sabiedrībai 12 mēnešus pirms reģistrācijas un tas nekādā veidā nekaitē tā novitātei. Latvijas uzņēmēji aizsargāt preču zīmes un dizainparaugus var dažādos veidos un caur dažādām iestādēm. Preču zīmes iedalās vārdiskās, figurālās, telpiskās un speciālajās (skaņas un gaismas signāli). Iestādes, kurās veic reģistrāciju ir atkarīgas no vēlamās aizsardzības teritorijas.

Tabulā 1.1. darba autore apskatīja trīs pamata variantus Latvijas uzņēmējiem. Viens no svarīgākajiem un galvenais ir teritoriālais kritērijs, pēc kura izvēlās organizāciju. Otrs svarīgākais kritērijs, kas spēlē īpaši lielu lomu, ir izdevumu apmērs attiecīgajās iestādēs, jo, kā viena no problēmām, Latvijas uzņēmējiem ir finanšu trūkums, kā dēļ bieži vien uzņēmuma IĪ netiek aizsargāts visā tā darbības teritorijā. Jāņem vērā, ka starptautiskā reģistrācija ir izdevīga gadījumos, kad ir nepieciešams panākt aizsardzību vairākās valstīs ārpus ES.

Organizācijas, kas reģistrē preču zīmes

| Reģistrācijas veids Rādītājs | Nacionālā reģistrācija | | ES reģistrācija | | Starptautiskā reģistrācija |
|-----------------------------------|---|--|---------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|
| Atbildīgā iestāde | LR PV | | EUIPO | | WIPO |
| Bāzes reģistrācija | Nav | | Nav | | Nacionālā vai ES reģ. |
| Patentpilnvarnieka nepieciešamība | <u>Reģistrācijai:</u> LV pilsoņiem- nav; Ārvalstu pilsoņiem -ir | <u>Iebildumam:</u> Obligāta visiem | Reģistrācijai: Nav obligāta | Iebildumam: Ir obligāta | Obligāta |
| Aizsardzības teritorija | Latvija | | 28 ES dalībvalstis | | -Madrīdes nolīguma 98 dalībvalstis |
| Oficiālā nodeva | 185.00 EUR | | 850.00 EUR | | 653.00 CHF |
| Termiņš līdz reģistrācijai | 5-6 mēneši + iebilduma periods (3 mēneši) | | ~6 mēneši ieskaitot iebilduma periodu | | ~7 mēneši |

Ir ļoti svarīgi apzināties pašreiz vēlamo aizsardzības teritoriju un arī nākotnē nepieciešamo, jo no nākotnes plāniem var būt atkarīga arī pašreizējā aizsardzības procedūras izvēle. Apzinoties nepieciešamo ir iespējams ietaupīt gan finanšu, gan laika resursus.

Arvien populārāks II līdzeklis tirgū kļūst preču zīmes licences līgums. Preču zīmes īpašniekam ir tiesības ar licences līgumu piešķirt citai personai savas preču zīmes izmantošanas tiesības attiecībā uz vienu precī, vairākām vai visām precēm, vienu pakalpojumu, vairākiem vai visiem pakalpojumiem, kuriem zīme ir reģistrēta. Atbilstoši licences raksturam (izņēmuma licence vai vienkārša licence) preču zīmes tiesību izdevējpuse (licenciārs), kā arī saņēmējpuse (licenciāts) uzņemas noteiktas tiesības un pienākumus. Preču zīmes īpašnieks ir tiesīgs līgumā noteikt detalizētas izmantošanas tiesības attiecībā uz:

- 1) licences termiņu;
- 2) formu, kādā preču zīmi var lietot saskaņā ar reģistrāciju;
- 3) to preču un pakalpojumu sarakstu un raksturu, kuriem licence izdota;
- 4) teritoriju, kurā preču zīmi atļauts lietot;
- 5) licenciāta ražoto preču vai sniegto pakalpojumu kvalitāti.

Preču zīmju reģistrā tiek atslogulots ieraksts par licences izdošanu, lai trešās personas to neuztvertu kā preču zīmes īpašnieka tiesību pārkāpumu.²¹

²¹ Likums par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm, 26.pants, spēkā esošs no 15.07.1999.

Uzņēmumiem, kas vēlas aizsargāt savu izgudrojumu jeb patentu, mūsdienās ir jārēķinās ar daudz augstākām izmaksām, nekā, piemēram, preču zīmju aizsargāšanai. Tāpat izgudrojuma aizsardzībai nepieciešams daudz ilgāks periods un bez speciālām zināšanām patentu sastādīt ir gandrīz neiespējami, tāpēc, finansiālos izdevumus palielinās patentpilnvarnieka, kas sastādīs patentu atbilstoši likumam, nolīgšana.

Kopsavilkums

Intelektuālā īpašuma apakšjoma – rūpnieciskais īpašums, ietver sevī tiesības pār preču zīmēm, dizainparaugiem, ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm un patentiem. Tā mērķis ir nodrošināt īpašniekiem izņēmuma tiesības viņu radītajam objektam. Jomas attīstības pirmsākumi meklējami 14.gs., ar pirmajiem literatūras darbiem. 19.gs. sāka nopietni domāt par ekonomiskās izaugsmes realizēšanu, aizsargājot patentus un autortiesības ar pirmo likumu palīdzību. Tiesiskos regulējumus dalībvalstīm kontrolē un izstrādā PTO un WIPO. WIPO galvenais uzdevums ir intelektuālā īpašuma aizsardzības veicināšana pasaulē. Katrā valstī ir oficiālais IĪ aizsardzības birojs, kā arī ir daudz starptautiskas organizācijas, kuras sniedz iespēju aizsargāt IĪ vairākās valstīs vienlaicīgi, piemēram patentiem – EPI, dizainparaugiem un preču zīmēm EUIPO un WIPO. Šādas starptautiskās iestādes ir arī Āfrikā, Centrālāzijā u.c. Latvijā jomu pārstāv LR PV, kas īsteno valsts politiku rūpnieciskā īpašuma jautājumos, kā arī veic objektu reģistrācijas un fiksē izmaiņas reģistrā. Uzņēmumiem ir vairāki veidi, kā aizsargāt savu IĪ, tomēr ir svarīgi apzināties nākotnes mērķus un finansiālās iespējas, jo IĪ aizsardzība, finanšu ziņā, ir dārgs ieguldījums. Tāpat, popularitāti ir ieguvusi licences līguma izmantošana uzņēmējdarbībā, lai sniegtu iespēju vēl kādam tirgus dalībniekam, par samaksu, izmantot jau reģistrētu objektu ar visām tā esošajām priekšrocībām, klientu lojalitāte, atpazīstamība, reputācija, utt.

2. INTELEKTUĀLĀ ĪPAŠUMA NOZĪME UZŅĒMĒJDARBĪBĀ

2.1. Intelektuālā īpašuma ietekme uz ekonomisko situāciju

Lai labāk izprastu intelektuālā īpašuma jomas ietekmi uz ekonomiku un tās attīstību, ir svarīgi palūkoties uz to, ne tikai dotajā mirklī, bet arī laiku atpakaļ, jo tā brīža speciālisti analizēja, uz doto momentu esošās, problēmas Ī aizsardzības nozarē.

Darba autore iepazīnās ar Kolorado Universitātes, Ekonomikas profesores Keitas E. Maskusas 2000.gadā rakstītu darbu par intelektuālā īpašuma tiesībām un ekonomisko attīstību. Maskusa intelektuālā īpašuma jomas ietekmi uz ekonomiku izpētījusi ļoti plaši, sākot ar izgudrotāju bailēm par krāpniecību, līdz pat izgudrojumu pārdošanu un licencēšanu un tā visa ietekmi uz ekonomiku.

„Intelektuālā īpašuma tiesības varētu spēlēt nozīmīgu lomu inovāciju veicināšanā, produktu attīstībā un tehniskajās izmaiņās.²²” raksta Maskusa. Pirms sešpadsmit gadiem uzņēmējiem nebija pārlicības par tiesisko aizsardzību, kā arī Maskusa darbs liek nojaust par slikto informācijas apriti līdz 2000.gadam, kas arī ir cēlonis nezināšanai par intelektuālo īpašumu. Tas ir laiks, kad pasaulē tikai sākas plaša tehnoloģiju attīstība, cilvēki vēl sāk mācīties uztvert ko jaunu, bet vēl neprot to pilnībā pielietot, lai gūtu sev labumu.

Tieši zināšanas un to nodošanu plašākai sabiedrībai Maskusa ir minējusi kā divus galvenos mērķus ekonomikas attīstībai:

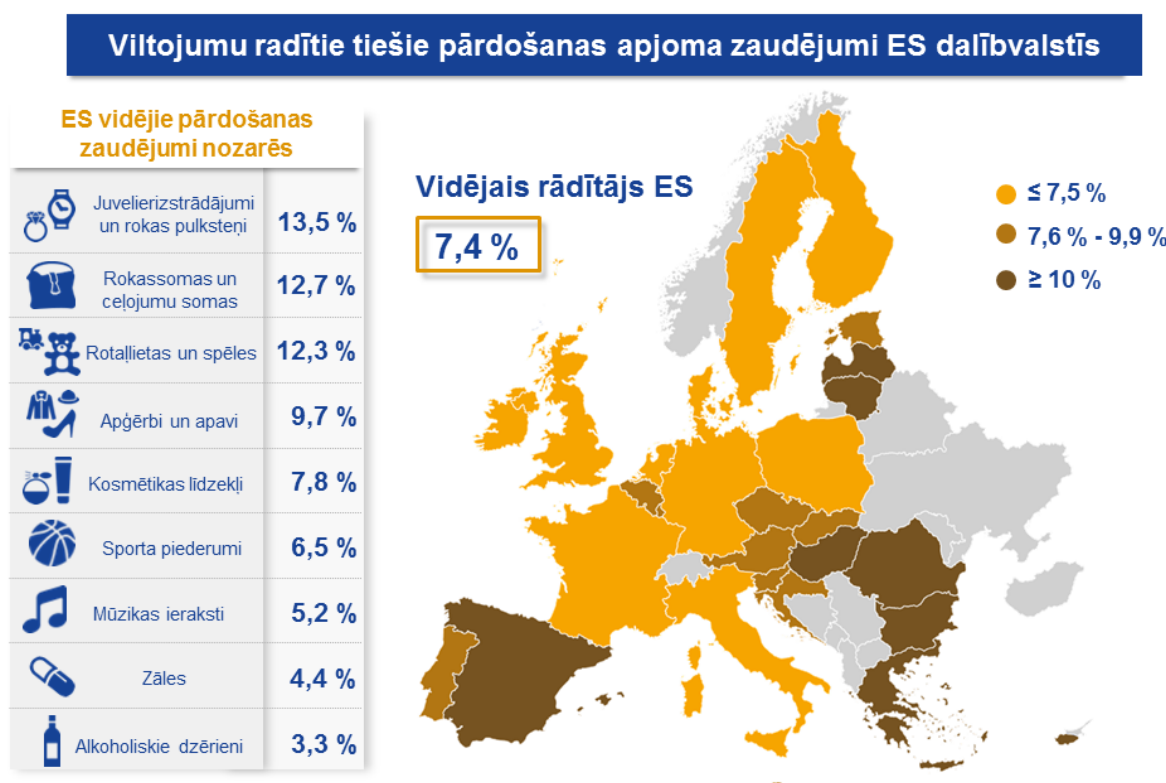
„Ir divi galvenie ekonomikas mērķi attiecībā uz jebkuru intelektuālā īpašuma aizsardzības sistēmu. Pirmais ir sekmēt ieguldījumus zināšanu apgūšanai un biznesa jauninājumiem, nostiprinot izņēmuma tiesības lietojot un pārdodot jaunattīstītas tehnoloģijas, produktus un pakalpojumus. Otrais mērķis ir sekmēt jaunu zināšanu izplatīšanu plašā mērogā, uzmundrinot (vai pieprasot) tiesību īpašniekus izvietot viņu izgudrojumu un idejas tirgū.²³” Divdesmit pirmā gadsimta sākumā attīstoties tehnoloģijām, strauji auga arī informācijas aprite, ko kā mērķi uzskaitīja profesore Maskusa, tehnoloģiju attīstība lika attīstīties arī cilvēkiem. Palielinājās informācijas ieguves veidi, līdz ar ko cilvēkiem bija vieglāk iegūt zināšanas par sev nezināmo. Zināšanu līmenis intelektuālā īpašuma tiesību jomā strauji pieauga. Zināšanas un pārlicība par aizsardzību veicināja intelektuālā īpašuma attīstību, kas savukārt veicināja ekonomisko izaugsmi.

²² Keith E. Maskus *Intellectual property rights and economic development* Prepared for the series “Beyond the Treaties: A Symposium on Compliance with International Intellectual Property Law” 2000, 6p.

²³ Turpat 2p.

Kā negatīvo ietekmi uz ekonomiku no intelektuālā īpašuma tiesību attīstības, Maskusa minēja lielo skaitu cilvēku, kas strādājuši, kā viltojumu darinātāji. Izveidojot stingrāku intelektuālā īpašuma tiesību sistēmu, lielākā daļa no krāpniecisko uzņēmumu darbiniekiem zaudēs darbu, kas ietekmēs ekonomiku ar bezdarba līmeņa paaugstināšanos. Līdz ar ko valstīs būs jārod alternatīvas iespējas atrast šiem cilvēkiem darbu.

Piemēram, uz 2016.gadu viltoto preču klātesamības dēļ Eiropas Savienības tirgū tika zaudēti vairāk nekā 48 miljardi EUR, kas veido 7,4 % no kopējā pārdošanas apjoma. Eiropas intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpumu novērošanas centra pētījums liecina, ka viltojumu rezultātā tiek zaudētas aptuveni 500000 darbavietas, ņemot vērā vēl netiešo ietekmi no viltojumiem, kuru zaudējumi ir aptuveni puse no jau iepriekš minētā, šie zaudējumi ietekmē, piem. piegādātājus u.c. Latvijā viltoto preču radītie zaudējumi tirgū ir 141 miljons EUR, kas veido 15,7 % no pārdošanas apjoma, izraisot arī darbavietu samazināšanos par 2500 vietām. Viltojumu rezultātā netieši zaudēto pārdošanas apjomu un darbavietu līmenis Latvijā ir virs vidējā ES. Latvija ierindojas trešajā vietā pēc zaudētajiem pārdošanas apjomiem un sestajā vietā pēc zaudēto darbavietu skaita.²⁴

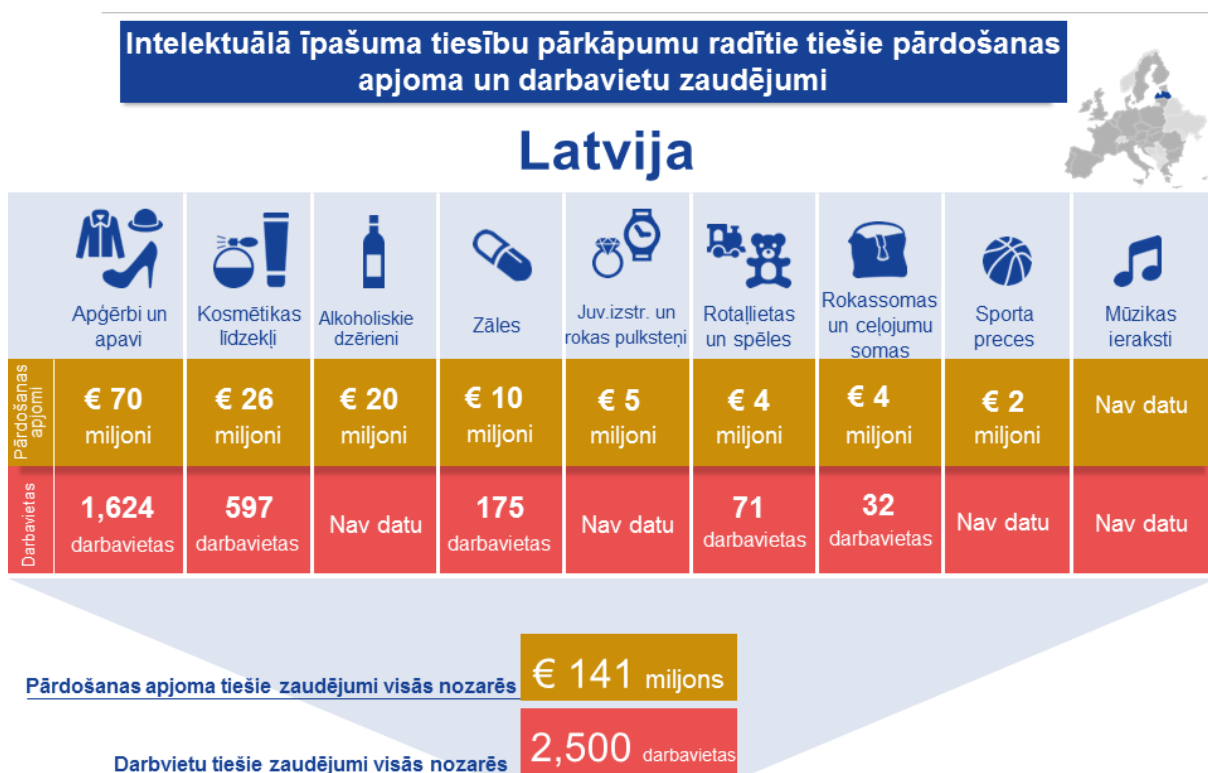


Attēls 2.1. Viltojumu radītie tieši pārdošanas apjoma zaudējumi ES dalībvalstīs

²⁴ [Eiropas Intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpumu novērošanas centra pētījums](#) Informāciju sagatavojuši S.Loza, Sk. 09.01.2017

Vislielāko viltojumu skaitu piedzīvo juvelierizstrādājumi un rokas pulksteņi, kas ir dārgas preces un rada lielus zaudējumus ekonomikā (*Attēls 2.1*). Latvija ierindojas starp vienu no valstīm, kurās zaudējumi pārsniedz 10 % no kopējā pārdošanas apjoma.

Latvijā (*Attēls 2.2.*) vislielākie tiešie zaudējumi tiek nodarīti apavu un apģērbu tirgus sektorā, jo ļoti daudz viltojumu tiek pasūtīti ar pasta starpniecību no Ķīnas un citām austrumu valstīm, kurās darbaspēks ir ļoti lēts, līdz ar to, viltoto preču pašizmaksa un pārdošanas cena ir ļoti zema.



Attēls 2.2. Intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpumu radītie tiešie pārdošanas apjoma un darba vietu zaudējumi

Mūsdienās šī problēma ir pretēja Maskusas minētajai, uz doto mirkli ir jādomā, kā nodarbināt tos, kas zaudējuši darbu viltoto produktu dēļ, nevis, kā nodarbināt tos, kas iepriekš nodarbojušies ar produktu viltošanu. Šī ir viena no būtiskākajām atšķirībā starp mūsdienu intelektuālā īpašuma ekonomisko problēmu un to, kas bija pirms sešpadsmit gadiem. Arī šobrīd domā, kā izveidot pēc iespējas stingrāku intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzību, kas būtu par labu izgudrotājiem, lai spētu mazināt viltojumu skaitu un palielināt ekonomisko izaugsmi.

2013.gadā ITSB un EPI veica pirmo pētījumu, kurā tika skaitliskā izteiksmē novērtēts IĪT ietilpīgu nozaru kopējais ieguldījums ES ekonomikā tādos aspektos kā saražotā produkcija, nodarbinātība, algas un tirdzniecība, ņemot vērā būtiskākās intelektuālā īpašuma

tiesības (patentus, preču zīmes, dizainparaugus, autortiesības, ģeogrāfiskās izcelsmes norādes).

IĪT ietilpīgas nozares ir definētas kā nozares, kurās IĪT izmantošana uz vienu darba ņēmēju pārsniedz vidējo rādītāju. Šis pētījums pierāda, ka var uzskatīt, ka aptuveni puse Eiropas nozaru ir IĪT ietilpīgas. Tomēr jāuzsver, ka visas nozares zināmā mērā izmanto intelektuālā īpašuma tiesības. Tā kā šis pētījums ir vērstis tikai uz IĪT ietilpīgām nozarēm, tajā intelektuālā īpašuma tiesību reālais ieguldījums Eiropas ekonomikā nenoliedzami ir novērtēts pārāk zemu. Ir pierādīts, ka šādas IĪT ietilpīgas nozares laikposmā no 2008. līdz 2010. gadam ES ir nodrošinājušas gandrīz 26 % no visām darbavietām, tostarp gandrīz 21 % darbavietu preču zīmju ietilpīgās nozarēs, 12 % dizainparaugu ietilpīgās nozarēs, 10 % patentu ietilpīgās nozarēs, un mazāku īpatsvaru autortiesību un ĢIN ietilpīgās nozarēs. Minētajā laikposmā IĪT ietilpīgajās nozarēs bija nodarbināti vidēji 56,5 miljoni eiropiešu no kopējā darba ņēmēju skaita, kas ir aptuveni 218 miljoni. Turklāt vēl 20 miljoni darbavietu tika izveidotas nozarēs, kas IĪT ietilpīgajām nozarēm nodrošina preces un pakalpojumus. Ja ņem vērā netiešās darbavietas, no IĪT atkarīgo darbavietu kopējais skaits sasniedz teju 77 miljonus (35,1 %). Tajā pašā laikposmā IĪT ietilpīgās nozares nodrošināja gandrīz 39 % no ES kopējās ekonomiskās aktivitātes (IKP) 4,7 triljonu eiro vērtībā. Šajās nozarēs notika arī lielākā daļa ES tirdzniecības darījumu ar pārējo pasauli, turklāt dizainparaugu, autortiesību un ĢIN ietilpīgajās nozarēs tirdzniecības bilance bija pozitīva. IĪT ietilpīgajās nozarēs arī tiek maksātas ievērojami augstākas algas nekā citās nozarēs, turklāt piemaksas pie algas pārsniedz 40 %. Tas atbilst faktam, ka IĪT ietilpīgajās nozarēs uz vienu darba ņēmēju radītā pievienotā vērtība ir lielāka nekā citās nozarēs.²⁵

2016.gada pētījuma dati liecina, ka IĪT ietilpīgās nozares ES valstīs veido vairāk nekā 42 % no IKP, kas ir aptuveni 5,7 triljoni EUR, un ir nodrošinājušas gandrīz 28 % no visām darbavietām, kas ir par diviem procentiem vairāk, nekā pirmajā pētījumā, 2013.gadā.²⁶

Patenti bieži vien tiek raksturoti kā valūta ekonomikai, kas balstīta uz mūsu zināšanām un arvien biežāk tiek manīta kā biznesa rīks, nevis tikai juridisks instruments. Sekas ieguldījumu pieaugumiem daudzos pasaules reģionos ir to dalībnieku skaita palielināšanās, kas ienāk inovāciju un patentu jomā. Lietotājiem un publikai ir dažādas vajadzības un cerības, kas šobrīd problematizē patentu iestādēm sniegt visiem uzņēmējiem atbilstošu informāciju un standartus.²⁷ Arī tai sabiedrības daļai, kam intelektuālā īpašuma objekti jau ir biznesa rīks, ir

²⁵ ITSB,EPI *Intelektuālā īpašuma tiesību ietilpīgas nozares –ieguldījums ekonomikas veiktspējā un nodarbinātībā Eiropas Savienībā* 2013

²⁶ ITSB,EPI *Intelektuālā īpašuma tiesību ietilpīgas nozares –ieguldījums ekonomikas veiktspējā un nodarbinātībā Eiropas Savienībā* 2016

²⁷ Patents in Europe *Helping business complete in the global economy* 2015/2016, 7p.

dažādi šķēršļi, piemēram, laika ietilpība. Ja tā tiktu sakārtota, tad tieši šī sabiedrības daļa dotu daudz lielāku pienesumu ekonomikai, nekā tas ir tagad, jo no biznesa viedokļa, lieli laika periodi pavadīti tikai gaidot rada tikai zaudējumus, piemēram, gaidot patenta reģistrāciju, kad ar to tālāk var pelnīt.

Ir ļoti grūti apskatīt ekonomisko attīstību, ja tā nav bijusi apkopota datos. ITSB un EPI izveidotie pētījumi ir jauns attīstības punkts intelektuālā īpašuma jomā, jo līdz šim, šie dati nebija apkopoti. Pašreiz, lai novērtētu to, kāda bija ekonomiskā situācija pirms desmit vai divdesmit gadiem intelektuālā īpašuma tiesību nozarēs, ir jāanalizē tā laika apraksti par esošajām problēmām un tad jāsecina, cik tālu attīstības ceļā viņi bija. Pēc autores domām, pirms divdesmit gadiem, ekonomiski tie bija uzskatāmi par intelektuālā īpašuma pirmsākumiem, kad Latvija atguva neatkarību, un Eiropā darbību uzsāka dažādas organizācijas, kas palīdzēja informēt un izglītot iedzīvotājus un valstis par intelektuālā īpašuma nozīmi. Attīstījās tehnoloģijas, paplašinājās cilvēku iespējas, un tās noveda mūs pie tik labiem ekonomiskajiem rādītājiem, kādi tie ir uz 2016.gadu.

2.2. Konkurētspējas jēdziens un to ietekmējošie faktori

Straujās pārmaiņas ekonomiskajā vidē Latvijā un pasaulē ir pierādījušas, ka zināšanas ir svarīgākais konkurences priekšrocību un panākumu stūrakmens, tādēļ viena no 20. gadsimta beigu un 21. gadsimta sākuma iezīmēm ir intelektuālā kapitāla un zināšanu kā organizācijas svarīgāko resursu apzināšanās. Sekmīgākās organizācijas mūsdienās vairs nepaļaujas tikai uz tradicionālajiem ražošanas faktoriem – zemi, darbaspēku, naudu un ražošanas iekārtām, lai nodrošinātu to ilgstošu pastāvēšanu un attīstību. Par svarīgāko un perspektīvāko konkurences priekšrocību veidotāju ir kļuvas zināšanas, kas atrodas uzņēmuma rīcībā, attiecības ar klientiem, piegādātājiem, jaunu produktu iestrādes, inovāciju līmenis un citas uzņēmuma bilancē neatspoguļotas vērtības, kuras rada daudz lielāku pievienoto vērtību nekā tradicionālie ražošanas faktori. Rodas jauna – intelektuālā kapitāla – kategorija, kas sevī ietver visas nemateriālās uzņēmuma īpašumā esošās vērtības.²⁸

Konkurence mūsdienās nepastāv tikai noteiktas nozares ietvaros vai kādas valsts robežās, bet gan daudz plašākā skatījumā – pasaules mērogā. Konkurence uzņēmumu līmenī ir viens no būtiskākajiem faktoriem, kas nosaka, virza un attīsta uzņēmuma spēju pielāgot

²⁸ Babris S. *Intelektuālā kapitāla būtība un loma mūsdienu organizācijā* LATVIJAS UNIVERSITĀTES RAKSTI. 2004. 674. sēj. VADĪBAS ZINĀTNE, 90.–101. lpp.

savu darbību konkurences prasībām. Konkurence ir uzskatāma par ekonomisku sacensību starp tirgus dalībniekiem, kas sacenšas viena veida vai aizstājamu preču ražošanā vai realizācijā. Tā ir cīņa par pircēju, par noteicošo lomu tirgū vai kādā tirgus daļā. Konkurētspēja ir uzņēmuma, nozares vai valsts spēja realizēt savu piedāvājumu tirgū. Konkurētspēja līdz ar konkurences jēdzienu ir viena no svarīgākajām preču un pakalpojumu tirgu raksturojošajām kategorijām, kā arī viens no būtiskākajiem faktoriem uzņēmējdarbībā, kas ietekmē jebkurā tautsaimniecības nozarē darbojošos uzņēmumu. Iepriekš izklāstītais norāda, ka valsts konkurētspēja ir tiešā veidā atkarīga no ikkatra uzņēmuma konkurētspējas, kas darbojas attiecīgajā valstī.

Pasaules ekonomikas forums katru gadu sniedz „Globālās konkurētspējas indeksa ziņojumu”, kurā apkopotas un novērtētas valstis pēc dažādiem konkurētspējas rādītājiem. Rādītāji pēc kuriem tiek vērtēta konkurētspēja ir institūcijas, infrastruktūra, makroekonomiskā vide, produktu, finanšu un darba tirgus, veselība un izglītība, tirgus lielums, biznesa vide, inovācijas un tehnoloģijas. 2016.-2017. gada ziņojumā piedalījās 138 valstis (skatīt 1. pielikumu), starp kurām Latvija ierindojās 49. vietā.

Galvenais uzņēmuma veiksmes faktors ir peļņa, bet lai to gūtu, ir jānodrošina augošs pārdošanas apjoms, tā samazinot produkcijas ražošanas izmaksas. Pārdošanas apjoma pieaugumu uzņēmums var nodrošināt pielietojot mārketinga iespējas, vadot precīzi no uzņēmuma pie pircēja. Nereti tieši uzņēmuma pieredzes trūkums liedz tiem strādāt tik efektīvi kā vajadzētu, tāpēc tiem ir problemātiski konkurēt ar ārvalstu uzņēmumiem, kuru pieredze ir uzkrāta gadu desmitiem. Konkurētspējas paaugstināšana ir viens no galvenajiem ikviena uzņēmuma pastāvēšanas un attīstības mērķiem, jo tieši augstāka konkurētspēja ļauj uzņēmumam iegūt lielāku tirgus daļu attiecīgajā darbības jomā. Jāatzīst, ka ne vienmēr lielāka tirgus daļa uzņēmumam nodrošina arī lielāku peļņu, jo konkurētspējas saglabāšanai un tās paaugstināšanai attiecīgajam uzņēmumam ir nepieciešams investēt savā uzņēmumā.²⁹

Tieši pret investīciju nepieciešamību atduras daudzi jaunie Latvijas uzņēmēji, kuriem uzsākot biznesu nav finansiālu iespēju investēt savā uzņēmumā. Pēc autores domām, Latvijas mērogā, ar pēdējā laika inovatīvajām biznesa idejām un dažādiem risinājumiem, kā iekarot tirgu, jaunajiem uzņēmējiem vajadzētu obligāti aizsargāt savus rūpnieciskos īpašumus, lai celtu valsts reputāciju un konkurētspēju ar savu īpašo produkciju un izgudrojumiem.

Konkurētspēju ietekmējošos faktoros nosacīti iespējams iedalīt ārējās un iekšējās vides faktoros. Kopumā, ikviena uzņēmuma konkurētspēju ietekmē gan iekšējās, gan ārējās vides

²⁹Fedotova K., Geipele I. *Konkurētspējas paaugstināšanas iespējas mainīgos vides apstākļos* 50. RTU Starptautiskā zinātniskā konference: konferences rakstu krājums, Latvija, Rīga, 15-16. Oktobris 2009, ETU izdevniecība 2009, 74.-81.lpp ISBN 9789984321738

faktori. Par konkurētspējas ārējās vides faktoriem var attiecināt demogrāfiskos, ekonomikas, likumdošanas, sociālos un kultūras, tehnoloģijas un zinātnes faktoros. Konkurētspējas ārējos vides faktoros uzņēmums nespēj tieši kontrolēt, bet tas var censties pielāgot savu darbību attiecīgajai situācijai tirgū un tās prasībām. Turpretī, konkurētspējas iekšējo vidi ietekmē tādi faktori kā uzņēmuma darbinieki, starpnieki, konkurenti, kā arī patērētāji – uzņēmums izvēlas tādu stratēģiju un taktiku tirgū, lai paaugstinātu savu konkurētspēju. Iekšējās vides faktori tieši ietekmē uzņēmuma lēmumu pieņemšanu par darbības stratēģiju tirgū.³⁰

Ārējās vides faktors viennozīmīgi ir likumdošana un informācijas pieejamība arī mūsdienās. Pēc autores domām, liela daļa tieši jauno ienācēju tirgū neizprot šo likumu būtību un spēju attīstīt uzņēmumu. Tāpat arī sociālā vide, no kuras jaunais uzņēmējs nāk, var ietekmēt viņa zināšanas par šo smalko uzņēmuma darbības aizsardzības veidu. Protams, vissvarīgākie ir iekšējās vides faktori, kurus pēc iespējas labāk, pārvaldot uzņēmums iegūs lielāku konkurētspēju tirgū. Būtiskākie ir konkurenti un patērētāji, jo uzņēmējam jāspēj izvairīties ne tikai no konkurentu tiesību nepārkāpšanas, bet arī jāparūpējas par savu drošību un pievilcību patērētāju acīs.

Būtisks konkurētspējas iekšējās vides faktors ir uzņēmuma ražotais produkts – tā raksturlielumi, kvalitāte, iesaiņojums, uzglabāšanas iespējas u.tml. Nenoliedzami svarīga loma ir produkta dzīves cikla stadijai, kurā tas atrodas (ieviešanas, augšanas, brieduma, vai krituma stadijā), kā arī attiecīgā produkta ieņemtajai tirgus daļai. Produkta vizuālais izskats, iesaiņojums u.tml. raksturlielumi atstāj nepārprotamu ietekmi uz produkta konkurētspēju tirgū. Ne mazāk svarīgi ir novērtēt un kontrolēt potenciālo patērētāju skaitu un viņu pirktspēju, patstāvīgi pētīt pircēju raksturojumus, viņu pirkšanas lēmumu pieņemšanas procesu, pirkšanas motīvus un rīcību atšķirīgās lomas pirkšanas procesā. Tāpat arī konkurenti un viņu darbības tieši ietekmē uzņēmumu, tādēļ būtiski apzināt konkurentus, izvērtējot viņu darbību un piedāvātos produktus.³¹ Iesaiņojums, izskats ir tieši tie raksturlielumi, kas no tiesiskā viedokļa ir aizsargājami un spēj dot uzņēmuma tiesības lietot un pārstāvēt šo izskatu tirgū arī turpmāk. Līdz ar to, tā ir pilnīga līdzīga izskata produktu vai pakalpojumu izslēgšana no konkurentu loka un attiecīgi arī konkurētspējas paaugstināšana.

Konkurētspējīgās priekšrocības izveidošana nozīmē atrast īpašo „atšķirību”, kas uzņēmumu atšķir no pārējiem uzņēmumiem, kas darbojas attiecīgajā nozarē. Konkurētspējīgo priekšrocību veido tādi komponenti kā efektivitāte, kvalitāte, jaunievedumi, kā arī klientu

³⁰ Fedotova K., Geipele I. *Konkurētspējas paaugstināšanas iespējas mainīgos vides apstākļos* 50. RTU Starptautiskā zinātniskā konference: konferences rakstu krājums, Latvija, Rīga, 15-16. Oktobris 2009, ETU izdevniecība 2009, 74.-81.lpp ISBN 9789984321738

³¹ Fedotova K., Geipele I. *Konkurētspējas paaugstināšanas iespējas mainīgos vides apstākļos* 50. RTU Starptautiskā zinātniskā konference: konferences rakstu krājums, Latvija, Rīga, 15-16. Oktobris 2009, ETU izdevniecība 2009, 74.-81.lpp ISBN 9789984321738

vēlmu apmierināšana. Jaunievedumi kā viens no konkurētspējīgo priekšrocību veidojošajiem elementiem ir arī viens no galvenajiem konkurētspējas paaugstināšanas instrumentiem. Inovācijas ir process, kurā jaunas zinātniskās, tehniskās, intelektuālās, sociālās, kultūras vai citas jomas idejas, izstrādes un tehnoloģijas tiek īstenotas tirgū pieprasītā un konkurētspējīgā produktā vai pakalpojumā. Balstoties uz iepriekšminēto – lai saglabātu savu konkurētspēju, uzņēmumiem jābūt radošākiem un vairāk jāiegulda inovācijā, pētniecībā un tehnoloģiju attīstībā.

Pozīcija tirgū ir stabils uzņēmuma un produktu īpašību tēls pircēja uztverē, salīdzinot ar konkurentu piedāvājumu. Pircēji ir pārslogoti ar informāciju par visiem produktiem un praktiski nevar katru reizi, pieņemot lēmumu par pirkumu, to novērtēt no jauna. Tāpēc, lai atvieglotu sev lēmuma pieņemšanu par pirkumu, pircēji iedala produktus pēc grupām, atkarībā no nodarbinātām pozīcijām tirgū. Pircējiem produktu pozīcija ir attieksmju, iespaidu un sajūtu komplekss, ar kuru tie tirgū uztver noteiktu produktu. Ar laiku pircējs jāpieradina pie domas, ka šajā tirgū tieši šis produkts pārrāks par citiem analogiem, taču konkurences apstākļos uzņēmumam nepārtraukti ir jādomā par tādiem mārketinga pasākumiem, kas varētu nostiprināt savas pozīcijas tirgū. Pozīciju nostiprināšana ir tādu mārketinga pasākumu īstenošana, kas noved pircēju pie stabilām domām par uzņēmuma produkta neapšaubāmām priekšrocībām mērķtirgū. Strādājot mērķtirgū, ir jāpiedāvā pircējiem kaut kas vērtīgāks par to, ko piedāvā konkurenti, nosakot iespējamās produkta konkurētspējas priekšrocības. Konkurētspējas priekšrocības tirgū var būt saistītas ar šādām mārketinga darbībām:

- produkta diferencēšana (dažādas īpašības, īpatnības, dizains, sortiments u. c.);
- apkalpošanas diferencēšana (formas, metodes, dažādība u. c.);
- darbinieku diferencēšana (īpašas prasmes, iemaņas, zināšanas);
- produktu izplatīšanas diferencēšana;
- uzņēmuma tēla (imidža) diferencēšana.³²

Patērētāju pārslogotības dēļ ir svarīgi izveidot īpašu izskatu un unikālu nosaukumu, lai tas gan ar savu krāsu gammu, iepriekš neredzēto dizainu piesaistītu pircēju, un nostrādātu par labu lēmumam iegādāties attiecīgo produktu. Lai nostiprinātu produkta pozīciju tirgū ir svarīgi piedāvāt dažādotu produktu, atšķirīgu uz pārējo fona izskata un sortimenta ziņā. Taču, lai panāktu efektīvu konkurētspējas uzlabošanu, nepietiek ar vienu mārketinga darbību, lielākoties uzņēmumam ir jāspēj balansēt ar visām iepriekš minētajā mārketinga darbībām.

³² Praude V., Driksna I. *Produktu pozicionēšana tirgū* LATVIJAS UNIVERSITĀTES RAKSTI. 2004. 674. sēj. VADĪBAS ZINĀTNE, 80.–89. lpp. ITSB 9984-770-54-0

2.3. Intelektuālā kapitāla jēdziens uzņēmumā un sasaiste ar II

Organizācijas vadības spējas vadīt savu intelektuālo kapitālu un tā veidotājus, lai tie nemitīgi vairotu organizācijas zināšanu jeb intelektuālo kapitālu, ir kļuvušas par vienu no svarīgākajām vadīšanas zinātnes problēmām 20. gadsimta beigās un 21. gadsimta sākumā.

Mūsdienās uzņēmuma intelektuālajam kapitālam liela nozīmē ir tieši kā kapitālam, kurš pats ir vērtība un var radīt vērtību. Tādējādi, intelektuālais kapitāls nav jāanalizē kā resurss, bet kā uzņēmuma aktīvs, kurš objektīvi pastāv un spēj nodrošināt uzņēmuma konkurētspējīgās priekšrocības. Intelektuālais kapitāls ir viens no 12 galvenajiem konkurētspējīgo priekšrocību avotiem, ko atzīst gan zinātnieki, gan arī starptautiskās organizācijas (OECD, Eiropas Komisija u. c.).³³

Vienu no precīzākajiem skaidrojumiem par intelektuālo kapitālu sniedz Šveices vadībzinību profesors Johans Rūss (Johan Roos), piedāvājot divas definīcijas. Pēc Rūsa domām, intelektuālo kapitālu var definēt kā:

- organizācijas dalībnieku zināšanu kopumu un šo zināšanu praktiskās pielietojšanas rezultātus, kas var izpausties kā preču zīmes un procesi,
- jebko, kas var radīt pievienoto vērtību, bet kam ir nemateriāla jeb netaustāma forma; tā izpaužas kā starpība starp organizācijas kopējo un finansiālo vērtību.³⁴

Pirmā definīcija parāda, ka zināšanas vienas pašas vēl neveido intelektuālo kapitālu, bet tās ir nepieciešams pārvērst konkrētos risinājumos, kas var izpausties visdažādākajos veidos – gan kā procesi, piemēram, uzlabota organizatoriskā struktūra un optimāla komunikācija organizācijā ļauj pieņemt kvalitatīvākus vadības lēmumus un samazināt lēmumu pieņemšanas laiku, ātrāk par konkurentiem reaģēt uz tirgus izmaiņām vai īsākā laikā ieviest jauninājumus, uzlabot kvalitāti vai samazināt pašizmaksu, gan kā spēcīgas preču zīmes, kurām patērētāji uzticas un saglabā lojalitāti. Otrā definīcija, lai gan nesniedz atbildi, kas ir intelektuālais kapitāls, tomēr tūri matemātiski ļauj noteikt organizācijas intelektuālā kapitāla vērtību.³⁵

Pēc Annijas Brukingas domām intelektuālais kapitāls sastāv no:

- tirgus aktīviem (preču zīmes, klienti, klientu lojalitāte, sadales kanāli, saņemtie pasūtījumi nākotnes periodam u. c.),
- cilvēku aktīviem (darbinieku prasmes un pieredze, spējas risināt problēmas, vadīšanas spējas un vadīšanas stils u. c.),

³³ Lenjušenkova O. *Intelektuālā kapitāla attīstība un vadība uzņēmumos Latvijā* Promocijas darba kopsavilkums – Rīga, RTU Izdevniecība, 2017. – 38. lpp

³⁴ Roos J., Roos G., Dragonetti N. C., Edvinsson L. *Intellectual capital*. – London: Macmillan Press Ltd., 1997, p. 143.

³⁵ Babris S. *Intelektuālā kapitāla būtība un loma mūsdienu organizācijā* LATVIJAS UNIVERSITĀTES RAKSTI. 2004. 674. sēj. VADĪBAS ZINĀTNE, 90.–101. lpp.

- intelektuālā īpašuma (tehnoloģijas, preču zīmes, patenti un citas autortiesības),
- infrastruktūras aktīviem (tehnoloģijas, procesi un metodes, kas ļauj organizācijai funkcionēt).³⁶

Kā autore ir minējusi, rūpnieciskais īpašums tiek ietverts gandrīz katrā uzņēmuma intelektuālā kapitāla sastāvdaļā, gan tirgus aktīvos, kur tas tieši atspoguļojas kā ilgtermiņa objekts, kurā ir ieguldīti līdzekļi, gan cilvēku aktīvos, kas var izdomāt un izgudrot jaunu objektu, ko uzņēmums vēlāk aizsargā, un protams arī intelektuālā īpašuma sadaļā, kur tas reāli ir jau aizsargāts IĪ objekts.

Mainoties ekonomikai, videi un skatījumam uz uzņēmuma vadību, būtiski mainās arī skatījums uz kapitālu, pārejot no statiska uz dinamisku, lielāku nozīmi piešķirot intelektuālajam kapitālam. Pēc O. Lentjušenko domām, mūsdienās kapitāls ir jāskata trīs aspektos:

- 1) kapitāls kā resurss, kuru izmantojot var ražot preces un pakalpojumus;
- 2) kapitāls kā investīciju objekts, kurā investējot var mainīt tā apjomu un kvalitāti;
- 3) kapitāls kā uzņēmuma darbības rezultāts, kuru var izmantot gan pats uzņēmums, gan uzņēmuma darbinieki, klienti un partneri, gan arī visa sabiedrība.

Uzņēmuma līmenī svarīgi ir visi trīs aspekti, taču, skatoties no ilgtspējas viedokļa, svarīgāks ir otrais un trešais aspekts, kuri parāda skatījuma dinamisko pusi. Tieši šie aspekti parāda arī kapitāla duālo dabu, t. i.,:

- 1) uzņēmums var attīstīt savu kapitālu, veicot uzlabojumus atbilstīgi uzņēmuma vajadzībām. Kapitālu var attīstīt, izmantojot dažādus līdzekļus, tostarp arī uzņēmuma esošo kapitālu un papildu kapitālu;
- 2) uzņēmums savas darbības rezultātā, izmantojot savu un piesaistīto kapitālu, var radīt lielāku kapitālu, tādējādi nodrošinot kapitāla apjoma, atsevišķos gadījumos arī kvalitātes, pieaugumu ne tikai uzņēmumam, bet arī darbiniekiem, klientiem u. c.

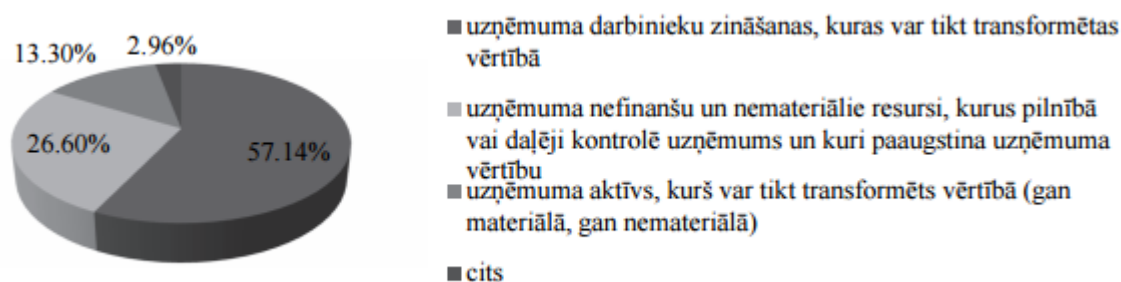
Kapitāls var strādāt arī kā multiplikators, t. i., palielinoties vienā uzņēmumā, tā apjoms var palielināties arī sabiedrībā kopumā. Tas nozīmē, ka kapitāls var būt darbības rezultāts.³⁷

Tāpat O. Lentjušenko secina, ka pētot kopīgās tendences intelektuālā kapitālā attīstībā Latvijas uzņēmumos, uzņēmēji nepietiekami pievērš uzmanību intelektuālā kapitāla potenciālam uzņēmuma izaugsmē. O. Lentjušenko pieņem, ka tas ir saistīts ar to, ka uzņēmēji nepietiekami dziļi izprot intelektuālā kapitāla būtību un lomu uzņēmumā. Promocijas darba ietvaros O. Letjušenko veica pētījumu, kura mērķis bija noteikt intelektuālā kapitāla un

³⁶ Brooking A. *Intellectual Capital*. – London: Thomson Business Press, 1996.

³⁷ Lenjušenkova O. *Intelektuālā kapitāla attīstība un vadība uzņēmumos Latvijā* Promocijas darba kopsavilkums – Rīga, RTU Izdevniecība, 2017. – 38. lpp

intelektuālajā kapitālā ieguldīto investīciju nozīmi uzņēmumā, tās ietekmējošos faktorus uzņēmumu līmenī Latvijā, kā arī gaidāmos rezultātus no investīcijām. Aptaujas rezultāti parādīja, ka Latvijas uzņēmēji visbiežāk ar intelektuālo kapitālu saprot uzņēmuma darbinieku zināšanas (sk. 2.3. att.). Relatīvi neliela respondentu daļa (13,3 %) piekrīt intelektuālā kapitāla definīcijai: uzņēmuma aktīvs, kuru var transformēt vērtībā (gan materiālā, gan nemateriālā). Daži uzņēmēji norādīja, ka viņi ar intelektuālo kapitālu saprot gan darbinieku zināšanas, gan arī uzņēmuma nefinanšu un nemateriālos resursus.³⁸



2.3. att. Uzņēmēju viedoklis par intelektuālā kapitāla jēdzienu

No pētījuma O. Letjušenko secina, ka lielākajai daļai uzņēmēju nav pietiekami dziļas izpratnes par intelektuālā kapitāla būtību – viņi ar intelektuālo kapitālu saprot tikai vienu intelektuālā kapitāla elementu. Šī ierobežotā izpratne var veidot stereotipus par intelektuālā kapitāla nozīmi uzņēmuma darbībā, ierobežojot uzņēmuma attīstības potenciālu. Pastāv risks, ka uzņēmums varētu nepievērst pietiekami daudz uzmanības savā rīcībā esošajam intelektuālajam kapitālam, jo neuzskata to par aktīvu, kas var radīt vērtību. Viens no iemesliem varētu būt šo aktīvu vērtības noteikšanas grūtības, ka arī šī aktīva radītās atdeves aprēķināšanas problēmas.³⁹

Nīderlandes universitātes pētījumā tika izvirzīti trīs iemesli, kāpēc IĪ ir daļa no intelektuālā kapitāla un uzņēmuma veikspējas mijiedarbības. Pirmkārt, IĪ var tikt uzskatīts kā visreālākā intelektuālā kapitāla daļa, jo sastāv no patentiem, autortiesībām, preču zīmēm, kas ir novērtējami vieglāk nekā intelektuālā kapitāla nemateriālie aktīvi. Otrais iemesls, kāpēc autori iekļāva IĪ savā analīzē bija, lai attīstītu saikni starp IĪ no vienas puses un cilvēkkapitālu, organizācijas kapitālu un attiecību kapitālu no otras puses. To īstenojot, IĪ stratēģijas vairāk iekļautos uzņēmumu vispārējo, stratēģisko lēmumu pieņemšanā. Treškārt, no konceptuālā un

³⁸ Lenjušenkova O. *Intelektuālā kapitāla attīstība un vadība uzņēmumos Latvijā* Promocijas darba kopsavilkums – Rīga, RTU Izdevniecība, 2017. – 38. lpp

³⁹ Turpat

vadības viedokļa, IĪ ir būtiska daļa no intelektuālā kapitāla.⁴⁰ Trīs minētie iemesli, pēc autores domām, ir pats pamats intelektuālajam kapitālam uzņēmumā, kas spētu nostabilizēt uzņēmuma iekšējo vidi un sekmēt tā konkurētspēju starp tirgus dalībniekiem.

Svarīga atziņa, iedziļinoties intelektuālā kapitāla būtībā, ir tā, ka uzņēmuma finansiālie rādītāji paši par sevi nav pietiekami uzņēmuma nākotnes vērtības prognozēšanai, jo tie tikai parāda pagātnes rezultātus. Tas nozīmē, ka, veicot kāda uzņēmuma vai organizācijas analīzi, finansiālie rādītāji jāpapildina ar nefinansiālajiem rādītājiem, kas atklāj citus uzņēmuma attīstības dzinējspēkus, piemēram, ražošanas vai jaunu produktu ieviešanas cikla ilgumu, laikā piegādāto sūtījumu īpatsvaru, atkārtoto darījumu ar klientiem dinamiku, darbinieku mainību un citus rādītājus, kas var palīdzēt uzņēmumam izveidot pilnvērtīgāku stratēģiju, nekā balstoties tikai un vienīgi uz finansiālajiem rādītājiem. Tādējādi intelektuālā kapitāla analīze paver iespējas vadīt organizāciju kopumā, nevis tikai tās redzamo (finansiālo) daļu.⁴¹

Vienota definīcija par intelektuālo kapitālu joprojām nav izstrādāta, katrs pētnieks veic izvirza savu definīciju, kur, definīcijas jēga visiem ir viena – uzņēmuma netaustāmais kapitāls, kurā nepieciešamas investīcijas, lai tas dotu rezultātu.

Kopsavilkums

Jau pirms 16 gadiem profesore Maskusa, kā galveno ekonomikas mērķi attiecībā uz IĪ izvirzīja, nepieciešamību pēc IĪ zināšanu paplašināšanas sabiedrībā, investēšanu sabiedrības informēšanā un izglītošanā. Ne tikai IĪ ietekmē ekonomiku, bet arī ekonomika ietekmē IĪ. ES tirgū, viltotu preču dēļ, ik gadu tiek nodarīti vairāku miljonu vērti zaudējumi, kas ļoti stipri stagnē ekonomisko attīstību. Ekonomiskā attīstība ir ļoti cieši saistīta ar konkurētspēju, jo, tikai uzņēmumi, kas tiecas pilnveidoties, lai ieņemtu pēc iespējas lielāku tirgus daļu, ir spējīgi attīstīties un dod pienesumu valsts ekonomiskajai izaugsmei. Par svarīgāko un perspektīvāko konkurences priekšrocību veidotāju ir kļuvušas zināšanas, kas atrodas uzņēmuma rīcībā, attiecības ar klientiem, piegādātājiem, jaunu produktu iestrādes, inovāciju līmenis un citas uzņēmuma bilancē neatspoguļotas vērtības, kuras rada daudz lielāku pievienoto vērtību nekā tradicionālie ražošanas faktori. Konkurētspēju ietekmējošie faktori ir iedalāmi ārējās un iekšējās vides faktoros, un katrs no tiem ir cieši saistīts ar IĪ, piemēram, ārējās vides faktori tehnoloģijas, zinātne un likumdošana, kas regulē IĪ darbību. Uzņēmumi šos faktoros nevar

⁴⁰ Bollen L., Vergauwen P., Schnieders S., "Linking intellectual capital and intellectual property to company performance", Management Decision, (2005) Vol. 43 Issue: 9, pp.

⁴¹ Babris S. *Intelektuālā kapitāla būtība un loma mūsdienu organizācijā* LATVIJAS UNIVERSITĀTES RAKSTI. 2004. 674. sēj. VADĪBAS ZINĀTNE, 90.–101. lpp

kontrolēt, bet tikai pielāgoties tiem. Iekšējās vides faktorus – ražotais produkts, konkurenti un patērētāji ir iespējams un nepieciešams kontrolēt, lai panāktu uzņēmuma konkurētspējas uzlabošanu.

Uzņēmumiem ir ļoti svarīgi atrast savu īpašo „atšķirību”, liekot uzsvāru uz tādām komponentēm, kā efektivitāte, kvalitāte, jaunievedumi, kā arī klientu vēlmju apmierināšana. Tāpat, lai uzņēmumi paaugstinātu savu konkurētspēju, mūsdienu tirgū, ir nepieciešams apzināties uzņēmumā esošo intelektuālo kapitālu, tā apjomu un vērtību, izprast, kā arī izprast, kā to izmantot efektīvāk.

Uzņēmumi katrs strādā ar savu IĪ, bet informācijas un zināšanu trūkuma dēļ, viņi neaptver, cik lielu pievienoto vērtību IĪ nes sev līdzī.

3. Ī IETEKME UZ VALSTU KONKURĒTSPĒJU

Kā iepriekš darba autore noskaidroja, valsts konkurētspēja ir vistiešākā veidā atkarīga no uzņēmēju konkurētspējas līmeņa. Pēc autores domām svarīgi ir palūkoties uz datiem, kas sniedz ieskatu par valstu konkurētspēju un par to, cik lielā apmērā valstī tiek aizsargāti Ī. No kā varēs izsecināt, vai valstis ar augstāko konkurētspēju pasaules reitingā patiešām ir aktīvākās Ī aizsardzībā.

Darba autore izpētīja piecas valstis Latviju, Itāliju, Vāciju, Igauniju un Slovēniju, lai salīdzinātu konkurētspējas reitingu attiecībā pret valstī aizsargāto Ī skaitu. Pasaules ekonomikas foruma „Globālās konkurētspējas indeksa ziņojumā 2016.2017. gadam” minētās valstis no 138 valstīm ieņem atšķirīgu vietu kopējā reitingā. Globālās konkurētspējas indekss balstās uz pasaules valstu salīdzinājumu pēc 12 kritēriju grupām jeb pīlāriem, proti, 1) institūcijas, 2) infrastruktūra, 3) makroekonomiskā vide, 4) veselība un pamatizglītība, 5) augstākā izglītība un apmācība 6) produktu tirgus efektivitāte, 7) darba tirgus efektivitāte, 8) finanšu tirgus attīstība, 9) tehnoloģiskā gatavība, 10) tirgus lielums, 11) biznesa vides kvalitāte un 12) inovācijas. Starp šiem pīlāriem tiešā veidā apskatīts intelektuālai īpašums tiek institūciju grupā un inovāciju grupā un kopā sastāda aptuveni 3 % no kopējā konkurētspējas indeksa.

3.1. Ī aizsardzības datu analīze dažādās valstīs

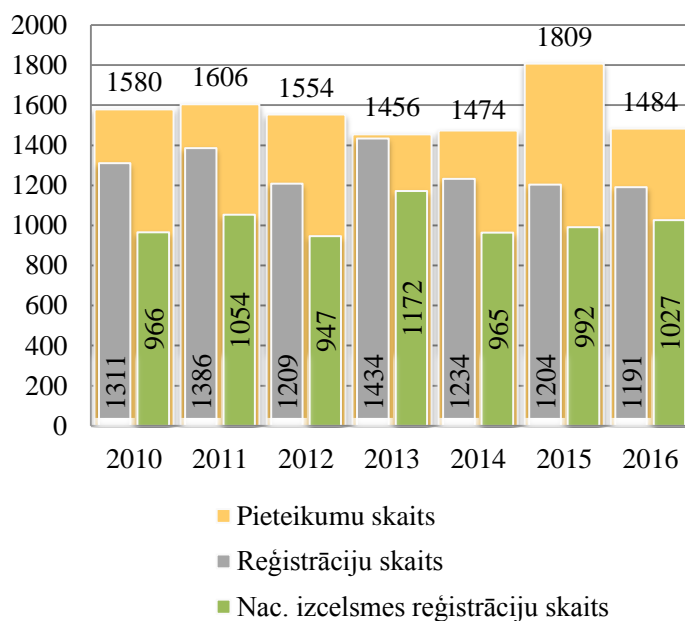
3.1.1. Latvijas Ī aizsardzības datu analīze

Latvija ar diviem miljoniem iedzīvotāju un IKP 13638,6 USD uz vienu iedzīvotāju ieņem 49. vietu globālās konkurētspējas ziņojumā, krītot par piecām pozīcijām salīdzinājumā ar 2015.-2016.gada reitingu. Institūciju un inovāciju jomā tā kopumā ieņem 64. vietu, detalizētāk, institūciju pīlāra intelektuālā īpašuma aizsardzībā ieņem 63. vietu, bet inovāciju pīlāra pieteikto patentu indeksā ierindojas 32. vietā. Abos pīlāros Latvijai pēdējos piecos gados novērojama izaugsme. Latvija ieņem 49. vietu pēc produktu tirgus efektivitātes un 58. vietu pēc biznesa vides kvalitātes. Tirgus lieluma ziņā Latvija ierindojas 96. vietā.⁴²

Kā lielākā problēmas biznesa darbībai Latvijā tiek minētas neadekvātās nodokļu likmes, neefektīva valdības birokrātija, piekļuve finansējumiem, korupcija, nepietiekamas spējas ieviest jauninājumus un nepietiekami izglītots darba spēks.

⁴² Schwab K, *The Global Competitiveness report 2016-2017* World Economic forum , 232-233p.

Latvijā visaktīvāk no visiem rūpnieciskā īpašuma objektiem tiek aizsargātas tieši preču zīmes. Pēdējo trīs gadu laikā preču zīmju reģistrāciju skaits ir krities (sk. attēlu 3.1.)⁴³, tādējādi 2016. gadā sasniedzot 1191 reģistrācijas no 1484 pieteikumiem. Arī pieteikumu skaitam 6 gadu griezumā ir novērojama minimāla tendence kristies, izņemot 2015. gadu, kad PV tika iesniegts rekordliels pieteikumu skaits, līdz ar to var paredzēt, ka 2017. gadā būs lielāks reģistrāciju skaits, jo

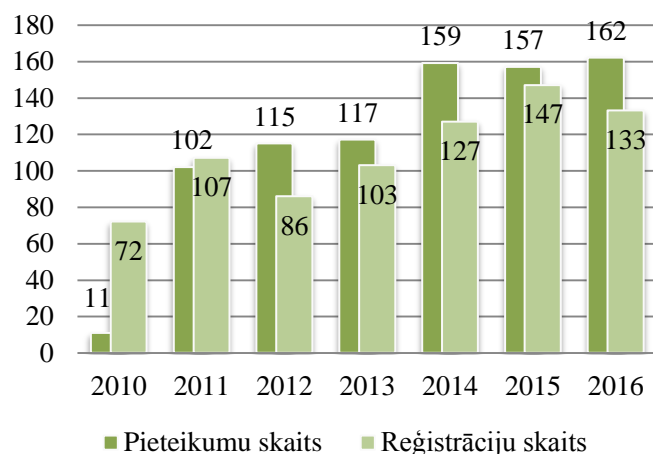


3.1. att. Pieteikto un reģistrēto preču zīmju skaits Latvijā izmantojot nacionālo reģistrācijas veidu (2010-2016)

ātrākais laika posma garums no pieteikuma iesniegšanas līdz reģistrācijai ir sākot no 6 mēnešiem, līdz pat 12 un vairāk mēnešiem. Kopumā no reģistrēto preču zīmju skaita lielākā daļa ir Latvijas izcelsmes īpašnieku preču zīmes, kas norāda uz lielu aktivitāti no Latvijas iedzīvotāju un uzņēmēju puses.

Nacionālo pieteikumu samazinājumam izskaidrojumu var rast arī EUIPO pieteikumu skaita pieaugumā (sk. attēlu 3.2.)⁴⁴.

Neskatoties uz to, ka EUIPO pieteikums ir trīs reizes dārgāks, tas ietver ne tikai Latviju, bet arī pārējās 27 ES valstis. Ik gadu EUIPO saņemto pieteikumu skaits no Latvijas ir audzis. Arī reģistrāciju skaits ir piedzīvojis kāpumu aptuveni par 20 reģistrācijām katru gadu, izņemot 2016. gadu, kad reģistrāciju skaits ir krities. Latvijas uzņēmējiem un iedzīvotājiem, kā šķēršli aizsargāt savu



3.2. att. EUIPO pieteikto un reģistrēto preču zīmju skaits no Latvijas (2010-2016)

IĪ EUIPO ir lielās izmaksas veicot pieteikumu, bieži vien arī patentpilnvarnieka vai LR PV

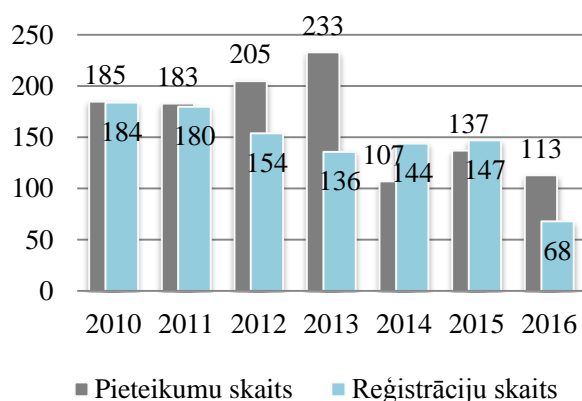
⁴³ Preču zīmju statistika <http://www.lrpv.gov.lv/lv/patentu-valde/statistika/precu-zimju-statistika> Sk. 05.02.2017.

⁴⁴ [EUIPO Statistical country profile – Latvia](#) Sk. 08.03.2017.

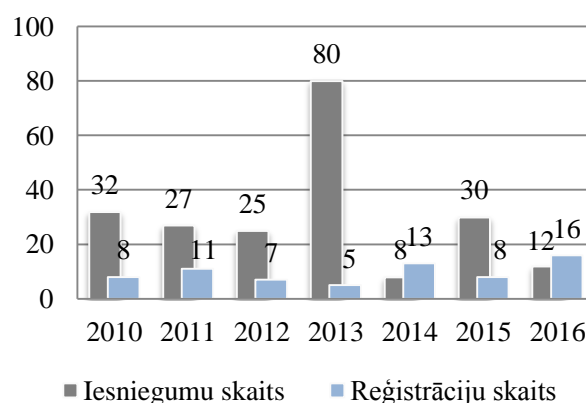
pakalpojumi, kas nav visai lēti. Tāpat neskaidrības klašu formulēšanā paldzina pieteikuma izskatīšanas laiku EUIPO.

Līdz 2013. gadam patentu pieteikumu skaits auga (sk. attēlu 3.3.)⁴⁵, taču jau 2014. gadā tas samazinājās uz pusi. Latvijā patenta izskatīšana aizņem aptuveni divus gadus, tomēr tā nav samērā dārga, jo LR PV piedāvā atlaides, ja pieteikumu iesniedz pats izgudrotājs, ja izgudrotājs ir pensionārs, skolēns, students vai arī I/II grupas invalīds. Pēdējo sešu gadu laikā, 2016. gadā pieredzēts vismazākais patentu reģistrāciju skaits – 68 patenti, jo pirms diviem gadiem – 2014. gadā PV tika saņemts vismazākais patentu pieteikumu skaits. Ņemot vērā faktu, par procedūras ilgumu – 2 gadi, var izveidot provizorisko reģistrēto patentu skaitu uz tuvākajiem diviem gadiem.

Arī EPI, tāpat kā PV iesniegto patentu skaits tieši 2013. gadā bija rekordliels – 80 pieteikumi (sk. attēlu 3.4.)⁴⁶. Lielo izmaksu dēļ, pieteikumu skaits gadā nepārsniedz vidēji vairāk par 30, tomēr, 2016. gadā reģistrēto patentu skaits sasniedzis 16, kas ir visaugstākais rādītājs pēdējo gadu laikā.



3.3. att. Latvijas izcelsmes pieteikto un reģistrēto patentu skaits (2010 – 2015)

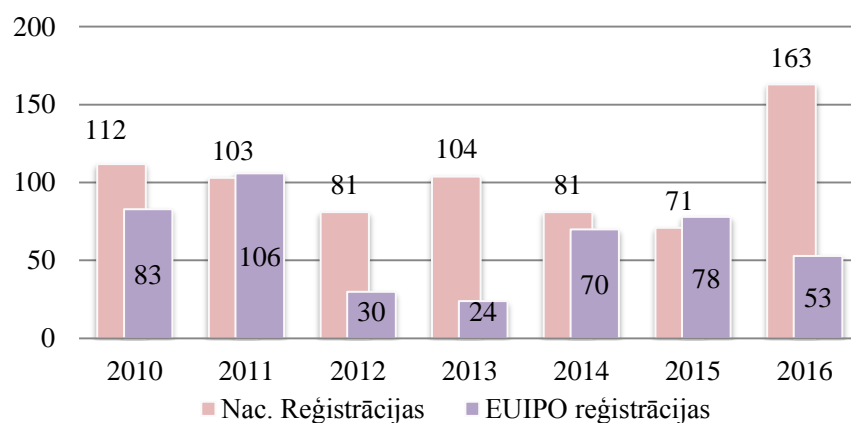


3.4. att. EPI iesniegto un reģistrēto patentu skaits no Latvijas (2010-2016)

Ļoti mazu aktivitāti Latvijas iedzīvotāji izrāda dizainparaugu aizsardzībā neskatoties uz to, ka šis ir lētākais no rūpnieciskā īpašuma aizsargājamajiem objektiem Latvijā. (sk. Attēlu 3.5.) Latvijā gada laikā vidēji tiek reģistrēti 100 dizainparaugi, bet no Latvijas EUIPO periodiski reģistrāciju skaits atšķiras, pēdējos gados novērojams mazs reģistrāciju skaits, līdz 106, kas tika sasniegts 2011. gadā un joprojām nav bijis pārsniegts.

⁴⁵ Izgudrojumu statistika <http://www.lrpv.gov.lv/lv/patentu-valde/statistika/izgudrojumu-statistika> Sk. 05.02.2017.

⁴⁶ Patent statistics, Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat/web/science-technology-innovation/data/database> Sk. 03.04.2017.



3.5. att. Nacionālo Latvijas dizainparaugu reģistrācijas un EUIPO reģistrēto dizainparaugu skaits no Latvijas^{47/48}

Kopumā intelektuālā īpašuma aizsardzība pēdējos gados Latvijā ir augusi un attīstījusies, uzrādot reģistrāciju skaita pieaugumus, kā arī palielinot vispārējo interesi no uzņēmēju puses par intelektuālā īpašuma aizsardzības niansēm.

3.1.2. Itālijas IĀ aizsardzības datu analīze

Globālās konkurētspējas indeksa ziņojumā 2016.-2017. gadam Itālija ieņem 44. vietu, krītot par vienu pozīciju. Itālijai ir 60,8 miljoni iedzīvotāju un IKP ir 29866,6 USD uz vienu iedzīvotāju. Institūciju pīlārā ieņemot 103. vietu un IĀ aizsardzības apakšgrupā 53. vietu, bet inovācijās 32. vietu ar samērā labiem rezultātiem uz pārējo rezultātu fona – patentu pieteikumu skaita ziņā 24. vietu. Produktu tirgus efektivitātes pīlārā Itālija ieņem 67. vietu, 25. vietu biznesa vides kvalitātes pīlārā un 12. vietu tirgus lieluma ziņā.⁴⁹

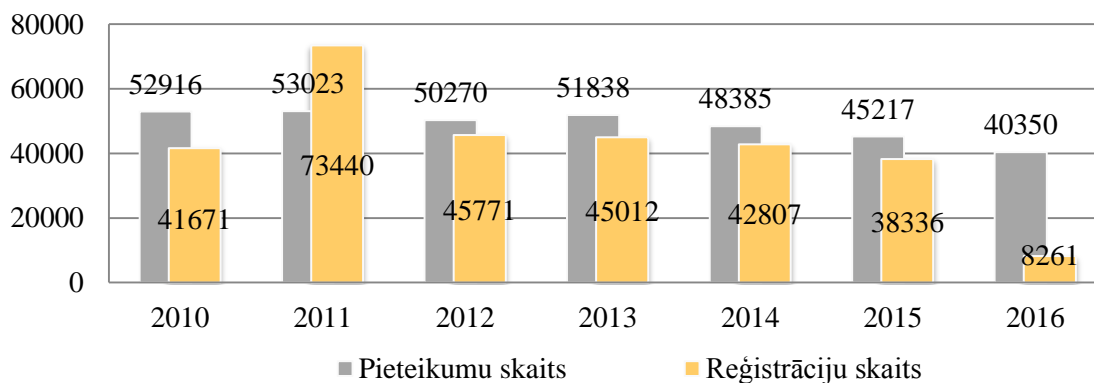
Arī Itālijā lielākie šķēršļi biznesa darbībai ir nodokļi, neefektīva valdības birokrātija, nepietiekami izglītots darba spēks, korupcija un nepietiekams atbalsts infrastruktūrai.

Konkurētspējas indeksa ziņā Itālija atrodas tikai piecas vietas augstāk par Latviju. Preču zīmju pieteikumu skaits Itālijā ir aptuveni divas reizes lielāks nekā Latvijā, tomēr, pēc pēdējo septiņu gadu datiem (sk. attēlu 3.6.), ļoti uzskatāmi var novērot gan preču zīmju pieteikumu skaita samazināšanos, kas ir aptuveni par 4% ik gadu, gan reģistrāciju skaita samazināšanos, piemēram, 2016. gadā, reģistrāciju skaits sastādīja tikai 21% no iepriekšējā, 2015. gada reģistrēto preču zīmju skaita.

⁴⁷ EUIPO Statistical country profile – Latvia Sk. 08.03.2017.

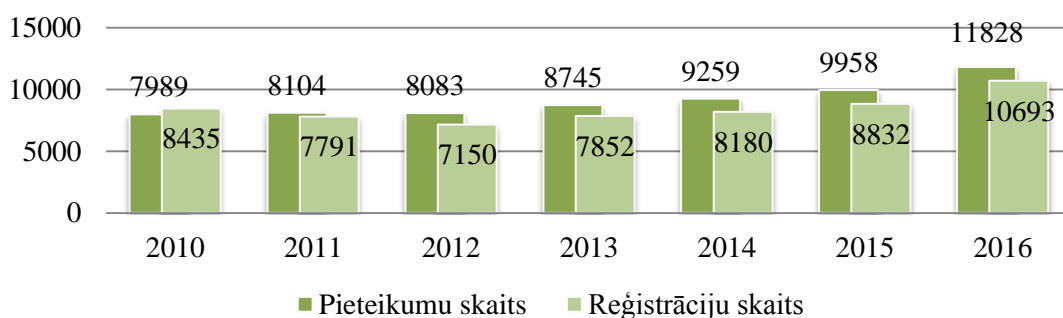
⁴⁸ Dizainparaugu statistika <http://www.lrpv.gov.lv/lv/patentu-valde/statistika/dizainparaugu-statistika> Sk. 08.03.2017.

⁴⁹ Schwab K, *The Global Competitiveness report 2016-2017* World Economic forum, 212-213p



3.6. att. Itālijas nacionālo preču zīmju pieteikumu un reģistrāciju skaits (2010-2016)⁵⁰

EU IPO iesniegto preču zīmju pieteikumu skaits no Itālijas 7 gadu laikā ir vienmērīgi palielinājies (sk. attēlu 3.7.), ar vidējo ikgadējo pieaugumu par ~6%. No 2010. līdz 2012. gadam novērojama preču zīmju reģistrāciju samazināšanās, tomēr turpmāk, līdz 2016. gadam, reģistrāciju skaitam ir tendence vienmērīgi pieaugt.

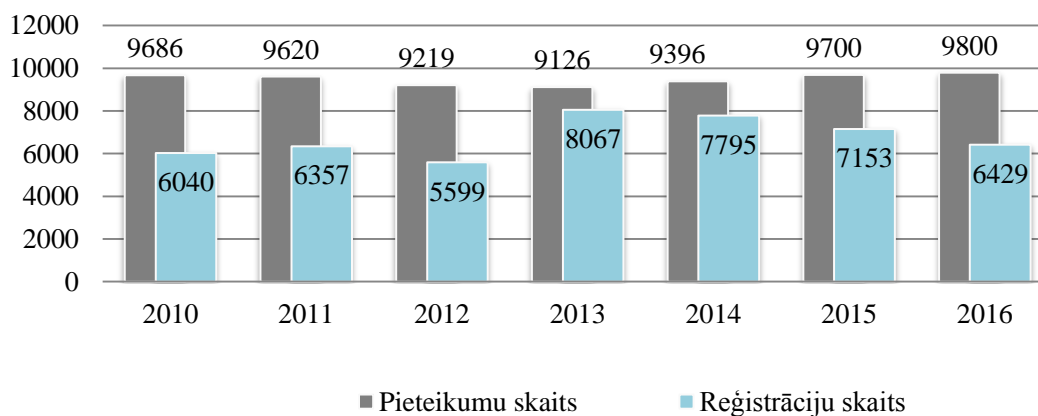


3.7. att. EUIPO pieteikto un reģistrēto preču zīmju skaits no Itālijas (2010-2016)⁵¹

Itālija bija viena no valstīm, kas vissmagāk pārcieta 2008.gada krīzi Eiropā, vairākus gadus IKP piedzīvoja tikai kritumus, valstī palielinājās bezdarbs, kas veicināja recesiju Itālijas ekonomikā. Ekonomiskās krīzes sekas ir acīmredzamas arī IĪ aizsardzības rādītājos. Neskatoties uz to, ka ik gadu Itālijas Patentu un preču zīmju iestāde ir saņēmusi vidēji nedaudz vairāk nekā deviņus tūkstošus patentu pieteikumu (sk. attēlu 3.8.), pēc krīzes gados, no 2010. līdz 2012. gadam, reģistrēto patentu skaits samazinājās līdz ~5,5 tūkstošiem, tomēr jau 2013. gadā tas piedzīvoja strauju kāpumu – par aptuveni 45% vairāk reģistrēto patentu. Līdz 2016. gadam patentu reģistrāciju skaits katru gadu samazinājies, neskatoties uz to, ka pieteikumu skaits bija aptuveni vienāds.

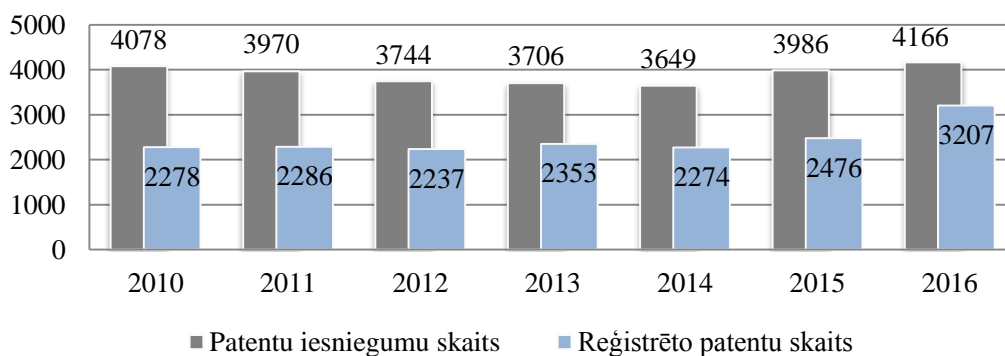
⁵⁰ Data about Italy from TMview database <https://www.tmdn.org/tmview/welcome?lang=lv> Sk. 21.04.2017.

⁵¹ [EUIPO Statistical country profile – Italy](#) Sk. 08.03.2017.



3.8. att. Itālijas izcelsmes pieteikto un reģistrēto patentu skaits (2010-2016)⁵²

Itālija ir salīdzinoši aktīva arī Eiropas patentu pieteikumu ziņā (sk. att. 3.9.). 2010. gadā pieteikumu skaits EPI no Itālijas bija neaudz vairāk kā 4 tūkstoši, arī 2016. gadā pieteikumu skaits ir tāds pats. To starpā līdz 2014. gadam pieteikumu skaita ziņā novērojams samazinājums, taču ļoti minimāls, ik gadu par aptuveni 100 pieteikumiem. Pieteikumu skaits EPI no Itālijas ir audzis tikai pēdējo divu gadu laikā, kas izskaidrojams ar EPI sistēmas pilnveidi un uzlabojumiem pēdējos gados. Arī reģistrēto patentu skaits ir bijis vienmērīgs šajā laika posmā, un tikai pēdējo divu gadu laikā piedzīvojis lielāku kāpumu – par 1000 reģistrētiem EPI patentiem vairāk kopš 2014. gada.



3.9. att. EPI iesniegto un reģistrēto patentu skaits no Itālijas (2010-2016)⁵³

Itālija ir plaši pazīstama modes un mākslas valsts, tieši šī iemesla dēļ darba autore izvēlējās viņu apskatīt no IĪ aizsardzības viedokļa. Nacionālo Itāļu dizainparaugu dati septiņu gadu laikā ir ļoti nevienmērīgi (sk. attēlu 3.10.)^{54/55}. Nacionālo reģistrāciju kritums līdz 2011.

⁵² Database dei brevetti italiani <http://brevettidb.uibm.gov.it/> Sk. 26.04.2017.

⁵³ Patent statistics, Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat/web/science-technology-innovation/data/database> Sk. 03.04.2017.

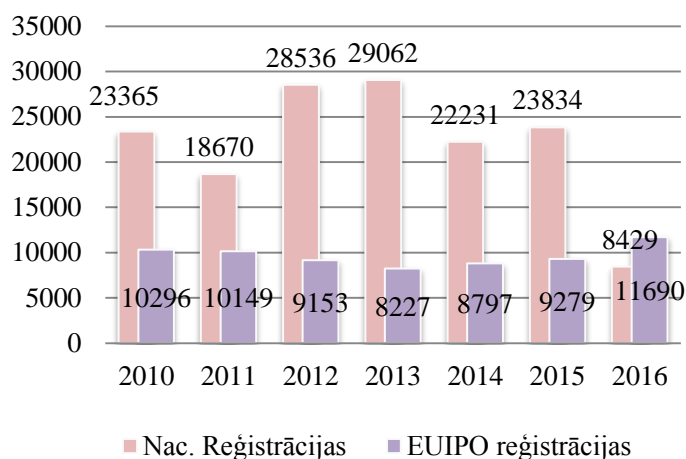
⁵⁴ [EUIPO Statistical country profile – Italy](#) Sk. 08.03.2017.

gadam izskaidrojam ar Itālijas atkopšanos pēc krīzes, 2012. gadā sekoja 50% kāpums, kas stabili turējās divus gadus, 2014.

gadā atkal samazinoties par 25%.

Tomēr 2016. gada dati ir netipiski zemi, reģistrēto dizainparaugu skaits Itālijā sastāda vien 8429, kas ir vairāk nekā divas reizes mazāks, nekā iepriekšējā gadā (23834).

Ekonomiskā krīze ir ļoti spēcīgi ietekmējusi šauro IĪ aizsardzības jomu, kā rezultātā, novērotā izaugsme Itālijā ir ļoti lēna.



3.10. att. Itālijas nacionālo DP reģistrācijas un EUIPO DP reģistrācijas no Itālijas (2010-2016)

3.1.3. Vācijas IĪ aizsardzības datu analīze

Darba autores izpētīto valstu vidū Vācija ieņem visaugstāko vietu Globālās konkurētspējas indeksā, proti, 5. vietu, zaudējot vienu pozīciju salīdzinot ar iepriekšējo 2015.-2016. gada ziņojumu. Vācijā ir 81,9 miljoni iedzīvotāji un IKP uz vienu iedz. sastāda 40996,5 USD. Institūciju pīlārā vadošā piecinieka valsts ieņem 22. vietu un IĪ aizsardzības jomā 19. vietu, bet inovāciju pīlārā 5. vietu un attiecīgi patentu pieteikumu skaita ziņā 7. vietu reitingā. 23. vietu Vācija ieņem produktu tirgus efektivitātes jomā, 5. un 3. vietu attiecīgi tirgus lieluma un biznesa vides kvalitātes jomā.⁵⁶

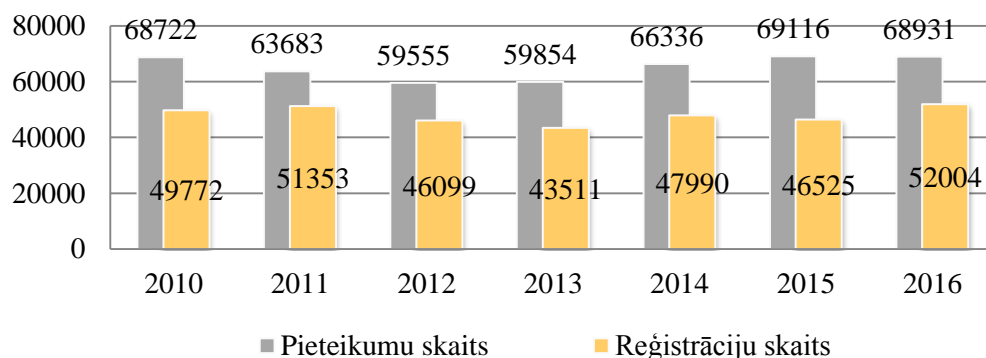
Problēmas biznesa darbībai Vācijā rada nodokļu noteikumi un likmes, neefektīva vadības birokrātija un nepietiekami izglītots darba spēks.

Vācija ir viena no bagātākajām valstīm pasaulē. Eiropā tā ir vadošā iekārtu, ķīmisko izstrādājumu un automašīnu eksportēšanā, tāpat no Vācijas nāk daudzi pasauleslaveni zīmoli. Tomēr Vācijas nacionālo preču zīmju pieteikumu skaits daudz neatpaliek no modes un mākslas valsts Itālijas (sk. attēlu 3.11.). No 2010. līdz 2012. gadam preču zīmju pieteikumu skaits samazinājās, bet vēlāk tas auga, saglabājot vienmērīgas pozīcijas un aptuveni 66 tūkstošus pieteikumu gadā. Pēdējo 7 gadu laikā ik gadu Vācijas Patentu un preču zīmju iestādē tiek reģistrēts aptuveni 48 tūkstoši preču zīmju. No preču zīmes pieteikuma

⁵⁵ Designview <https://www.tmdn.org/tmdsview-web/welcome> Sk. 08.03.2017.

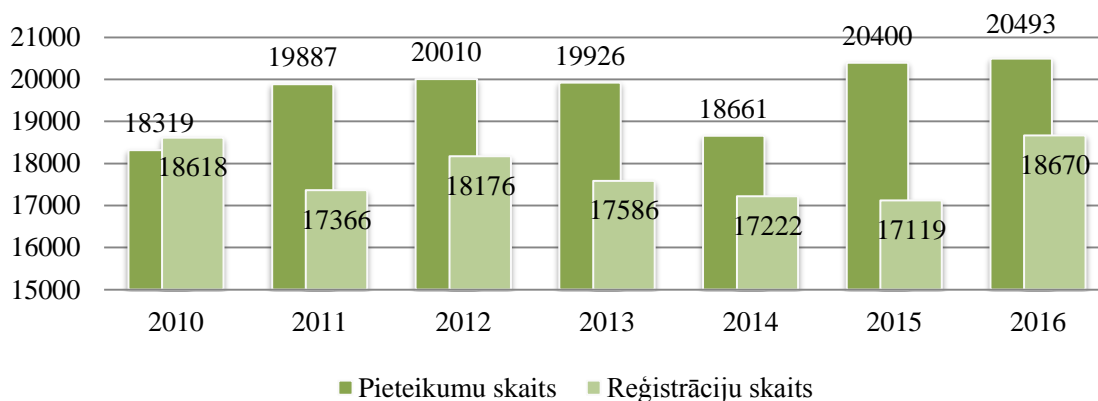
⁵⁶ Schwab K, *The Global Competitiveness report 2016-2017* World Economic forum, 186-187p

iesniegšanas līdz reģistrācijai Vācijā pāiet vismaz 8 mēneši, kas ir nedaudz vairāk, nekā vidēji Latvijā.



3.11. att. Vācijas nacionālo preču zīmju pieteikumu un reģistrāciju skaits (2010-2016)⁵⁷

Vācijai ir nozīmīga loma gan ES lauksaimniecībā, gan transporta jomā un tās ekonomika lielā mērā ir atkarīga no eksporta uz ārvalstīm. Tāpēc Vācijas uzņēmēji un iedzīvotāji lielu lomu piešķir arī ES teritorijā reģistrētām zīmēm. EUIPO pieteikto preču zīmju skaits katru gadu ir aptuveni 20 tūkstoši (sk. attēlu. 3.12.), izņemot 2010. un 2014. gadu, kad pieteikumu skaits samazinājās par aptuveni 2 tūkstošiem. Reģistrāciju skaits svārstās no 17 līdz nepilniem 19 tūkstošiem gadā, kas tik lielai valstij, un tik lielam pieteikumu skaitam nenozīmē lielas ekonomiskās problēmas. Vācija ļoti bieži saskaras ar iebildumu procedūrām, kas aizkavē reģistrācijas procesus.



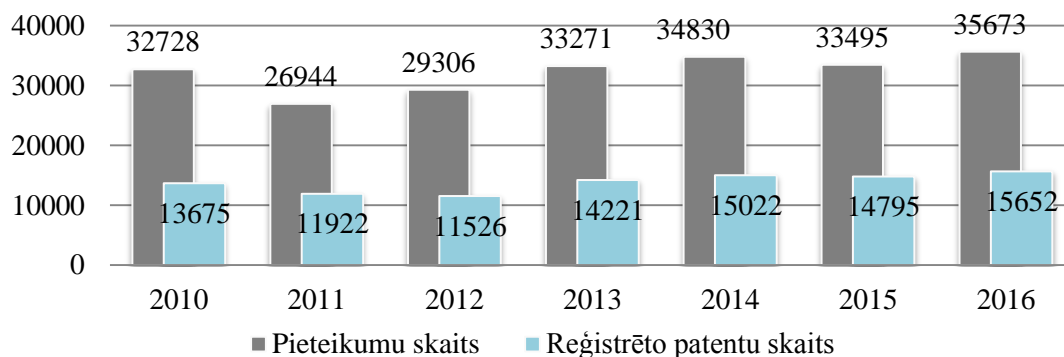
3.12. att. EUIPO iesniegto un reģistrēto preču zīmju skaits no Vācijas (2010-2016)⁵⁸

Vācijai ir augstākais patentu pieteikumu skaits visā Eiropā (sk. att. 3.13.), vidēji ik gadu tiek pieteikts aptuveni 31 tūkstotis patenti, 2011. gadā patentu pieteikumu skaits saruka par vairākiem tūkstošiem, taču jau nākošajā gadā, tas palielinājās, līdz 2013. gadā sasniedza 33

⁵⁷ Data about Germany from TMview database <https://www.tmdn.org/tmview/welcome?lang=lv> Sk. 21.04.2017.

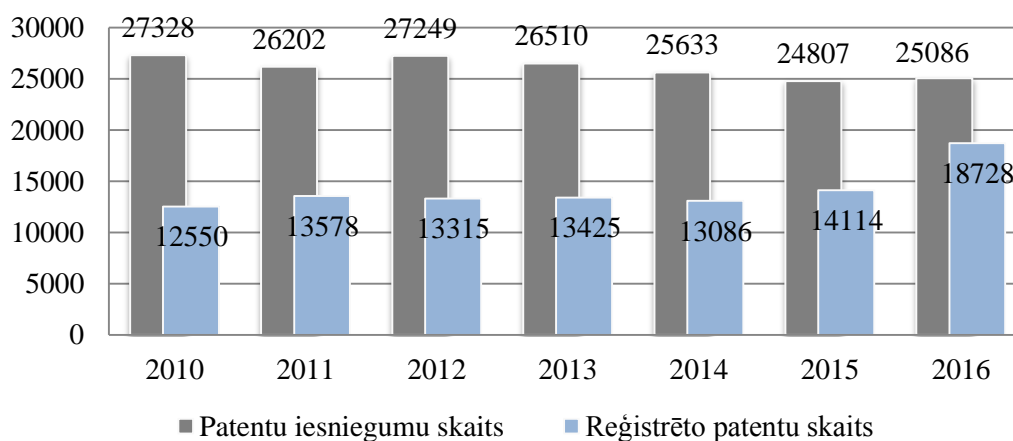
⁵⁸ [EUIPO Statistical country profile –Germany](#) Sk. 08.03.2017.

tūkstošu sliekšni. Patentu reģistrāciju skaita ziņā, Vācijā tiek reģistrēta nedaudz vairāk kā 1/3 no pieteiktajiem patentiem, kas vidēji ir 14 tūkstoši gadā, izņemot 2011. un 2012. gadu, kad reģistrāciju skaits bija vien 11 tūkstoši, kas izskaidrojams ar 2011.gada lēno Vācijas ekonomikas izaugsmi un eksporta samazināšanos.



3.13. att. Vācijas izcelsmes pieteikto un reģistrēto patentu skaits (2010-2016)⁵⁹

Nepārprotami no Vācijas patenti tiek pieteikti arī EPI, vidēji gadā piesakot aptuveni 26 tūkstošus patentu (sk. att. 3.14.). Kopš 2012. gada pieteikumu skaitā novērojams samazinājums, tomēr patentu reģistrāciju skaits ir audzis, 2016. gadā sasniedzot rekordlielu skaitu – 18 tūkstošus.

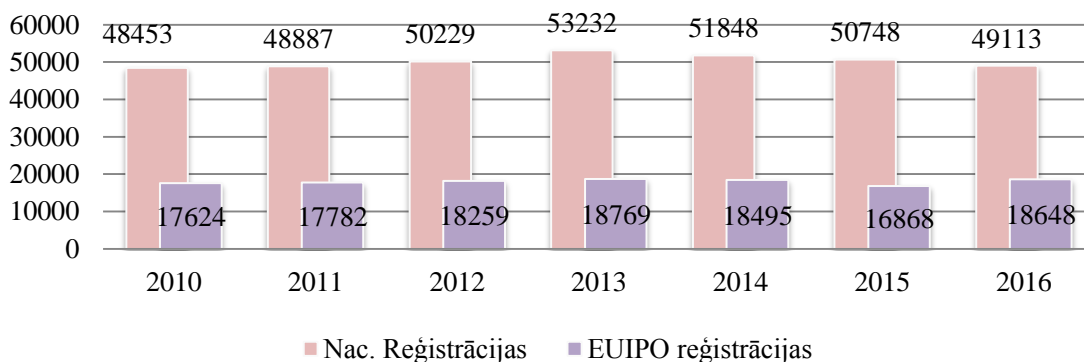


3.14. att. EPI iesniegto un reģistrēto patentu skaits no Vācijas (2010-2016)⁶⁰

Arī dizainparaugu reģistrācijas Vācijā pēdējos gados skaita ziņā ir samazinājušās (sk. att. 3.15.), četru gadu laikā par 4 tūkstošiem, 2016. gadā sastādot 49113 nacionālās reģistrācijas, gandrīz tik pat cik 2010. gadā – 48453 reģistrācijas. EUIPO reģistrēto dizainparaugu skaits ik gadu ir aptuveni vienāds, vidēji 18 tūkstoši dizainparaugu gadā.

⁵⁹ Jahresberichte 2010-2016 <https://presse.dpma.de/presseservice/publikationen/jahresberichte/index.html> Sk. 07.04.2017.

⁶⁰ Patent statistics, Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat/web/science-technology-innovation/data/database> Sk. 03.04.2017.



3.15. att. Vācijas nacionālo DP reģistrācijas un EUIPO DP reģistrācijas no Vācijas (2010-2016)^{61/62}

Gan preču zīmju, gan patentu un arī dizainparaugu aizsardzībā Vācija pēdējos septiņus gadus ir spējusi noturēt stabilu vienmērīgumu, bez straujiem kritumiem, ar dažiem kāpumiem pēdējos gados, kā arī ar rekordlielām pieteikumu un reģistrāciju skaitiem, kas norāda uz efektīvu un apjomīgu darbību Vācijas iestādēs.

3.1.4. Igaunijas IĀ aizsardzības datu analīze

No piecām autores apskatītajām valstīm Igaunija pēc iedzīvotāju skaita ir vismazākā ar 1,3 miljonu iedzīvotāju, bet IKP 17288,1, līdz ar to USD Globālās konkurētspējas indeksā ieņem 30. vietu, saglabājot nemainīgu pozīciju salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu. Institūciju pīlārā valsts ieņem 23. vietu, bet IĀ aizsardzības grupā 26. vietu. Inovācijās 28. vieta, taču patentu pieteikumu skaita ziņā tikai 31. vieta. Produktu tirgus efektivitātē ieņem 20. vietu, bet 100. un 44. vietu ieņem attiecīgi tirgus lieluma un biznesa vides kvalitātes pīlāros.⁶³

Igaunijā ir ļoti augstas nodokļu likmes, kas traucē uzņēmējdarbības attīstībai, kā arī nepietiekami izglītots darba spēks, nepietiekamas spējas ieviest jauninājumus un neefektīva valdības birokrātija ir lielākās problēmas ar kurām saskaras uzņēmēji Igaunijā.

Igaunijā starp nacionālo preču zīmju pieteikumu un reģistrāciju skaitu ir ļoti maza skaitliskā atšķirība, kas parāda Igaunijas Patentu valdes efektīvu darbību (sk. att. 3.16.). Vidēji līdz 2015. gadam preču zīmju reģistrāciju skaits ir tikai palielinājies, sasniedzot 1251 reģistrēto preču zīmi, tomēr 2016. gadā novērojams reģistrāciju skaita kritums, tikai 804 reģistrētās preču zīmes. Tas ir pamatojams ar faktu, ka arī 2016. gadā Igaunijas ekonomika

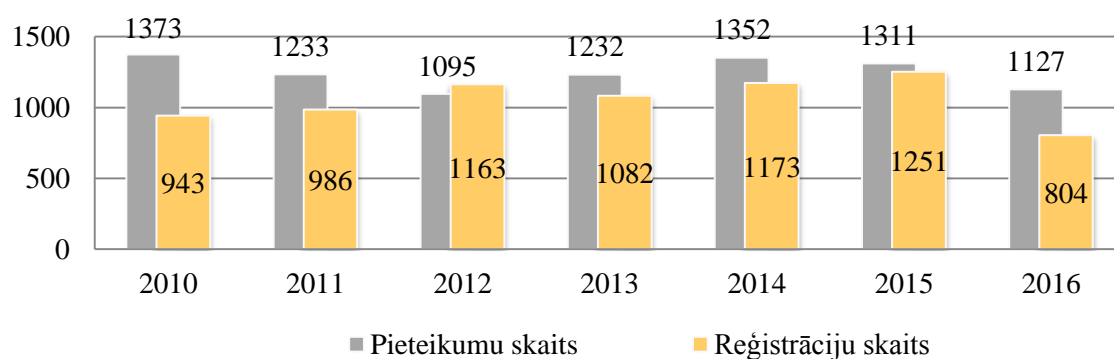
⁶¹ [EUIPO Statistical country profile –Germany](#) Sk. 08.03.2017.

⁶² Designview <https://www.tmdn.org/tmdsview-web/welcome> Sk. 08.03.2017.

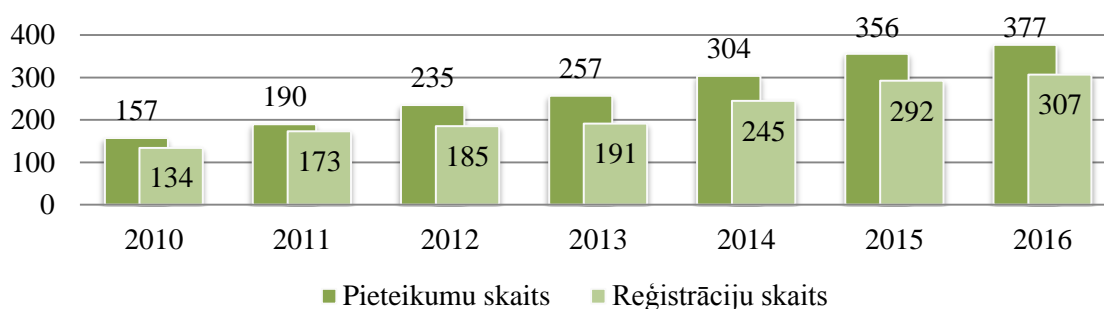
⁶³ Schwab K, *The Global Competitiveness report 2016-2017* World Economic forum, 172-173p

bija gausākā attīstības ziņā, salīdzinājuma ar Baltijas valstīm un salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu straujo izaugsmi.

Tomēr, starp uzņēmējiem, kas vēlas eksportēt savu preci vai pakalpojumu uz ārzemēm ekonomiskā situācija IĀ aizsardzības jomā nav pasliktinājusies, tieši otrādi, kopš 2010. gada pieteikto un reģistrētu ES preču zīmju skaits ir divkāršojies (sk. att. 3.17.). 2016. gadā reģistrētās 307 preču zīmes EUIPO no Igaunijas ir uz pusi vairāk nekā reģistrāciju skaits no Latvijas šajā gadā.



3.16. att. Igaunijas nacionālo preču zīmju pieteikumu un reģistrāciju skaits (2010-2016)⁶⁴



3.17. att. EUIPO iesniegto un reģistrēto preču zīmju skaits no Igaunijas (2010-2016)⁶⁵

Nacionālo patentu reģistrāciju skaits Igaunijā ļoti tieši atspoguļo pēdējo gadu palēnināto ekonomikas attīstību, jo kopš 2011. gada Igaunijā reģistrēto patentu skaits ir samazinājies sešas reizes (sk. att. 3.18.)⁶⁶, 2016. gadā sasniedzot tikai 27 reģistrācijas. Pieteikumu skaits piedzīvoja kritumu laika posmā no 2010. līdz 2012. gadam un no 2014. līdz 2016. gadam, pēc kā var arī paredzēt mazu reģistrāciju skaitu nākamajos divos gados.

Tomēr Igaunijai ik gadu izdodas iesniegt EPI salīdzinoši daudz patentu pieteikumu, vidēji 35 patentu gadā (sk. att. 3.19.)⁶⁷, EPI reģistrēto patentu skaits ir ļoti mazs, 2016. gadā

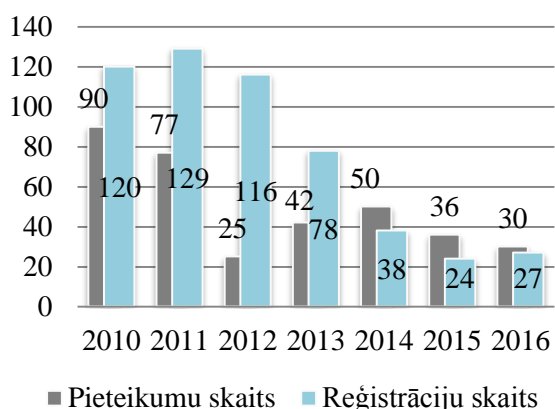
⁶⁴ Data about Estonia from TMview database <https://www.tmdn.org/tmview/welcome?lang=lv> Sk. 21.04.2017.

⁶⁵ [EUIPO Statistical country profile – Estonia](#) Sk. 08.03.2017.

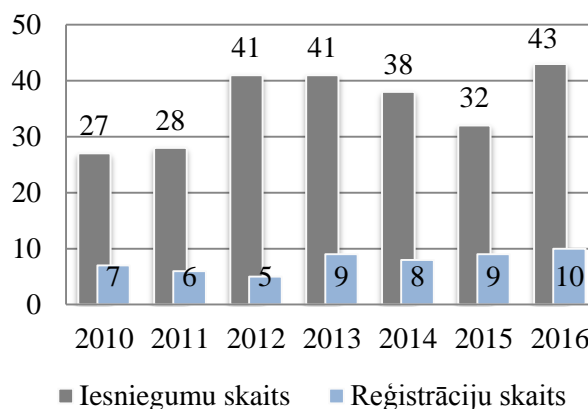
⁶⁶ Estonian Patent Office Annual reports <http://www.epa.ee/en/publications/annual-reports> (Sk. 01.05.2017.)

⁶⁷ Patent statistics, Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat/web/science-technology-innovation/data/database> Sk. 03.04.2017.

sasniedza vislielāko reģistrēto patentu skaitu -10, kā arī pieteikumu skaits bija rekordliels – 43.

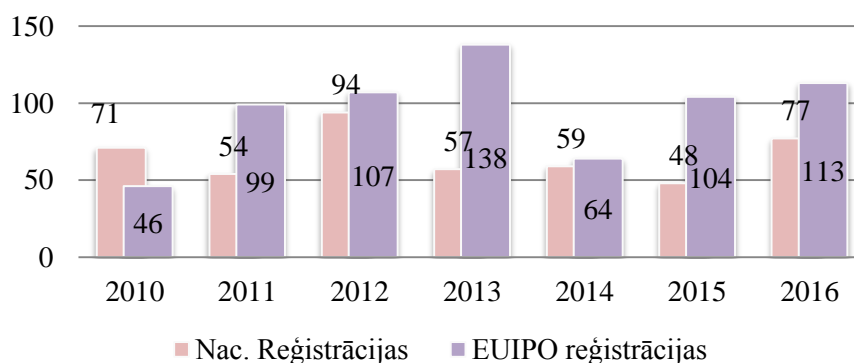


3.18. att. Igaunijas izcelsmes pieteikto un reģistrēto patentu skaits (2010-2016)



3.19. att. EPI iesniegto un reģistrēto patentu skaits no Igaunijas (2010-2016)

Dizainparaugu skaita ziņā Igaunijas dati liecina par lieliem kāpumiem un kritumiem pēdējo 7 gadu laikā (sk. att. 3.20.). Igaunijas uzņēmēji lielāku interesi ir izrādījuši par EUIPO dizainparaugu reģistrāciju, nekā par vietējo. Līdz 2013. gadam EUIPO dizainparaugu reģistrāciju skaitā novērojams pieaugums, sasniedzot visaugstāko rādītāju – 138 reģistrācijas, 2014. gadā reģistrāciju skaits samazinājās uz pusi, bet turpināja augt. Nacionālo reģistrāciju skaits pēdējo gadu laikā nav pārsniedzis 100 reģistrācijas, kas ir mazs rādītājs attiecībā pret Igaunijas straujo ekonomikas izaugsmi.



3.20. att. Igaunijas nacionālo DP reģistrācijas un EUIPO DP reģistrācijas no Igaunijas (2010-2016)^{68/69}

⁶⁸ [EUIPO Statistical country profile – Estonia](#) Sk. 08.03.2017.

⁶⁹ Designview <https://www.tmdn.org/tmdsview-web/welcome> Sk. 08.03.2017.

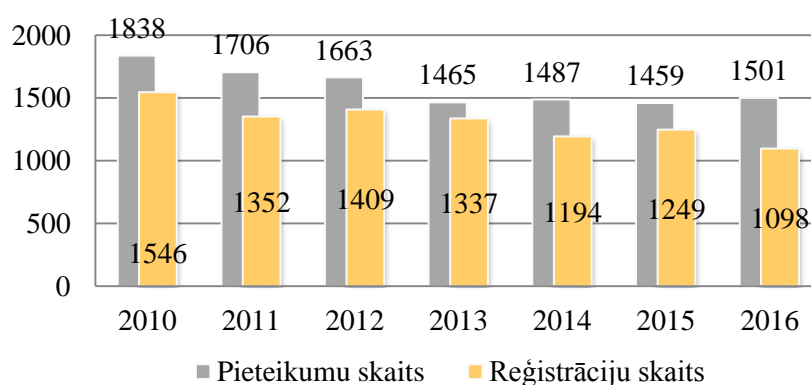
Kopumā vērtējot Igaunijas II aizsardzību, reģistrācijas, kas veiktas nacionālā līmenī pēdējo gadu laikā samazinās, kas saistām ar valsts ekonomiskās izaugsmes apstāšanos. Tomēr ir novērojama reģistrāciju paaugstināšanās attiecībā uz visu ES teritoriju, kas liecina par Igaunijas uzņēmēju darbības paplašināšanu ārpus valsts robežām.

3.1.5. Slovēnijas II aizsardzības datu analīze

Slovēnija Globālās konkurētspējas indeksa ziņojumā 2016.-2017.gadam ieņem 56. vietu. Valstī ir 2,1 miljons iedzīvotāju un IKP uz vienu iedzīvotāju ir 20732,5 USD. Institūciju pīlārā tā ieņem 58. vietu, bet II aizsardzības grupā 39. vietu. Inovāciju jomā ieņemot 22. vietu, patentu pieteikumi tomēr atpaliek un ieņem tikai 36. vietu. Produktu tirgus efektivitātes jomā 42. vieta, biznesa vides kvalitātes ziņā 48. vieta, bet tirgus lieluma ziņā 84. vieta, kas ir zems rādītājs, bet tomēr augstākā pozīcijā par Latviju.⁷⁰

Slovēnijā šķēršļus konkurētspējas paaugstināšanai rada nodokļu likmes, valdības birokrātija, korupcija un politikas nestabilitāte.

Darba autore izvēlējās izpētīt Slovēniju, jo valsts pēc iedzīvotāju skaita un IKP ir ar līdzīgiem rādītājiem kā Latvija. Arī nacionālo preču zīmju pieteikumu un reģistrāciju skaits ir līdzīgs (sk. attēlu 3.21.). Tomēr pēdējo 7 gadu laikā Slovēnijas pieteikumu un reģistrāciju skaits piedzīvo kritumu, pieteikumu skaits vidēji -2% ik gadu, reģistrāciju skaits -5%. Kā pozitīvs rādītājs Slovēnijas patentu iestādes darbā novērojams, ka ik gadu vidēji tiek reģistrēts 85 % preču zīmju attiecībā pret ikgadējo pieteikumu skaitu.



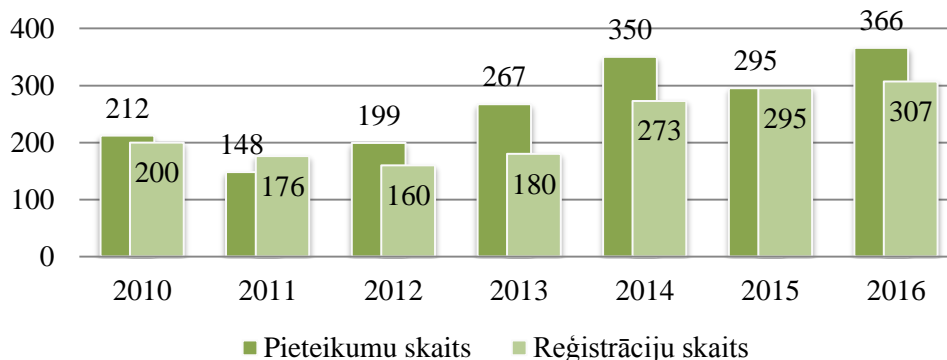
3.21. att. Slovēnijas nacionālo preču zīmju pieteikumu un reģistrāciju skaits (2010-2016)⁷¹

Pretēji nacionālo preču zīmju pieteikumu un reģistrāciju kritumam, EUIPO no Slovēnijas saņemto pieteikumu un reģistrāciju skaitam ir tendence pieaugt (sk. attēlu 3.22.). 2016. gadā EUIPO tika saņemts vislielākais pieteikumu skaits no Slovēnijas – 366, kā arī

⁷⁰ Schwab K, *The Global Competitiveness report 2016-2017* World Economic forum 322-323p

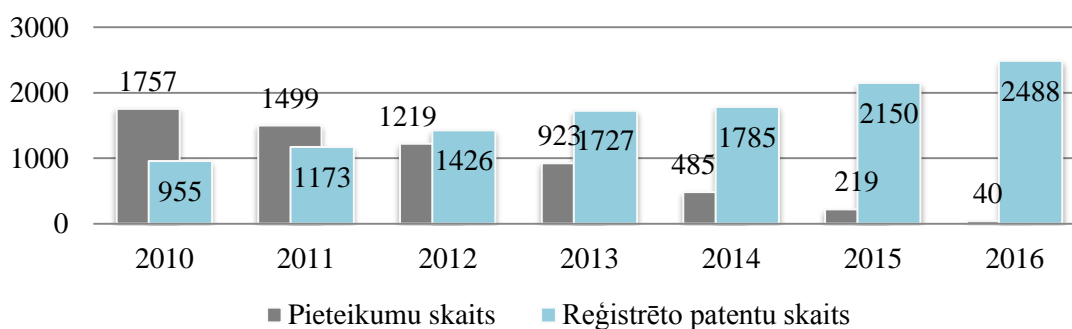
⁷¹ Data about Slovenia from TMview database <https://www.tmdn.org/tmview/welcome?lang=lv> Sk. 21.04.2017.

reģistrēto preču zīmju skaits bija rekordliels – 307. Iepriekšējā gadā novērojams kritums starp preču zīmju pieteikumiem, tomēr 2014. gada lielais pieteikumu skaits nodrošināja 2015. reģistrāciju skaitu bez samazinājuma, kāds novērojams pieteikumu skaitā.



3.22. att. EUIPO iesniegto un reģistrēto preču zīmju skaits no Slovēnijas (2010-2016)⁷²

Slovēnijā pieteikto un reģistrēto patentu dati uzskatāmi atšķiras no citām valstīm (sk. att. 3.23.). Pieteikumu skaita vidējais gada samazinājums ir – 40% no iepriekšējā gada pieteikumu skaita, tomēr neskatoties uz lielo kritumu starp pieteikumiem, reģistrāciju skaits katru gadu aug, vidējais pieaugums gadā ir aptuveni 12%. Darba autore nespēj rast izskaidrojumu tik lielām atšķirībām starp pieteikumu un reģistrāciju skaitu, tomēr pieļauj iespējamu variantu, ka ar vien vairāk patentu pieteicēji izvēlas uzreiz plašākus aizsardzības veidus, bet Slovēnijas patentu valde reģistrē sen neregistrētos patentus.



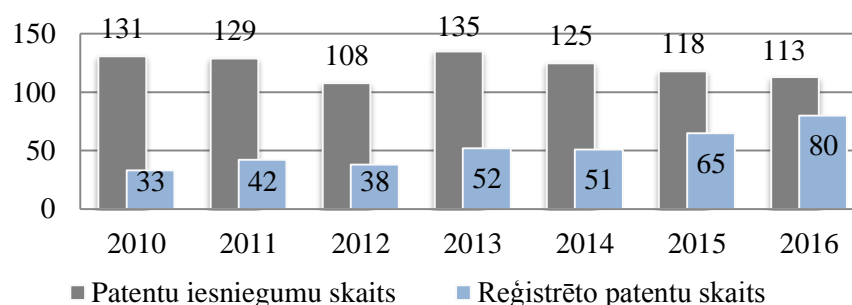
3.23. att. Slovēnijas izcelsmes pieteikto un reģistrēto patentu skaits (2010-2016)⁷³

No Slovēnijas katru gadu EPI tiek reģistrēts salīdzinoši daudz patentu un to skaits ik gadu aug, 2016. gadā sasniedzot 80 reģistrācijas (sk. att. 3.24.). Pieteikumu skaits ik gadu ir

⁷² [EUIPO Statistical country profile – Slovenia](#) Sk. 08.03.2017.

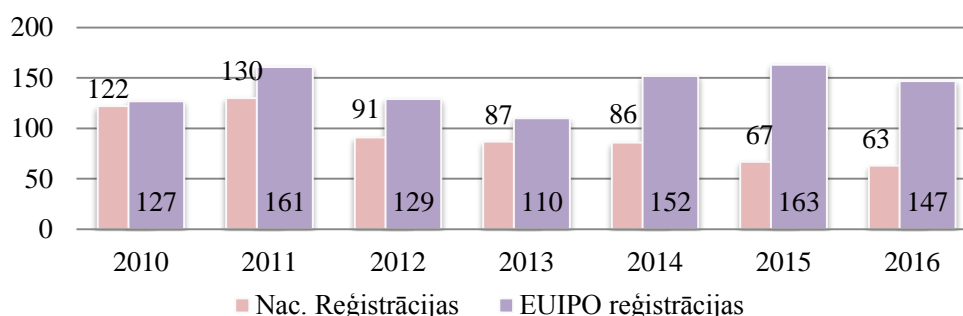
⁷³ Information databases of Slovenian Intellectual Property Office <http://www2.uil-sipo.si/dse.htm> Sk. 27.04.2017

salīdzinoši stabils, 2012. gadā tika iesniegti tikai 108 pieteikumi, bet pēdējo 4 gadu laikā tam ir tendence samazināties.



3.24. att. EPI pieteikto un reģistrēto patentu skaits no Slovēnijas (2010-2016)⁷⁴

Slovēnija ir viena no retajām valstīm, kurām EUIPO reģistrēto dizainparaugu ir vairāk nekā nacionāli reģistrēto (sk. att. 3.25.). EUIPO Slovēnija gadā vidēji pierēģistrē ap 140 dizainparaugu, bet nacionālajā procedūrā vien vidēji 92 dizainparaugus, kuru skaits ik gadu samazinās.



3.25. att. Slovēnijas nacionālo DP reģistrācijas un EUIPO DP reģistrācijas no Slovēnijas (2010-2016)^{75/76}

Slovēnija, lai arī teritoriāli mazāka par Latviju, bet ar līdzīgu IKP un iedzīvotāju skaitu, Īī ziņā ir soli priekšā Latvijai. Dati liecina, ka Slovēnija ir gan aktīvāka Eiropas patentu pieteikumu un nacionālo patentu pieteikumu ziņā, kā arī ES preču zīmju pieteikumu un reģistrāciju skaits Slovēnijai ir salīdzinoši augsts.

⁷⁴ Patent statistics, Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat/web/science-technology-innovation/data/database> Sk. 03.04.2017.

⁷⁵ EUIPO Statistical country profile – Slovenia Sk. 08.03.2017.

⁷⁶ Designview <https://www.tmdn.org/tmdsview-web/welcome> Sk. 08.03.2017.

3.2. Iedzīvotāju izpratne par IĪ

Katrs valstī dzīvojošais iedzīvotājs ik dienu ietekmē IĪ jomu. Cik apzināti vai neapzināti iedzīvotāju rīcība rada sekas, un kā iedzīvotāji uztver IĪ. To 2017. gadā izpētīja EUIPO, ES mērogā veicot pētījumu – „Eiropas pilsoņi un intelektuālais īpašums – uztvere, informētība un rīcība”. Pētījumā piedalījās 1000 iedzīvotāju no katras ES valsts.

Kā viens no galvenajiem jautājumiem respondentiem tika uzdots atbildēt par to, cik labi viņi personīgi izprot intelektuālā īpašuma jēdziena nozīmi. ES kopumā 75% iedzīvotāji labi izprot IĪ nozīmi un 21% to saprot slikti (sk. tab. 3.1.). No piecām valstīm vislabāk IĪ izprot Vācijā – 86%, Itālijā 80%, Slovēnijā 76%, Igaunijā 62% un Latvijā 61%. Latvijas iedzīvotāji visvairāk neizprot IĪ nozīmi – 37 %, Igaunijā 32%, Itālijā 18%, Slovēnijā 23%, bet Vācijā tikai 9% to saprot slikti.

3.1. Tabula

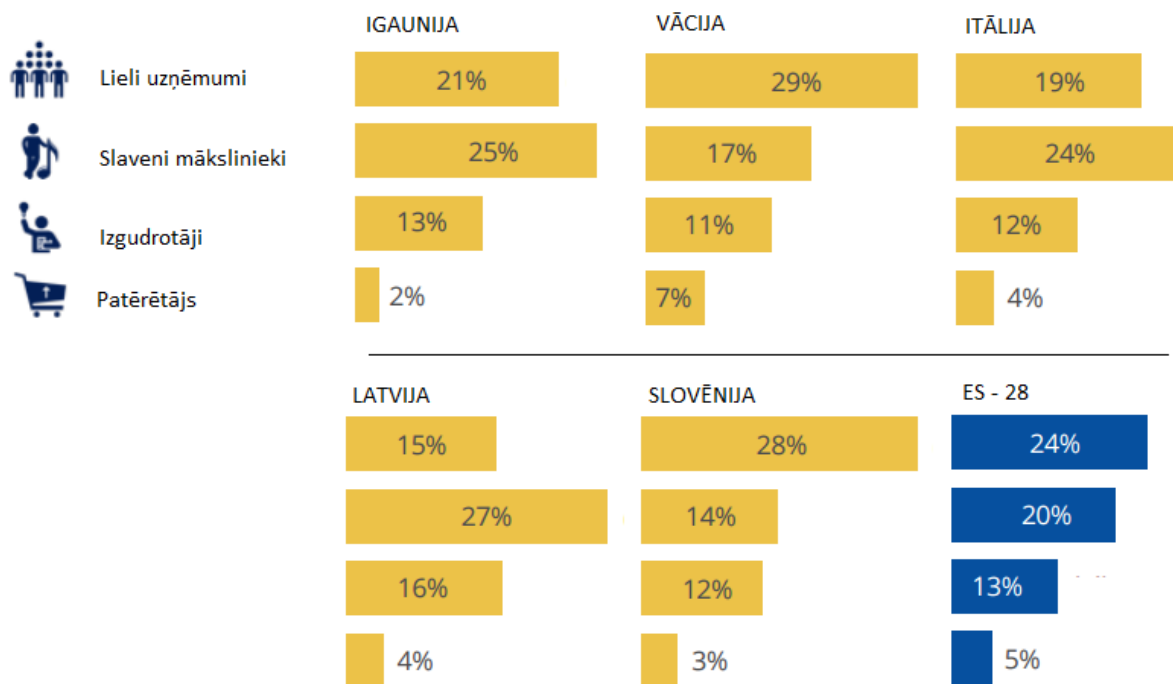
Respondentu atbildes uz jautājumu par IĪ jēdziena nozīmi⁷⁷

| | Ļoti labi | Drīzāk labi | Kopā 'Labi' | Drīzāk slikti | Ļoti slikti | Kopā 'Slikti' | Nav atbildes |
|--------------|------------------|--------------------|--------------------|----------------------|--------------------|----------------------|---------------------|
| DE | 29% | 57% | 86% | 7% | 2% | 9% | 5% |
| SI | 27% | 49% | 76% | 16% | 7% | 23% | 1% |
| IT | 15% | 65% | 80% | 14% | 4% | 18% | 2% |
| EE | 11% | 51% | 62% | 21% | 11% | 32% | 6% |
| LV | 8% | 53% | 61% | 27% | 10% | 37% | 2% |
| ES-28 | 23% | 52% | 75% | 13% | 8% | 21% | 4% |

Uz jautājumu par to, kurš visvairāk iegūst no IĪ, respondenti visās valstīs bija vienisprātis, ka visi citi, izņemot viņus pašus, kā pircējus, proti, kopumā tikai 5% no aptaujātajiem ES atzina, ka tieši viņi gūst kādu labumu no IĪ. Igaunijā pārākums respondentu, jeb 25% uzskata, ka no IĪ visvairāk iegūst mākslinieki un slavenas personas, 21% domā, ka tie ir tikai lielie uzņēmumi, bet tikai 2% no pašiem Igaunijai gūst kādu labumu no IĪ. Vācijā 29% respondentu par ieguvējiem uzskata lielos uzņēmumus, 17 % slavenus māksliniekus, 11% izgudrotājus un 7% arī sevi. Itālijas iedzīvotāju viedokļi ļoti līdzinās Igaunijai, 24% domā, ka mākslinieki ir ieguvēji no IĪ, 19% lielie uzņēmumi, 12% izgudrotāji un tikai 4% viņi paši. Arī Latviešu uzskati ir līdzīgi, 27% par ieguvējiem no IĪ uzskata māksliniekus, 16% izgudrotājus, 15% lielos uzņēmumus un tikai 4% sevi. Slovēņi domā līdzīgi vāciešiem un vidējiem ES rādītājiem, proti, Slovēnijā 28% iedzīvotāju par ieguvējiem uztver tieši lielos uzņēmumus, 14% māksliniekus, 12% izgudrotājus un 3% vienkāršos pircējus.⁷⁸

⁷⁷ [European citizens and intellectual property: perception, awareness, and behaviour](#) EUIPO Sk. 10.05.2017.

⁷⁸ Turpat



3.26. att. Kas iegūst no IĪ (TOP 4 atbilžu varianti)⁷⁹

Pēc autores domām iedzīvotājiem visā ES ir nepareizs priekšstats par to, ka viņi paši, kā patērētāji negūst nekādu labumu no IĪ aizsardzības, šī neapzināšanās noved pie pirātisma un viltojumu skaita palielināšanās valstī, kas ļoti ātri izārda savstarpējo konkurētspēju.

97% ES iedzīvotāju uzskata, ka aizsargāt IĪ ir svarīgi jo izgudrotāji un mākslinieki var aizsargāt savas tiesības un saņemt samaksu par savu darbu.

Igaunijā 65%, Vācijā 67%, Slovēnijā un Latvijā 66%, bet Itālijā 74% aptaujāto uzskata, ka gadījumā, ja IĪ vairs nepastāvētu, ekonomikā valdītu haoss.

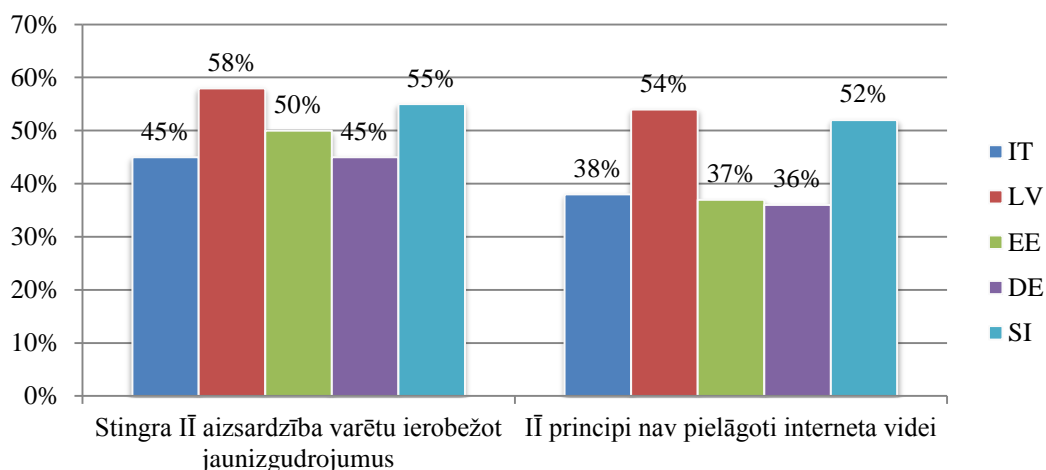
81% itāļu, 71% latviešu, 68% igauņu un slovēņu un 65% vāciešu aptaujāto uzskata, ka uzņēmumi, kas rada daudz IĪ dod lielāku ieguldījumu darba vietu radīšanā un izaugsmei kopumā.

45% itāļu un vāciešu uzskata, ka stingrāka IĪ aizsardzība ierobežotu jauninājumu ieviešanu, tāpat domā arī 50% Igaņu, 55% Slovēņu un 58% Latviešu (sk. att. 3.27.). 36% vāciešu uzskata, ka IĪ principi nav pielāgoti interneta videi, arī 37% igauņu, 38% itāļu, 52% slovēņu un 54% latviešu respondentu tā uzskata.⁸⁰

Autore uzskata, ka latvieši par IĪ zina salīdzinoši daudz un spēj loģiski izsecināt sekas, kas varētu rasties, piemēram, pie stingrākas IĪ kontroles.

⁷⁹ [European citizens and intellectual property: perception, awareness, and behaviour](#) EUIPO Sk. 10.05.2017.

⁸⁰ Turpat



3.27.att. Jautājums respondentiem par IĪ un inovācijām

ES 78% respondentu apzinās, ka iegādājoties viltotu preci, patērētājs izposta uzņēmējdarbību un darbavietas. 68% arī rada draudus veselībai. Tikai 49% aptaujāto ES apzinās, ka iegādājoties viltotu preci, viņi ar savu darbību attur uzņēmumus no jaunu produktu ieviešanas.⁸¹

Pēc pētījuma rezultātiem, darba autore secina, ka iedzīvotājiem joprojām ir vājas zināšanas par IĪ

3.3.Valstu salīdzinājums

Pēc Globālā konkurētspējas indeksa ziņojuma datiem, intelektuālā īpašuma joma sastāda aptuveni 3% no valsts konkurētspējas indeksa. Autore izanalizēja piecas dažādas valstis Latviju, Vāciju – vienu no vadošajām valstīm ES, Itāliju – modes un mākslas lielvalsti, Igauniju – Latvijas kaimiņvalsti ar līdzīgiem rādītājiem un Slovēniju – iedzīvotāju un IKP ziņā pielīdzināmu Latvijai, šo valstu aizsargāto intelektuālo īpašumu vienību skaitu un vietu konkurētspējas indeksā. Pēc autores izvirzītā mērķa, rezultātiem vajadzētu būt attiecīgi - jo augstāka vieta konkurētspējas pīlārā, jo vairāk aizsargāto IĪ vienību valstij. Tomēr šie dati nesakrīt (sk. tabulu 3.1.). Vācijai kā līderei dati par aizsargāto IĪ sakrīt ar konkurētspējas indeksu. Igaunijai, valstij ar otru augstāko konkurētspējas indeksu dati nesakrīt, jo Itālija aizsargāto IĪ skaita ziņā pārspēj Igauniju 7 reizes, tāpat kā pārējām valstīm salīdzinot tās savā starpā. Itālijas konkurētspējas indekss pret Latvijas indeksu ir proporcionāls, bet Slovēnija ar viszemāko konkurētspējas indeksu IĪ aizsardzības ziņā uzrāda labākus rezultātus par Latviju.

⁸¹ [European citizens and intellectual property: perception, awareness, and behaviour](#) EUIPO Sk. 10.05.2017.

IĀ aizsardzības institūciju pīlāra dati arī nesakrīt ar aizsargāto vienību skaitu valstīs, Itālijai būtu jāieņem otrā vieta, bet viņa ir pirmspēdējā, kā arī Igaunija būtu piektajā vietā nevis Latvija. Institūciju aizsardzības pīlāru var pielīdzināt aizsargāto objektu skaitam pēc tā, cik operatīvi un efektīvi strādā valsts iestādes, tomēr, autore uzskata, ka institūciju pīlārs konkurētspējas indeksa kopvērtējumā tiek vērtēts pēc tā darbības principiem, normām, piedāvāto pakalpojumu klāsta, pieejamības, u.c.

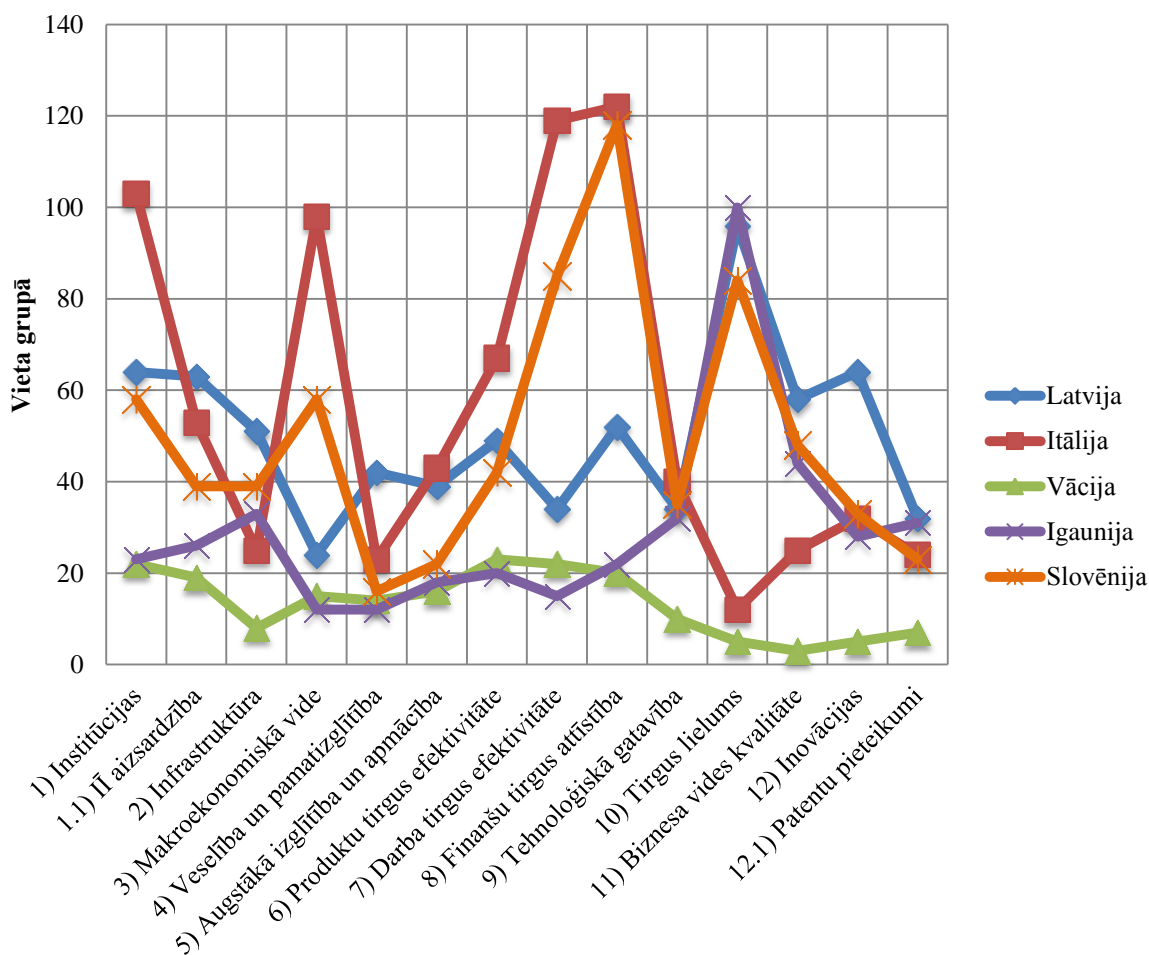
3.1. tabula

Pētīto valstu aizsargātu IĀ objektu skaits pret konkurētspējas indeksa rādītājiem

| | Vācija | | Igaunija | | Itālija | | Latvija | | Slovēnija | |
|------------------------------|--------|--------|----------|------|---------|-------|---------|------|-----------|------|
| | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 | 2015 | 2016 |
| Nac. PZ | 46525 | 52004 | 1251 | 804 | 38336 | 8261 | 1204 | 1191 | 1249 | 1098 |
| EUIPO PZ | 17119 | 18670 | 292 | 307 | 8832 | 10693 | 147 | 133 | 295 | 307 |
| Nac. patentī | 14795 | 15652 | 24 | 27 | 7153 | 6429 | 147 | 68 | 2150 | 2488 |
| EPI patentī | 14114 | 18728 | 9 | 10 | 2476 | 3207 | 8 | 16 | 65 | 80 |
| Nac. DP | 50748 | 49113 | 48 | 77 | 23834 | 8429 | 71 | 163 | 67 | 63 |
| EUIPO DP | 16868 | 18648 | 104 | 113 | 9279 | 11690 | 78 | 53 | 163 | 147 |
| KOPĀ | 160169 | 172815 | 1728 | 1338 | 89910 | 48709 | 1655 | 1624 | 3989 | 4183 |
| Konkurētspējas indeks | 4 | 5 | 30 | 30 | 43 | 44 | 44 | 49 | 59 | 56 |
| IĀ aizs. pīlārs | | 19 | | 26 | | 53 | | 63 | | 39 |
| Pat. piet. pīlārs | | 7 | | 31 | | 24 | | 32 | | 23 |

Visvairāk aizsargāto objektu skaits sakrīt ar patentu pieteikumu pīlāra datiem. Slovēnijas vieta patentu pieteikumu grupā ir par vienu vietu augstāka nekā Itālijas, līdz ar to atšķirība nav tik liela, tāpēc nevar izslēgt dažādas datu nepilnības kļūdas, kas varētu ietekmēt šādu rezultāta maiņu. Tieši tāpat ir arī ar Latviju un Igauniju, tās šķir tikai viena vieta, autore pieļauj, ka rezultātu nesakritība ir iespējama datu neprecizitātes dēļ, jo konkurētspējas indeksa ziņojumā nav norādīts, kādi tieši dati par intelektuālo īpašumu tiek izmantoti, lai noteiktu vietu katrā grupā.

Tomēr, vietu konkurētspējas indeksā aprēķina vadoties pēc 12 dažādām grupām, kas savā starpā ir atkarīgas viena no otras (sk. attēlu 3.26.). Vājāka pozīcija kādā grupā bieži vien ļoti spēcīgi ietekmē citas grupas rezultātu. Tā piemēram, institūciju pīlārs ir atkarīgs arī no infrastruktūras un makroekonomiskās vides, kas kopumā sastāda 20% - 60 % no kopējā indeksa, procentuālais iedalījums variē atkarībā no katras valsts attīstības līmeņa. Inovāciju pīlārs sastāda 5% - 30% un to ietekmē tehnoloģiskā gatavība valstī, tirgus lielums, biznesa vides kvalitāte, kā arī puse no institūciju pīlāra intelektuālā īpašuma apakšgrupas.



3.26. att. Valstu vieta katrā grupā Globālās konkurētspējas indeksa ziņojumā 2016-2017⁸²

Pēc autores domām, rezultāti nesakrīt dēļ institūciju pīlāra, kas ar diviem citiem svarīgākajiem pīlāriem sastāda procentuālo vairākumu no konkurētspējas indeksa. Būtībā, uzņēmēju un iedzīvotāju aktīva iesaistīšanās IĀ aizsardzībā ir vislielākajā mērā atkarīga no institūciju darbības, šajā gadījumā IĀ aizsardzības iestādes valstī un tās pārraugošajām iestādēm. Cik plaša ir informācijas pieejamība, cik ciešu komunikāciju iestāde cenšas izveidot ar jaunajiem uzņēmējiem, kādā veidā tiek sasniegta auditorija, lai pastāstītu par IĀ aizsardzības nepieciešamību un lomu uzņēmējdarbībā, par to būtu pastiprinātāk jānodarbojas valsts iestādēm, lai sekmētu uzņēmumu un valsts konkurētspējas izaugsmi.

Kopumā Latvijai, IĀ aizsardzības jomā, ir novērojama izaugsme pēdējo gadu laikā, atsevišķi, patenti nespēj attīstīties tik ātri, kā citi objekti, kas saistīts ar finanšu trūkumu uzņēmējiem. Igaunijā, Latvijas kaimiņvalstī, pēdējo divu gadu laikā novērota ekonomikas izaugsmes apstāšanās, jo pirms tam, tai bija visstraujāk augoša ekonomika Baltijas valstīs. Patentu jomā, Igaunija vienmēr bijusi vājāka nekā Latvija, taču pēdējais gads rezultējies arī ar sliktākiem rādītājiem preču zīmju dizainparaugu aizsardzībā. Slovēnija, ar līdzīgu IKP un

⁸² Schwab K, *The Global Competitiveness report 2016-2017* World Economic forum

iedzīvotāju skaitu kā Latvijā, IĪ aizsardzībā uzrāda salīdzinoši labus rezultātus. Slovēnija pārspēj Latviju gan nac., gan EPI patentu reģistrēšanā, kā arī ES preču zīmju aizsardzībā. Vāciju, protams, pārspēt nav iespējams, jo tā ir galvenā ES IĪ aizsardzībā, taču Itālija ar dizainparaugiem un ES preču zīmēm min uz papēžiem Vācijai. Visām valstīm ir kur tiekties, lai uzlabotu un attīstītu sistēmu, kas paaugstinātu objektu pieteikumu un reģistrāciju skaitu.

Pēc EUIPO veiktā pētījuma par Eiropas pilsoņiem un viņu IĪ uztveri, darba autore secina, ka ne tikai Latvijā, bet visā ES patērētāji patiešām neapzinās IĪ nozīmi, lomu tirgū un apjomu, ko tā ietekmē. Tieši tāpat patērētāji neredz sevi, kā ieguvēju no IĪ, ik sevišķi no aizsargāta IĪ, bet tas nozīmē arī to, ka viņi nezina, kā paši varētu iegūt labumu, piemēram, aizsargājot savu izgudrojumu. Starp patērētājiem valda maldinošs uzskats, ka tikai lieli uzņēmumi un mākslinieki, vai pieredzes bagāti izgudrotāji ir spējīgi aizsargāt IĪ, gūt no tā peļņu. Vairumā iedzīvotāji nezina par IĪ dažādām piedāvātajām iespējām, dažādiem aizsardzības veidiem, kā arī izmaksu variācijām. Tāpēc svarīgu lomu IĪ jomā spēlē tās speciālisti, pārstāvji, jeb vēstneši, kas sniedz nepieciešamo informāciju patērētājiem un uzņēmējiem.

4. Intelektuālā īpašuma problēmas un nākotnes vīzija

Darba autore uzskata, ka visprecīzāk ĪI aizsardzības jomu raksturot un komentēt tās attīstību un nozīmi uzņēmējdarbībā var speciālisti, kas vairākus gadus darbojas ĪI aizsardzības sfērā. EUIPO katru mēnesi izlaiž ĪI aktualitāšu žurnālu „Alicante News”, kurā žurnālists Džeimss Nurtons (James Nurton) intervē kādu ĪI speciālistu no dažādām valstīm un iestādēm. Intervijās speciālisti atbild uz jautājumiem ne tikai par savas profesijas izvēli un darbības virzienu, bet par to, ar kādām problēmām saskaras, kādi uzlabojumi ĪI aizsardzības sistēmai būtu nepieciešami, un ko viņi sagaida no ĪI nākotnē. Intervijas parasti sastāv no 10 – 15 jautājumiem, bet darba autore apskatīs tikai svarīgākos jautājumus un atbildes, ko sniedza speciālisti.⁸³

2013. gada jūnija izdevumā Kalevs Kaosārs (Kalev Kaosaar) no Igaunijas uz jautājumu par to, ar kādām problēmām saskaras preču zīmju īpašnieki atbild, ka: „jaunajām preču zīmēm kļūst arvien grūtāk attīstīties, dēļ lielā konkurentu skaita un to dažādības. Pēdējos desmit gados darbs ar jaunajiem klientiem kļuvis sarežģītāks, jo ir padziļinātāk jāizprot klienta vēlmes un darbības virziens.”⁸⁴

Konkurence ES ir ļoti sīva, ja mēs paskatāmies uz 2016. gadu, kad tikai EUIPO tika reģistrēti 113 tūkstoši preču zīmju, pieskaitot vēl visu valstu nacionālās reģistrācijas, un tas ir skaits tikai par vienu gadu, vēl pieskaitot iepriekšējo gadu reģistrētās un spēkā esošās zīmes, uzņēmējiem jāpavada ļoti meklējumi un analīzes, lai spētu izveidot spēcīgu un unikālu zīmolu. Šo pašu problēmu pēc trīs gadiem, 2016. gada februārī, minēja arī patentpilnvarniece no Portugāles Sandra Martins Pinto, kas atklāja „Problēma ir ES izmēros, jo daudzas EUIPO preču zīmes nemaz netiek lietotas un tagad aizkavē pat nacionālo reģistrāciju veikšanu. Mēs to esam novērojuši Portugālē. Klienti ar vien grūtāk spēj atrast preču zīmes, kas ir pieejamas reģistrācijai.”⁸⁵ Arī Itālijas patentpilnvarnieks Lonerzo Litta neskatoties uz izrādīto apmierinājumu par EUIPO darbu un iespēju par salīdzinoši zemu samaksu, ar vienu reģistrāciju aptvert 28 valstis, piebilda „EUIPO sistēmai tomēr ir nepieciešami labojumi lietojumu pierādīšanā”⁸⁶.

Ne tikai Itālijā, Portugālē un Igaunijā ir šī problēma, bet visā pasaulē. Reģistrētas preču zīmes spēkā esamības termiņš ir 10 gadi, kas bieži vien izrādās par daudz priekš vidējā uzņēmuma. Daudzi uzņēmumi uzsākot darbību reģistrē savu preču zīmi, taču pēc trīs gadiem uzņēmums beidz darboties, vai pārorientējas citā darbības virzienā, līdz ar to, reģistrācija vairs

⁸³ EUIPO newsletter Alicante News <https://euipo.europa.eu/ohimportal/lv/alicante-news> (sk. 09.02.2017.)

⁸⁴ J. Nurton Interwiev, *Alicante News June 2013* EUIPO, 2-4p

⁸⁵ J. Nurton Interwiev, *Alicante News February 2016* EUIPO, 3-6p

⁸⁶ J. Nurton Interwiev, *Alicante News October 2015* EUIPO, 3-6p

nav vajadzīga. Bet jaunie uzņēmēji, kas vēlas ienākt tirgū ar līdzīgu zīmolu, šo, iepriekš minēto, uzskatīs par draudu, līdz ar to jauna, iespējams ilgtspējīga, biznesa darbība apstāsies, līdz tas neizdomās jaunu, unikālu preču zīmi. Ar dizainparaugiem ir citādāka situācija, jo to spēkā esamības termiņš ir 5 gadi.

IĪ speciāliste Marlousa S. Hildere (Marlous Stal-Hilders) atbild par to, kas gaidām nākotnē: „Preču zīmes turpinās kļūt nozīmīgākas uzņēmumiem, jo tas ir veids, kā aizsargāt savu atšķirtspēju. Problēma ir tā, ka reģistri tiek pārpildīti, Eiropas reģistrs jo īpaši, ir piesārņots ar zīmēm, kas netiek lietotas. Es nezinu, vai tiesību akti, attiecībā uz preču zīmēm, kļūs vieglāki, bet es tā ceru, jo dažreiz man liekas, ka dažas lietas, ko mēs piemērojam uz preču zīmju likuma pamata, nav balstītas uz uzņēmējdarbības pieredzi un pieredzi, kā cilvēki uztver preču zīmes. Preču zīmju likums varētu būt efektīvāks, ja liktu liecināt par komerciālo realitāti esošajām zīmēm. Mani uztrauc tas, ka mēs kļūstam arvien vairāk ierobežoti, ja runa iet par preču zīmēm.”⁸⁷

INTA prezidents Ronalds van Tuidžl (Ronald van Tuijl) uz jautājumu par to, kas būtu uzlabojams EUIPO darbībā viennozīmīgi atbild: „Ātrums. Ja Jūs paskatāties uz to, kā attīstās uzņēmums – var paiet gadi, lai izveidotu jaunu produktu. Bet ātrums ar kādu produkts vai pakalpojums sasniedz tirgu, ir ļoti ātrs. Ja Jūs vēlaties ieviest preču zīmi, ko asociēt ar produktu, ir nepieciešamas ātrākas reģistrācijas procedūras. Jo ar mūsdienu sociālo mediju un globalizāciju, Jūs varat kļūt slaveni burtiski vienas nakts laikā. Tas rada risku un iespēju citiem iesniegt negodprātīgus preču zīmju pieteikumus. Ja reģistrācijas procedūra aizņem gadu, tad arī visa uzņēmējdarbība tiek apstādināta.”⁸⁸

Autore secina IĪ aizsardzības procedūras ilgums ir ļoti diskutabls jautājums, kas no vienas puses pierāda to, ka aizsargājamais objekts tiek kārtīgi izvērtēts, reģistrācijās netiek pieļautas kļūdas, bet no otras puses, uzņēmēji bieži vien nespēj gaidīt gadu, lai palaistu tirgū un saņemtu reģistrāciju par zīmolu, ko iepriekš iespējams jau gadu ir izstrādājuši. Laiks un ātrums ir kļuvis par spēcīgu ieroci, lai efektīvi sasniegtu tirgu, ja rodas aizkavējumi, kavējas arī uzņēmuma attīstība kopumā un spēja konkurēt ar citiem tirgus dalībniekiem.

2015.gada decembra izdevumā Endrjū Bradšovs (Andrew Bradshaw) Āzijas Koalīcija pret viltojumiem un pirātismu priekšsēdētājs kā nākotnes pārmaiņas vēlas, lai visas valdības ļoti stingri pārskata savu attieksmi pret viltojumiem, kas ietekmē ne tikai IĪ jomu.⁸⁹ Kā darba autore iepriekš apskatīja, ES joprojām ir ļoti augsts viltojumu pieprasījums tirgū, kas rada

⁸⁷ J. Nurton Interwiev, *Alicante News February 2017* EUIPO, 2-4p

⁸⁸ J. Nurton Interwiev, *Alicante News March 2016* EUIPO, 2-5p

⁸⁹ J. Nurton Interwiev, *Alicante News December 2015* EUIPO, 2-6p

lielus zaudējumus ne tikai oriģinālo preču ražotājiem, bet tirgum kopumā, postot konkurētspēju starp tirgus dalībniekiem.

Vācijas patentpilnvarnieks, jurists Franks Meiksners (Frank Meixner) uzskata, ka lielākā problēma ir vide, ja runājam par drošību, kur dažādās piegādes ķēdēs tiek pieļautas nepilnības, piemēram, tiešsaistes pārdošanā. Piemēram, Vācijā farmaceitiem var būt tiešsaistes platforma, kas ir visnotaļ labi, taču, atļaujot tiešsaistes pārdošanu tiek pavērtas iespējas viltotājiem nākt klajā ar viltotām vietnēm, jo viņus kontrolēt ir ļoti grūti. Jurists uzdod jautājumu, vai ir nepieciešams pārdošanai medikamentus tiešsaistē? Viņa personīgi par to šaubās! Problēma ir tā, ka viltotajās vietnēs pacienti nav nepieciešams uzrādīt receptes, tāpēc tās ir pievilcīgas produktiem, kurus iegādājoties, cilvēki jūt kauna vai neērtības sajūtu, kā piemēram, zāles erektilās disfunkcijas (*ED ir nespēja sasniegt un uzturēt erekciju tik ilgi, lai izdotos veiksmīgs dzimumakts*) ārstēšanai. Taču tas var beigties ar viltojumiem, kas rada veselības riskus un problēmas.⁹⁰

Patentpilnvarnieks, jurists Viliams Lobelsons (William Lobelson) uz jautājumu par nākotnē sastopamajām problēmām atbild: „Es visvairāk esmu iesaistījies interneta jautājumos. Tā ir ļoti liela problēma. IĪ iestāžu budžeti ir palikuši nemainīgi, bet izdevumi preču zīmju jomā ir samazinājušies, jo liela daļa finansējuma tiek novirzīta, lai cīnītos ar kiber uzbrukumiem, tāpēc digitālā zīmolu pārvaldība ir kļuvusi ar ļoti karstu problēmu. Mūsu darbs ir nojaust un paredzēt klienta vēlmes un šis ir svarīgs jautājums, kas profesionāļiem ir jāapzinās. Preču zīmju pasaule uz doto brīdi pārvietojas no reālās pasaules uz virtuālo. Sociālā vide ir pārpildīta ar viltojumiem. Šī ir visas pasaules problēma, jo internets ir pieejams visā pasaulē. Būtu nepieciešama Globālā procedūru saskaņošana, bet es to negaidu tik drīz.”⁹¹ Tāpat kā iedzīvotāju aptaujā par viltojumiem internetā, arī Lobelsons uzskata, ka interneta vide ir visvienkāršākā krāpšanās platforma mūsdienās, ko ir ļoti grūti izsekot un novērt, bet svarīgi ir strādāt un cīnīties pret pirātismu un viltojumiem.

Austrālijas izcelsmes jurists, patentpilnvarnieks Pīters O’Birns (Peter O’Byrne) jautāts par IĪ nākotnē apspriežamām problēmām atbild: „Svarīgs jautājums priekš IĪ īpašniekiem, ja mums ir piešķirtas tiesības, vai mums vienmēr ir jārīkojas? Ja darbība ir nekomerciāla, īpašniekiem vajadzētu pārdomāt, kā rīkoties ar šādiem konkurentiem. Tāpat viltojumi, kas būs ļoti svarīgs jautājums. Visbeidzot, attiecībā uz kosmētikas biznesu, izveidojot un aizsargājot jaunus produktus, nosaukumi un noformējumi ir visa pamatdarbība. Tāpēc, lielais reģistrāciju daudzums, un kā no tā izvairīties ir galvenā problēma. Jautājums ir par nelietošanu, ir tik daudz zīmes, kas netiek lietotas, un katrs speciālists izvirza savu dzēšanas pieeju. Sabiedrības

⁹⁰ J. Nurton Interwiev, *Alicante News January 2017* EUIPO, 3-6p

⁹¹ J. Nurton Interwiev, *Alicante News November 16* EUIPO, 2-4p

arguments par to, ka preču zīmju reģistrā nav jābūt zīmēm, kuras netiek lietotas, ir pilnīgi skaidrs, un šo zīmju dzēšana būtu nepieciešama pēc iespējas vienkāršākā procedūrā. Šī ir visas pasaules, nevis nacionālā vai Eiropas problēma.”⁹²

Eiropas Dizaina balvas žūrijas loceklis Robins Edmans (Robin Edman) par to, kas ir mainījies pēdējo gadu gaitā: „Dizainparaugi ir spējuši ļoti strauji attīstīties un tiek lietoti arī ārzemēs. Liels attīstības solis notiek tirgū, jo lielie uzņēmumi, ne tikai paši veido jaunus dizainus, bet viņi piesaista atsevišķas dizaina aģentūras, kas, uztverot galveno ideju, spēj mainīt tirgus sasniegšanas veidu, ar šo līdzekli palīdzot klientu uzņēmumiem ieviest jauninājumus.”⁹³ Ar šo Edmans vēlas norādīt, ka IĪ aizsardzība ir ļoti plaša joma, un arvien vairāk iesaista jaunus dalībniekus, uzņēmumi meklē dažādākās iespējas, lai radītu unikālu, jaunu produktu, radot jaunas konkurētspējīgas darba vietas, attīstot un ieguldot jau esošajos darbiniekus, un veicot citas aktivitātes, kas veicina uzņēmuma un valsts kopējo izaugsmi un konkurētspēju.

Vai Eiropā dizainparaugu aizsardzība ir adekvāta? Edmans: „Ir divi veidi kā lūkoties uz šo jautājumu. Daļa uzņēmēju saka: protams, mums ir nepieciešams aizsargāt savu darbu. Taču otra daļa saka: tev ir jābūt tikai ātrākam un labākam par citiem, jo, lai ko tu arī izdomātu, citi tavu ideju nokopēs. Tāpēc, manuprāt, ir nepieciešams palielināt informētību un to var palielināt vienmēr – attiecībā uz to, ko aizsardzība var dod uzņēmējdarbībai un dizaineriem, un cik vienkārši tas ir sasniedzams. Otrs lielais izaicinājums lokālajām IĪ iestādēm ES ir apmācīt un informēt iedzīvotājus par dažādām iespējām kā aizsargāt IĪ, ko aptver šīs aizsardzības un to, cik vienkārši tas ir izdarāms. Jaunajā, graužošajā un mainīgajā biznesa vidē, MVU un start-up uzņēmumiem ir nepieciešams būt ziņojošiem par pieejamajām iespējām un kā piedāvātā aizsardzība var padarīt viņus konkurētspējīgākus.”⁹⁴ Arī Edmans apstiprina darba autores secināto, pēc valstu izpētes, ka iedzīvotājiem ir nepieciešama daudz lielāka informācija par IĪ un priekšrocībām, ko tā sniedz.

Savukārt „Pret dizainu kopēšanu” izpilddirektore Didsa Makdonalda (Dids Macdonald) uzskata, ka ir nepieciešamas plašas diskusijas par IĪ aizsardzības izmaksām, jo priekš mazajiem un jaunajiem uzņēmumiem šīs izmaksas joprojām ir diezgan lielas.⁹⁴

2016. janvāra žurnālā jurists intelektuālā īpašuma jomā Sakari Salonens (Sakari Salonen) (Helsinki), par to, ko varam sagaidīt nākotnē atklāj: „Es domāju, ka darba slodze palielināsies. Tiesāšanās ir kļuvusi populāra, jo uzņēmumi ir sākuši saprast IĪ vērtību daudz vairāk, nekā līdz šim, tāpēc ir vairāk gatavi aizstāvēt savas tiesības. Tas ir likumīgi preču

⁹² J. Nurton Interwiev, *Alicante News November 2014* EUIPO, 4-8p

⁹³ J. Nurton Interwiev, *Alicante News December 2016* EUIPO, 2-6p

⁹⁴ J. Nurton Interwiev, *Alicante News July 2015* EUIPO, 2-4p

zīmēm un patentiem, un it sevišķi dizainparaugiem, kur pēdējā laikā saskaramies ar tiesību pārkāpšanu ar vien vairāk. Es varu tikai iedomāties, ka Ī ģlūs ar vien nozīmīgāks. Pasaule ir pārņemta ar tehnoloģijām un uzņēmumiem ir nepieciešams aizsargāt savas investīcijas. Zīmoli kļūst vairāk nekā tikai vārdi, tās ir zīmes un daļa no tā, kas cilvēkus savā starpā vieno. Tie ir kļuvuši par mūsu dzīvesveidu. Viens no lielākajiem pārbaudījumiem būs nodrošināt pienācīgu līdzsvaru starp Ī tiesībām un privātumu un vārda brīvību.”⁹⁵ Autore piekrīt Salonena viedoklim par to, cik ļoti zīmoli un Ī ir pārveidojuši cilvēku dzīves, tādi zīmoli kā *Apple, BMW, Armani* ieņem ļoti lielu lomu patērētāju ikdienā, jo ir daļa no viņu dzīvesveida. Šie zīmoli ir sevi pierādījuši, un to apliecina arī patērētāji, kuriem ir svarīga, kvalitāte, drošība, oriģinalitāte, viņi neatbalsta viltojumus līdz ar to nodrošina konkurētspēju tirgū.

Kolmāras Elzasas Universitātes (Francija) asociēts profesors Ī tiesību jomā Džans Basire (Yann Basire) atklāj, ka savu profesiju izvēlējas, jo mēs dzīvojam pasaulē, kur preču zīmēm ir ļoti liela nozīme. Tur nav tikai likums, tur ir arī mārketinga. Preču zīmes ir mūsu ikdienas centrā un mēs nevaram bez viņām dzīvot. Tāpat viņš uzsver faktu, ka Ī un, jo īpaši, preču zīmju tiesības ir Eiropas un Starptautisks jautājums, arī ir ļoti svarīgs. Profesors arī atzīst, ka ir nepieciešama Eiropas iekšējo likumu stingrāka saskaņošana, lai novērstu lielo iebildumu skaitu.⁹⁶

Vācijas intelektuālā īpašuma asociācijas prezidents Gerts Vurtenbergers (Gert Wurtenberger) par to, ko kādi jautājumi kļūs nozīmīgāki: „Svarīgs aspekts ir preču zīmju un citu Ī tiesību pārklāšanās. Šis ir vēl neizpētīts lauks, kas radīs izaicinājumus nākotnē. Ir iespējama ne tikai preču zīmju un dizainparaugu pārklāšanās, bet arī preču zīmju un uzņēmuma nosaukumu, preču zīmju un autortiesību. Galvenais ir atcerēties, ka dažādiem likumiem ir atšķirīgi mērķi.”⁹⁷

Darba autores apkopotie viedokļi profesionāļu vidū daudzās lietās sakrīt. K. Kaosārs, Profesionāļi kā lielu problēmu ES uzver tās lielumu un sistēmas neatbilstību tās apjomam, Kalevs Kaosārs uzsver ES lielumu un sistēmas neatbilstību tās apjomam, precīzāk šo problēmu definē Sandra Martins Pinto, Marlousa S. Hildere un Pīters O’Birns, proti, reģistri ir pārpildīti ar preču zīmēm, kas netiek lietotas, līdz ar to, liedzot tirgū ienākt jauniem, konkurētspējīgiem dalībniekiem. Tāpat viņi izceļ faktu, ka šī nav nacionālā vai ES problēma, bet gan problēma, kas aktuāla visā pasaulē.

Patentpilnvarnieks Lonerzo Litta pauž viedokli, ka ES reģistrācijai ir ļoti izdevīga cena un liela teritorija, taču Didsa Makdonalda norāda uz pretējo, ka cena ir ļoti augsta, it sevišķi

⁹⁵ J. Nurton Interwiev, *Alicante News January 2016* EUIPO, 2-4p

⁹⁶ J. Nurton Interwiev, *Alicante News March 2017* EUIPO, 3-7p

⁹⁷ J. Nurton Interwiev, *Alicante News October 2014* EUIPO, 5-8p

priekš uzņēmumiem, kas tikko ienāk tirgū. Viens no profesionāļiem, Ronalds van Tudži ir novērojis, ka sistēmām ir nepieciešami ātruma uzlabojumi, jo uzņēmējdarbībā laiks ir nauda, ko var zaudēt, gadu gaidot tiesību piešķiršanu IĪ objektam. Marlousa S. Hildere arī uzsver, ka dažas likuma normas nav balstītas uz reālo uzņēmējdarbības pieredzi, līdz ar to, autore secina, ka tas traucē tieši uzņēmējdarbībai attīstīties intelektuālā īpašuma aizsardzības laukā.

Pīters O'Birns, E. Bradšovs, F. Meiksners un V. Lobelsons visi, kā viens uzskata, ka mūsdienu un nākotnes problēma ir viltojumi, šī tāpat kā, nelietoto preču zīmju apjoms, ir visas pasaules problēma, kas sev līdzī ir ierāvusi arī virtuālo pasauli, uz kuru lēnām pāriet reālā pasaule. Pēc profesionāļu domām, virtuālā vide ir perfekta platforma, ar kuras palīdzību izplatīt viltojumus pa visu pasauli, ņemot vērā faktu, ka krāpniekus interneta vidē noteikt un atrast ir daudz sarežģītāk. Tāpēc E. Bradšovs atzīst, ka ir nepieciešams valdībām stingrāk pārskatīt attieksmi pret viltojumiem.

Ļoti lielu attīstības izrāvienu ir piedzīvojuši dizainparaugu joma, kas spēj radīt pat jaunas darba vietas, proti, lieli uzņēmumi, domājot par savu unikālo izskatu un dizainu, piesaista dizainerus un dizaina aģentūras, lai palīdzētu radīt uzņēmuma tēlu.

Apkopoto viedokļu starpā bija tādi uzskati, ka intelektuālais īpašums ir ne tikai tiesības, bet arī mārketing, bez kā uzņēmējdarbībai pastāvēt ir ļoti grūti. Cits profesionālis izteicās, ka problēma nākotnē būs intelektuālā īpašuma tiesību pārklāšanās, līdz ar to, ir nepieciešams atcerēties un stingrāk turēties, tieši pie sava objekta sniegtajām tiesībām. Tāpat, R. Edmans pauž viedokli, ka ir nepieciešama sabiedrības izglītošana par IĪ aizsardzības veidiem un sniegtajām iespējām, lai viņi ir zinoši starp ko izvēlēties.

Kopumā visi profesionāļi intervijās pieminēja vienu vai divas problēmas, ar ko saskaras vai tuvākajā nākotnē nāksies saskarties IĪ jomai, taču, visiem bija vienots uzskats par to, ka joma attīstās, un liela daļa uzņēmēju ir sākuši saprast IĪ nozīmi uzņēmējdarbībā un tās priekšrocības.

Secinājumi

1. Aizsargājot IĪ uzņēmums iegūst tiesības aizliegt citiem tirgū lietot līdzīgu produktu, pakalpojumu ar līdzīgu nosaukumu, vai izgudrojumu, tāpat uzņēmumam pieaug intelektuālā kapitāla vērtība un arī aktīvu vērtība, ieguldot līdzekļus IĪ aizsardzībā.
2. Konkurētspēja ir ļoti svarīga katram uzņēmumam un valstij kopumā, lai uzņēmums būtu konkurētspējīgs un spētu noturēt savu pozīciju tirgū, tas izmanto dažādas mārketinga aktivitātes, kas gandrīz katra iekļauj sevī IĪ, līdz ar to autore secina, ka konkurētspēju gan tieši, gan netieši ietekmē IĪ.
3. Ar IĪ ik dienu saskaras katrs iedzīvotājs, tomēr informācijas un zināšanu trūkuma dēļ liela daļa patērētāju neapzinās IĪ sniegtās priekšrocības, tāpat kā kaitējumu, ko tai nodara, ar ikdienā it kā pašsaprotamu darbību veikšanu, jo patērētāji pēdējo gadu laikā, iegādājoties viltus preces, rada pasaules ekonomika miljonus vērtus zaudējumus.
4. Intelektuālai īpašums Globālās konkurētspējas indeksa ziņojumā tieši sastāda tikai 3%, taču parējās faktorgrupas pastāv ciešā sadarbībā ar IĪ, vai kādu no tās apakšjomā, līdz ar to, pēc IĪ aizsardzības datu apkopošanas, darba autore secina, ka tie nesakrīt ar izvirzīto mērķi, un neatbilst valstu konkurētspējas indeksam,
5. Izpētot iedzīvotāju izpratni par IĪ, darba autore secina, ka Latvijā un Igaunijā izpratne ir nedaudz zemākā līmenī, nekā ES kopumā, tāpat arī, ka iedzīvotāji visā ES neizprot, kādu ieguvumu no IĪ viņi gūst, kā patērētāji.
6. Vairumā iedzīvotāji nezina par IĪ dažādām piedāvātajām iespējām, dažādiem aizsardzības veidiem, kā arī izmaksu variācijām, līdz ar to, tie nespēj veikt lietderīgu ieguldījumu intelektuālajā kapitālā un tā attīstībā.
7. Izanalizējot profesionāļu viedokļus, autore atzina, ka rūpnieciskā īpašuma joma ietver sevī dažādas problēmas, kuru sekas atspoguļojas uzņēmējdarbības un ekonomikas kopumā attīstībā.
8. Kopumā, darba autore secina, ka IĪ ir liela ietekme uz konkurētspēju un ekonomiku kopumā, jo IĪ aizsardzība sniedz uzņēmumam izņēmuma tiesības uz objektu, ar kura palīdzību, var ienākt tirgū un paaugstināt konkurētspēju, kā arī IĪ tiesību pārkāpšanas sekas, spēj radīt lielus zaudējumus, gan pārkāpējam, gan oriģināla īpašniekam.

Priekšlikumi

1. Lai darba autores izvirzītais mērķis īstenotos, būtu nepieciešams izpētīt un salīdzināt IĪ aizsardzības datus ar visām konkurētspējas indeksa grupām detalizētāk, jo katrai no tām, lielākā vai mazākā, mērā ir saistība ar IĪ.
2. Pēc Globālā konkurētspējas indeksa datiem, darba autore izvirza priekšlikumu, ka, Latvija, lai uzlabotu IĪ jomu var mācīties no Slovēnijas, kas ir salīdzinoši līdzīgā situācijā kā Latvija, jo Slovēnijai IĪ institūcijas, infrastruktūra un izglītība ir augstākā līmenī nekā Latvijai, šie trīs faktori ļoti spēcīgi ietekmē IĪ kopumā, līdz ar to, valstī būtu iespējams paaugstināt konkurētspēju.
3. Ir nepieciešama stingrāka IĪ tiesību noteikšana un lielāku sodu piemērošana viltotājiem, pakaļdarinātājiem un uzņēmējiem, kas darbojas ar negodprātīgu nolūku.
4. Izstrādāt stratēģiju, kā atbrīvoties no intelektuālā īpašuma objektiem, kas netiek lietoti, lai jauniem uzņēmējiem, būtu vieglāk ienākt tirgū, iespējams samazināt aizsardzības laiku uzņēmumiem, kas pirmo reizi reģistrē objektu, vai pirmo aizsardzības periodu noteikt īsāku, un pie nākamās atjaunošanas piešķirt garāku.
5. Izveidot IĪ izglītošanas un iedzīvotāju informēšanas stratēģiju, lai patērētāji būtu informēti par IĪ nozīmi, sniegtajām priekšrocībām, ieviest izglītojošu kursu jau vidusskolās, jo jaunieši vecumā no 15 gadiem ir visaktīvākie interneta vidē, kur notiek visplašākā un ātrākā IĪ tiesību pārkāpšana, kas negatīvi ietekmē visu valstu konkurētspēju.

Izmantotā literatūra un avoti

1. LR likums *Dizainparaugu likums*. LR Saeima un LV Nr. 183 (3131), 17.11.2004. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=96620> (skatīts 05.01.2017.)
2. LR likums *Likums par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm*, LR Saeima un LV Nr. 216 (1676), 01.07.1999. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=18863> (skatīts 05.01.2017.)
3. LR likums *Patentu likums*, LR Saeima un LV Nr. 34 (3610), 27.02.2007. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=153574> (skatīts 05.01.2017.)
4. LR likums *Rūpnieciskā īpašuma institūciju un procedūru likums*, LR Saeima un LV Nr. 127 (5445), 02.07.2015. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=275049> (skatīts 05.01.2017.)
5. Database dei brevetti italiani Pieejams: <http://brevettidb.uibm.gov.it/> (Skatīts 26.04.2017.)
6. Designview database Pieejams: <https://www.tmdn.org/tmdsview-web/welcome> (Skatīts 08.03.2017.)
7. EPO, *Annual reports and statistics* Pieejams: <https://www.epo.org/about-us/annual-reports-statistics.html> (Skatīts 12.04.2017.)
8. EUROSTAT Intellectual property rights statistics Pieejams: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/science-technology-innovation/data/database> (Skatīts 09.01.2017.)
9. Estonian Patent Office Annual reports Pieejams: <http://www.epa.ee/en/publications/annual-reports> (Skatīts 01.05.2017.)
10. Information databases of Slovenian Intellectual Property Office Pieejams: <http://www2.uil-sipo.si/dse.htm> (Skatīts 27.04.2017.)
11. Jahresberichte 2010-2016 Pieejams: <https://presse.dpma.de/presseservice/publikationen/jahresberichte/index.html> (Skatīts 07.04.2017.)
12. TMview database Pieejams: <https://www.tmdn.org/tmview/welcome?lang=lv> (Skatīts 21.04.2017.)
13. **Babris S.** *Intelektuālā kapitāla būtība un loma mūsdienu organizācijā* LATVIJAS UNIVERSITĀTES RAKSTI. 2004. 674. sēj. VADĪBAS ZINĀTNE, 90.–101. lpp.
14. **Brooking A.** *Intellectual Capital*, London: Thomson Business Press, 1996.

15. **Bollen L., Vergauwen P., Schnieders S.**, "*Linking intellectual capital and intellectual property to company performance*", *Management Decision*, (2005) Vol. 43 Issue: 9, pp.
16. **Mingaleva Z., Mirskikh I.** *Psychological aspects of intellectual property protection* *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 190 (2015) 221-222 p.
17. **Dragonetti N.C., Edvinsson L., Roos J., Roos G.** *Intellectual capital*. – London: Macmillan Press Ltd., 1997, p. 143
18. **Driksna I., Praude V.** *Produktu pozicionēšana tirgū LATVIJAS UNIVERSITĀTES RAKSTI*. 2004. 674. sēj. VADĪBAS ZINĀTNE, 80.–89. lpp. ITS 9984-770-54-0
19. **Fedotova K., Geipele I.** *Konkurētspējas paaugstināšanas iespējas mainīgos vides apstākļos* 50. RTU Starptautiskā zinātniskā konference: konferences rakstu krājums, Latvija, Rīga, 15-16. Oktobris 2009, ETU izdevniecība 2009, 74.-81.lpp ISBN 9789984321738
20. **Maskus K. E.** *Intellectual property rights and economic development* Prepared for the series "Beyond the Treaties: A Symposium on Compliance with International Intellectual Property Law" 2000, 6p.
21. **Lačny M., Pelegrinova L.** *Protection of intellectual property and its economic aspects* *Journal of Economic Development, Environment and People*, Volume 5, Issue 3, 2016, 5p.
22. **Lenjušenkova O.** *Intelektuālā kapitāla attīstība un vadība uzņēmumos Latvijā* Promocijas darba kopsavilkums – Rīga, RTU Izdevniecība, 2017. – 38. lpp, ISBN 978-9934-10-933-1
23. **Schwab K.**, *The Global Competitiveness report 2016-2017* World Economic forum , 232-233p.
24. *Sadarbība ar ārvalstu iestādēm* LR PV, Pieejams: <http://www.lrv.gov.lv/> (Skatīts 09.01.2017.)
25. Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs (EUIPO) Pieejams: www.europa.eu (Skatīts 04.06.2017.)
26. EUIPO *Office Statistics* Pieejams: <https://euipo.europa.eu/ohimportal/lv/the-office> (Skatīts 08.03.2017.)
27. EUIPO newsletter Alicante News Pieejams: <https://euipo.europa.eu/ohimportal/lv/alicante-news> (Skatīts. 09.04.2017.)
28. [European citizens and intellectual property: perception, awareness, and behaviour](#) EUIPO (Skatīts 10.05.2017.)

29. ITSB,EPI *Intelektuālā īpašuma tiesību ietilpīgas nozares –ieguldījums ekonomikas veikspējā un nodarbinātībā Eiropas Savienībā* Pieejams: <http://www.epo.org/service-support/publications.html?pubid=87#tab3> (Skatīts 08.03.2017.)
30. Patents in Europe *Helping business complete in the global economy* 2015/2016, 7p. Pieejams: <http://www.iam-media.com> (Skatīts 06.02.2017.)

Pielikumi

**Pasaules ekonomikas foruma „Globālās konkurētspējas indeksa ziņojums 2016.-
2017.gadam” rezultāti ⁹⁸**

| Valsts | 2016- 2017 | 2015- 2016 | Valsts | 2016- 2017 | 2015- 2016 |
|---------------|---------------|---------------|------------------------|---------------|---------------|
| Šveice | 1 | 1 | Maroka | 70 | 72 |
| Singapūra | 2 | 2 | Šrilanka | 71 | 68 |
| ASV | 3 | 3 | Barbadosa | 72 | n/d |
| Nīderlande | 4 | 5 | Urugvaja | 73 | 73 |
| Vācija | 5 | 4 | Horvātija | 74 | 77 |
| Zviedrija | 6 | 9 | Jamaika | 75 | 86 |
| Lielbritānija | 7 | 10 | Irāna | 76 | 74 |
| Japāna | 8 | 6 | Tadžikistāna | 77 | 80 |
| Honkonga | 9 | 7 | Gvatemala | 78 | 78 |
| Somija | 10 | 8 | Armēnija | 79 | 82 |
| Norvēģija | 11 | 11 | Albānija | 80 | 93 |
| Dānija | 12 | 12 | Brazīlija | 81 | 75 |
| Jaunzēlande | 13 | 16 | Melnkalne | 82 | 70 |
| Taivāna, Ķīna | 14 | 15 | Kipra | 83 | 65 |
| Kanāda | 15 | 13 | Namībija | 84 | 85 |
| AAE | 16 | 17 | Ukraina | 85 | 79 |
| Beļģija | 17 | 19 | Grieķija | 86 | 81 |
| Katara | 18 | 14 | Alžīrija | 87 | 87 |
| Austrija | 19 | 23 | Hondurasa | 88 | 88 |
| Luksemburga | 20 | 20 | Kambodža | 89 | 90 |
| Francija | 21 | 22 | Serbija | 90 | 94 |
| Austrālija | 22 | 21 | Ekvadora | 91 | 76 |
| Īrija | 23 | 24 | Dominikānas Republika | 92 | 98 |
| Izraēla | 24 | 27 | Laosas TDR | 93 | 83 |
| Malaizija | 25 | 18 | Trinidada un Tobago | 94 | 89 |
| Koreja | 26 | 26 | Tunisija | 95 | 92 |
| Īslande | 27 | 29 | Kenija | 96 | 99 |
| Ķīna | 28 | 28 | Butāna | 97 | 105 |
| Saūda Arābija | 29 | 25 | Nepāla | 98 | 100 |
| Igaunija | 30 | 30 | Kotdivuāra | 99 | 91 |
| Čehija | 31 | 31 | Moldova | 100 | 84 |
| Spānija | 32 | 33 | Libāna | 101 | 101 |
| Čīle | 33 | 35 | Mongolija | 102 | 104 |
| Taizeme | 34 | 32 | Nikaragva | 103 | 108 |
| Lietuva | 35 | 36 | Argentīna | 104 | 106 |
| Polija | 36 | 41 | Salvadora | 105 | 95 |
| Azerbaidžāna | 37 | 40 | Bangladeša | 106 | 107 |
| Kuveita | 38 | 34 | Bosnija un Hercegovina | 107 | 111 |
| Indija | 39 | 55 | Gabona | 108 | 103 |
| Malta | 40 | 48 | Etiopija | 109 | 109 |
| Indonēzija | 41 | 37 | Kaboverde | 110 | 112 |
| Panama | 42 | 50 | Kirgīzija | 111 | 102 |
| Krievija | 43 | 45 | Senegāla | 112 | 110 |
| Itālija | 44 | 43 | Uganda | 113 | 115 |
| Maurīcija | 45 | 46 | Gana | 114 | 119 |
| Portugāle | 46 | 38 | Ēģipte | 115 | 116 |
| Dienvidāfrika | 47 | 49 | Tanzānija | 116 | 120 |
| Bahreina | 48 | 39 | Paragvaja | 117 | 118 |
| Latvija | 49 | 44 | Zambija | 118 | 96 |
| Bulgārija | 50 | 54 | Kamerūna | 119 | 114 |
| Meksika | 51 | 57 | Lesoto | 120 | 113 |

⁹⁸ Schwab K, *The Global Competitiveness report 2016-2017* World Economic forum

| | | | | | |
|---------------------------|----|-----|-------------|-----|-----|
| Ruanda | 52 | 58 | Bolīvija | 121 | 117 |
| Kazahstāna | 53 | 42 | Pakistāna | 122 | 126 |
| Kostarika | 54 | 52 | Gambija | 123 | 123 |
| Turcija | 55 | 51 | Benina | 124 | 122 |
| Slovēnija | 56 | 59 | Mali | 125 | 127 |
| Filipīnas | 57 | 47 | Zimbabve | 126 | 125 |
| Bruneja Darusalama | 58 | n/d | Nigērija | 127 | 124 |
| Gruzija | 59 | 66 | Madagaskara | 128 | 130 |
| Vjetnama | 60 | 56 | Kongo | 129 | n/d |
| Kolumbija | 61 | 61 | Venecuēla | 130 | 132 |
| Rumānija | 62 | 53 | Libērija | 131 | 129 |
| Jordānija | 63 | 64 | Sjerraleone | 132 | 137 |
| Botsvāna | 64 | 71 | Mozambika | 133 | 133 |
| Slovākija | 65 | 67 | Malāvija | 134 | 135 |
| Omāna | 66 | 62 | Burundi | 135 | 136 |
| Peru | 67 | 69 | Čada | 136 | 139 |
| Maķedonija | 68 | 60 | Maurīcija | 137 | 138 |
| Ungārija | 69 | 63 | Jemena | 138 | n/d |

* n/d – nav datu