

# INTELEKTINĖ NUOSAVYBĖ ŠVIETIME

## INTELEKTINĖ NUOSAVYBĖ

### IN pagrindai mokytojams

*IN  
pagrindai  
mokytojams*

# IN pagrindai mokytojams

## Įvadas

Jūsų mokykla paprašo jūsų parengti projektą nacionaliniam švietimo konkursui. Jus tai įkvepia. Manote, kad tai puiki mintis. Norėdami, kad jūsų mokykla laimėtų apdovanojimą, įdedate daug darbo rengdami išsamų projektą. Tačiau buvęs kolega, kuriuo pasitikėjote ir kuriam parodėte savo darbą, savo naujos mokyklos vardu pateikia panašų projektą ir laimi pirmą vietą. Kaip dėl to jaučiatės?

*Intelektinės nuosavybės (IN) teisėmis apsaugomi žmogaus intelekto arba proto kūriniai, taigi IN teisių paskirtis yra apsaugoti jus būtent nuo tokių scenarijų.*

IN nėra naujiena:

IN idėja nėra nauja. Manoma, kad IN užuomazgos siekia dar 500 m. prieš Kristų, kai žmonės, siekdami išgyventi ir pagerinti savo gyvenimo kokybę, ėmė kurti įrankius. Pirmą kartą intelektinės nuosavybės teisė suteikta leidus Graikijos miesto Sibario gyventojams gauti „bet kokio naujo prabangos patobulinimo“ patentą.

Miestas norėjo atlyginti už originalių receptų ir maisto ruošimo produktų kūrimą. Nuo tada daug kas patobulinta, o intelektinei nuosavybei apsaugoti sukurti įstatymai. Tačiau IN teisės tikslas – skatinti kūrybiškumą – laikui bėgant nekito. Siekiant šio tikslo, kūrėjui teikiama tam tikra išimtinė privilegija naudoti savo kūrinį.

Šiais laikais objektai, esantys mūsų kasdienio gyvenimo dalimi, tampa vis sudėtingesni.

Pavyzdžiui, išmanusis telefonas saugomas šimtais tūkstančių IN teisių. Tai pasakytina apie daugumą objektų ir paslaugų, tapusių mūsų šiuolaikinio gyvenimo dalimi.



**Prekių ženklas** - skiriamąjį požymį turintis žymuo, skirtas padėti bendrovės produktus ir paslaugas atskirti nuo konkurentų produktų ir paslaugų. Prekių ženklą kuria daug žmonių - jie dirba, investuoja, atlieka tyrimus ir plėtoja produktus bei paslaugas, kuriais gerinami įvairūs mūsų gyvenimo aspektai.

**Prekių ženklai**

- Telefono pavadinimas
- Paleidimo tonas
- „Instagram“ logotipas

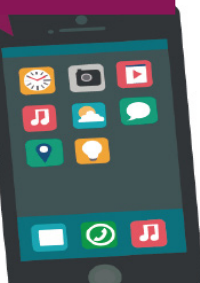


Vieni žmonės skiria ne vienus metus ar net dešimtmečius kam nors išrasti, kas galėtų pakeisti pasaulį. Kitiems geniali idėja gimsta akimirksniu. **Patental** grindžiami tuo, kad išradėjai yra verti atlygio už savo sunkų darbą ir įžvalgumą. Mainais už pasidalijimą savo išradimu su visu pasauliu patentų savininkai turi išimtinę teisę gaminti ir parduoti arba kitaip platinti savo išradimą.

**Patental**

- Duomenų tvarkymo metodai
- Operacinė sistema
- Naudotojo sąsajos veikimas

Ar žinojote, kad yra daugiau kaip 250 000 galiojančių patentų, saugančių šiuolaikinius išmaniuosius telefonus?



**Dizainas** apima bet kurio produkto (arba net jo dalies) išvaizdą - formą ir spalvą, naudojamas medžiagas, pakuotę, taigi iš esmės bet kuris daiktas gali būti įregistruotas kaip dizainas. Bet dizaino aprėptis yra platesnė! Jis apima logotipus, žemėlapius, šriftus ir kt. Dizainas neturi būti gražus, patrauklus ar meniškas; jis tiesiog turi skirtis nuo kitų.

**Dizainai**

- Bendra telefono forma
- Mygtukų išsidėstymas ir jų forma
- Ekranų padėtis ir forma



**Autorių teisės**

- Programinė įranga
- Naudotojo vadovai
- Skambučio melodijos
- „Facebook“
- Atvaizdai

**Autorių teisės** - taisyklių, kuriomis saugomi meno ir literatūros kūriniai, rinkinys. Jomis saugomi filmai, muzika, eilėraščiai, paveiksai, komiksai ir pan. Iš esmės tai yra teisė būti vieninteliu žmogumi, kuris sprendžia, kas gali naudoti jūsų kūrinius. Pavyzdžiui, tarkime, parašote dainą. Kol nesuteikiate leidimo, niekas kitas negali jos kopijuoti arba sakyti, kad tai jų daina. Tai jūsų daina. Žinoma, jeigu norite, galite leisti kam nors kitam ją atlikti arba įrašyti.



**Komeracinė paslaptis** - tai konfidenciali verslo informacija, turinti komercinę arba ekonominę vertę. Turėdama šią slaptą informaciją įmonė įgyja konkurencinį pranašumą. Komeracinė paslaptis saugomos nereikalaujant jokios registracijos ir netaikant jokių formalumų. Tačiau, komercinė paslaptis gali būti saugoma neribotą laikotarpį. Kad informacijai būtų taikoma apsauga, turi būti laikomasi tam tikrų sąlygų. Informacija turi būti slapta, turėti komercinę vertę, o teisių turėtojas turi imtis pagrįstų veiksmų jos slaptumui išsaugoti. Tačiau valstybėse šios sąlygos nėra vienodos. Pavyzdys būtų garsusis „Coca-Cola“ receptas.

## Autorių teisės

### Kas yra autorių teisės?

Autorių teisės yra vienos plačiausiai žinomų ir mokytojams aktualiausių intelektinės nuosavybės teisių. Jomis apsaugomi įvairūs materialieji žmogaus kūriniai, jeigu tie kūriniai nėra tik idėja.

Autorių teisių subjektai gali būti labai įvairūs: garsūs menininkai, mažai žinomi menininkai, pripažinti autoriai ir nepripažinti autoriai (jie gali būti mokytojai arba mokiniai). „PowerPoint“ prezentacijai greičiausiai gali būti taikomos autorių teisės. Šiai informacijos suvestinei tikrai taikomos autorių teisės.

Kad būtų saugomas autorių teisėmis, kūrinys turi būti originalus. Trumpiau tariant, kūrinys yra originalus, kai jis atspindi autoriaus asmenybę ir yra autoriaus laisvo ir kūrybinio pasirinkimo išraiška.

Klasikinis pavyzdys yra du dailininkai, tuo pat metu sėdintys prieš modelį, – objektas tas pats, tačiau abiejų dailininkų kūriniai skirsis.



Originalūs darbai – tai romanai, pjesės, poezija, muzika, dainos, piešiniai, paveikslai, skulptūros, nuotraukos, filmų scenarijai, filmai ir vaizdo įrašai, tekstilės dizainai, architektūros planai, duomenų bazės ir kompiuterių programos.

Daugelis jūsų esate pamokai iš interneto paėmę autorių teisėmis apsaugotą nuotrauką. Visi esate atsisiuntę filmą arba dainą. Šiems veiksams taikomi autorių teisių apsaugos teisės aktai.

Autorių teisių apsaugos teisės aktai kūrėjui suteikia išimtinę teisę nustatyti, ar ir kokiomis sąlygomis jo originalų kūrinių gali naudoti kiti asmenys. Jie savininkui suteikia dvi teises:

### Kokios teisės numatytos autorių teisių apsaugos teisės aktuose?

#### Turtinė teisė

- teisė į kūrinio naudojimą. Teisė kontroliuoti kūrinio atgaminimą, viešą paskelbimą, vertimą, adaptavimą, platinimą ir pardavimą. Šia teise kūrėjui suteikiama ilgalaikė apsauga, kad jis gautų atlygį ir kartu kad jo šeimai būtų užtikrinta ekonominė nauda iš kūrinio ir jo sėkmės.
- teisė būti pripažintam originalaus kūrinio autoriumi. Neturtinės teisės Europoje yra pripažįstamos, nors jų apsaugos lygis valstybėse skiriasi.

#### Neturtinė teisė

Jos apima teisę į:

- tai, kad būtų nurodytas kūrėjas,
- tai, kad kūrinys būtų skelbiamas anonimiškai arba pasivadinus pseudonimu,
- tai, kad dėl kūrinio integralumo kūrinys nebūtų keičiamas, iškraipomas arba sudarkomas,
- galimybę nuspręsti, ar ir kada atskleisti kūrinių. Kadangi paprastai laikoma, kad autoriui viešai paskelbus savo kūrinių jis visuomenei atskleidžia savo asmenybės aspektus, bendrai sutinkama, kad neturtinės teisės galioja neribotą laiką.

## Kaip kūriniai taikoma autorių teisių apsauga?

Autorių teisių apsauga galioja be registracijos. Apsauga pradama taikyti tada, kai kūrinys sukuriamas. Keliose valstybėse yra savanoriškos registracijos galimybė. Registracija gali būti naudinga įrodymų teikimo tikslais, nes gali padėti įrodyti, kad tam tikrą dieną kūrinys jau buvo sukurtas.

Autorių teisių apsaugos laikotarpis yra labai ilgas. ES apsauga taikoma visą autoriaus gyvenimą ir dar 70 metų po jo mirties.

Autorių teisės yra teritorinės. Kitaip sakant, apsauga teikiama konkrečiose valstybėse. Tačiau tarptautinėmis priemonėmis, pavyzdžiui, tarptautinėmis konvencijomis, kuriose išdėstytos valstybėms visame pasaulyje galiojančios taisyklės, nustatyti tam tikri būtiniausi autorių teisių apsaugos standartai.

## Kokios yra kūrėjo teisių išimtys?

Kūriniai be autoriaus arba teisių subjekto sutikimo gali būti naudojami šiais tikslais (tačiau yra ir kitų išimčių):

kūrinio atgaminimo asmeniniam naudojimui,

trumpų kūrinio citatų naudojimo kritikos arba recenzijos tikslais,

ištraukų naudojimo siekiant pailustruoti mokymo arba mokslinių tyrimų tikslais.

Dažnai užduodamus klausimus (DUK), kuriais vartotojams pranešama apie tai, kas teisėta ir kas neteisėta internete naudojant autorių teisėmis ir gretutinėmis teisėmis apsaugotą turinį, galima rasti spustelėjus nuorodą [EUIPO DUK autorių teisių klausimais](#).



## Prekių ženklai

### Kas yra prekių ženklas?

Prekių ženklas yra skiriamąjį požymį turintis žymuo, juo žymimos konkrečios bendrovės gaminamos prekės ir teikiamos paslaugos, ir dėl jo jas galima atskirti nuo kitų bendrovių gaminamų prekių arba teikiamų paslaugų. Tai gali būti žodis, atvaizdas, simbolis arba forma, vaizdinis elementas, šūkis, spalva ar net garsas.



Pats prekių ženklas nėra saugomas. Jis yra saugomas tik konkrečių produktų ir (arba) paslaugų atžvilgiu. Taigi, „Nike“, kaip pavadinimas, nėra saugomas. Tačiau, kai pavadinimu „Nike“ žymima sportinė avalynė, jis yra saugomas. Teoriškai tai reiškia, kad kas nors kitas pavadinimą „Nike“ galėtų naudoti kitiems, su avalyne nesusijusiems, produktams, pvz., vaisiams ir daržovėms, parduoti. Tačiau plačiai žinomiems prekių ženkams (pvz., „Nike“) gali būti taikoma didesnė apsauga, ir tai reiškia, kad pavadinimo Nike neleidžiama naudoti kitoms prekėms ir paslaugoms, nei avalynė.

Prekių ženklas yra IN teisė, kuria įmonėms suteikiama galimybė:

- susieti jų produktus bei paslaugas ir klientus;
- formuoti kliento lojalumą ir didinti prekių ženklo atpažįstamumą;
- atskirti jų produktus ir paslaugas nuo konkuruojančių bendrovių produktų ir paslaugų.

Prekių ženklai:

- įmonėms konkuruojant yra esminis sėkmės elementas;
- rodo bendrovės investicijas į įvaizdį ir prekių ženklą;
- yra daugumos bendrovių labiausiai vertinama IN teisė;
- dažnai yra vertingiausias bendrovės turtas.

Geras prekių ženklas neturėtų turėti ryšio su produktais ir paslaugomis, kuriems arba kurioms jis taikomas. Negali būti saugomas ženklas „Sportiniai batai“, naudojamas sportiniams batams, nes tada niekas kitas negalėtų frazės „sportiniai batai“ vartoti savo sportiniams batams parduoti. Tačiau ženklas „Nike“, kita vertus, neturi tiesioginio, akivaizdaus ryšio su prekėmis, kurioms jis taikomas, ir bet kas gali pardavinėti sportinius batus bet kuriais kitais pavadinimais. Prekių ženklai nedaro poveikio įmonių kūrybiškumui arba inovacijoms. Tai skiriamąjį požymį turintys žymenys, kurių apsauga gali būti taikoma neribotai, jeigu tik jie atitinka šiuos reikalavimus. Jie turi:

**būti aiškūs, tikslūs, lengvai pasiekiami ir objektyvūs,**

**turėti skiriamąjį požymį,**

**neklaidinti visuomenės,**

**būti prieinami,**

**aprepti produktų ir (arba) paslaugų sąrašą.**

## Kaip saugomas prekių ženklas?

Kad būtų saugomi, prekių ženklai turi būti įregistruoti. Atsižvelgiant į tai, kur pareiškėjai nori prekiauti, jie gali teikti paraiškas:

- įvairių valstybių nacionalinėms IN tarnyboms;
- dėl Europos Sąjungos prekių ženklo – [Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybai](#) (EUIPO);
- per [Pasaulinę intelektinės nuosavybės organizaciją](#) (WIPO), jeigu norima apsaugos keliose valstybėse pagal vieną paraišką – vėliau ta paraiška išsiunčiama kiekvienai pasirinktai valstybei ir tvarkoma joje.

Prekių ženklo registracija suteikiama apsauga, galiojanti kelerius metus, paprastai dešimt, nuo pateikimo dienos. Registracija bet kiek kartų gali būti atnaujinta dar dešimties metų laikotarpiui.

### Kokie yra prekių ženklų pranašumai?

#### Ekonominė vertė

Tai viena populiariausių ir vertingiausių bendrovės turto rūšių. Jų ekonominė vertė ir svarba įmonėms gali būti didžiulė.

#### Registracijos procedūra

Registracijos procesas paprastai būna sklandus ir spartus. Prekių ženklą galima įregistruoti per kelias savaites.

#### Apsauga

Jais užtikrinama labai plati teisinė apsauga. Savininkas turi teisę neleisti trečiosioms šalims prekių ženklo naudoti prekyboje. Tai pasakytina ne tik apie bet kuriuos tapačius tapačių prekių ir paslaugų žymenis, bet ir apie bet kuriuos panašius panašių prekių ir paslaugų žymenis, jeigu tik esama galimybės, kad visuomenė bus suklaidinta.

### Kokie yra prekių ženklų trūkumai?

#### Išlaidos

Prekių ženklo savininkas turi mokėti už prekių ženklų registraciją ir jos atnaujinimą (bet daug mažiau nei už patentus).

#### Prievolė naudoti

Prievolė prekių ženklą naudoti produktams ir paslaugoms, kuriems jis įregistruotas, – prekių ženklo nenaudojant tam tikrą laikotarpį (paprastai 5 metus), jis gali būti anuliuotas.

#### Bendrinis pavadinimo vartojimas

Prekių ženklų savininkai turi įsitikinti, kad jų įregistruotas žymuo netapo bendrinio pavadinimu, t. y. pavadinimu, kuriuo paprastai apibūdinami tam tikri produktai arba paslaugos.



## Dizainai

### Kas yra dizainas?

Dizainas yra IN teisė, taikoma produkto išvaizdai. Jo teisinėje apibrėžtyje nurodoma, kad tai išorinė arba matoma viso produkto arba jo dalių išvaizda, kurią nulemia jo savybės. Tos savybės gali būti linijos, spalvos, formos, tekstūros, kontūrai, medžiagos arba ornamentika. Ši labai plati apibrėžtis aprėpia beveik bet kurį kūrinį, turintį matomų aspektų.

Kaip dizainas gali būti saugoma:

- bet kuris pramoniniu būdu arba rankomis pagamintas daiktas arba produktas,
- pakuotė,
- grafiniai simboliai,
- sudėtingam gaminiui sukonstruoti skirtos surenkamosios dalys,
- piešiniai ir meno kūriniai.

Produktas nebūtinai turi būti gaminamas pramoniniu mastu arba turėti meninę vertę, kad būtų laikomas dizainu.

Dizaino sėkmė ir svarba priklauso nuo jo patrauklumo produkto naudotojams. Naudotojus dažnai traukia labai kūrybiškai sukurti dizainai. Naujos formos arba spalvos gali labai paskatinti įprastų produktų pardavimą, todėl produkto dizainas gali tapti pagrindiniu bendrovės pastangų, kad produktai taptų patrauklesni naudotojams, elementu. Taigi, pramoniniai dizainai gali turėti didelę komercinę vertę, o gamintojas, sukūręs naują savo produkto išvaizdą, gali įgyti lemiamą pranašumą rinkoje.

Kad produkto išvaizda atitiktų dizaino apsaugos taikymo Europoje reikalavimus, ji turi atitikti du reikalavimus:

**Naujumas.** Dizainas laikomas nauju, jeigu joks tapatus dizainas nebuvo pateiktas visuomenei iki paraiškos pateikimo dienos.

**Individualios savybės.** Dizaino bendras įspūdis informuotam naudotojui turi skirtis nuo bet kurio kito anksčiau atskleisto dizaino daromo įspūdzio. Informuotas naudotojas yra tarpinis veikėjas, kuris nėra nei dizaineris, nei techninis ekspertas.

Dizaino apsauga netaikoma šiems produktams:

- kompiuterių programoms,
- tam, kas prieštarauja viešajai tvarkai arba visuotinai pripažintiems moralės principams, pavyzdžiui, nepadoriems, rasistiniams arba amoraliems vaizdams arba žinutėms,
- tam, kame yra saugomų oficialių simbolių arba emblemų, pavyzdžiui, nacionalinė vėliava,
- nematomoms sudėtingų produktų sudedamosioms dalims,
- produkto išvaizdos savybėms, kurias nulemia tik techninė funkcija.

## Kaip saugomas dizainas?

Kad dizainas būtų saugomas, ji turi būti įregistruotas. Dizainas gali būti įregistruotas:

- įvairių valstybių nacionalinėse IN tarnybose;
- Europos Sąjungos lygmeniu kaip Bendrijos dizainas, savaime taikomas visose ES valstybėse narėse, atlikus vieną registraciją [Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnyboje](#) (EUIPO);
- teikiant tarptautinę paraišką, tvarkomą [Pasaulinės intelektinės nuosavybės organizacijos](#) (WIPO).

Registracija trunka neilgai, Bendrijos dizainą galima įregistruoti per kelias dienas. Dizaino apsauga galioja ribotą laikotarpį. Europos Sąjungoje pradinis apsaugos galiojimo laikotarpis yra penkeri metai nuo paraiškos pateikimo dienos. Apsaugos galiojimas gali būti dar kelis kartus pratęstas, kaskart penkerių metų laikotarpiui, bet ne ilgesniam kaip 25 metų laikotarpiui.

### Kokie yra registruotų dizainų pranašumai?

#### Oficiali nuosavybės teisė

Dizaino egzistavimui ir nuosavybės teisei į jį įrodyti.

#### Išimtinumas

Apsauga, atsirandanti dėl įregistruotų teisių, dizaino savininkui suteikiama išimtinė teisė dizainą naudoti.

#### Apsauga

Registruoto dizaino savininkas trečiosioms šalims gali neleisti saugomo dizaino naudoti įvairiomis formomis, ir tai, be kita ko, yra gaminio, kuriame tas dizainas pritaikytas, gaminimas, siūlymas, pateikimas į rinką, importavimas, eksportavimas ar naudojimas arba tokio gaminio kaupimas šioms tikslams.

## Neregistruotieji dizainai

Europoje dizainas gali būti saugomas savaime, neįregistravus jo visoje Europos Sąjungoje. Tačiau tokia apsauga yra ribota ir galioja tik trejus metus nuo dienos, kurią dizainas Europos Sąjungoje pirmą kartą pateiktas viešai. Apsauga taikoma tik identiškoms dizaino kopijoms. Ši apsaugos sistema plačiai naudojama mados sektoriuje.



## Geografinės nuorodos

### Kas yra geografinė nuoroda?

Geografinė nuoroda (GN) yra žymuo, kuriuo žymimi konkrečios geografinės kilmės produktai arba produktai, kurių savybės ir (arba) reputacija siejamos su ta kilme. GN paprastai naudojamos žemės ūkio produktams, maisto produktams, vynui ir spiritiniams gėrimams, rankomis pagamintiems daiktams ir pramonės produktams, ir jomis nurodomi vietovių pavadinimai. Tačiau saugomi gali būti ir ne geografiniai pavadinimai, jeigu jie susiję su konkrečia vieta. Pavyzdžiui, fetos sūris pavadintas ne pagal vietą, bet pagal italų k. žodį „fetta“, reiškiantį riekę; graikų k. šis žodis padėtas vartoti 17 a. Tačiau keli veiksniai, kaip antai faktas, kad 85 proc. fetos sūrio (vertinant pagal kiekį vienam gyventojui ir pagal metinį kiekį) ES suvartojama Graikijoje, arba tai, kad feta paprastai parduodama ją ženklinant etiketėmis, kuriose nurodomos Graikijos kultūros tradicijos ir civilizacija, lemia, kad ES vartotojai fetą suvokia kaip graikišką produktą.

### Kad GN atliktų savo funkciją:

- ja turi būti nurodoma, kad produkto kilmės vieta yra konkreti vieta (pvz., „Chianti“, kalbant apie vyną, kurio kilmės vieta – Italijos Kjančio regionas, arba „Roquefort“ sūris, kurio kilmės vieta – Prancūzijos Rokforo prie Sulzono regionas);
- produkto savybės, charakteristikos arba reputacija turėtų būti nulemtos kilmės vietos (pvz., „Chianti“ vyno savybes nulemia to konkretaus Italijos regiono dirvožemyje auginamos vynuogės, o „Roquefort“ sūrio charakteristikas nulemia pienas, gaunamas iš vietinių veislių avių, šeriamų pagal tradicijas, ir olų, kuriose sūris brandinamas, savybių).

### Europos Sąjungos taikoma GN apsauga

Saugoma kilmės vietos nuoroda (SKVN) žymimi produktai, gaminami, perdirbami ir ruošiami konkrečioje geografinėje teritorijoje, naudojantis pripažinta vietos gamintojų praktine patirtimi ir naudojant to regiono sudedamąsias dalis.

Visi SKVN pažymėti maisto gamybos etapai turi būti tame regione. Keletas SKVN pavyzdžių: „Bordeaux“ (Prancūzija, vynas), „Cava“ (Ispanija, vynas), „Manouri“ (Graikija, sūris).



Saugoma geografinė nuoroda (SGN) žymimi produktai, kurių savybės arba reputacija yra siejamos su vieta arba regionu, kur jie gaminami, apdirbami arba ruošiami, nors naudojamos sudedamosios dalys nebūtinai yra iš tos geografinės teritorijos. SGN ženklui pažymėtiems produktams būdingos konkrečios savybės arba reputacija, pagal kurias jie susiejami su konkrečia vieta, ir bent vienas gamybos etapas turi būti toje teritorijoje, bet žaliavos, naudojamos gamybai, gali būti iš kito regiono. Keletas SGN pavyzdžių: „České pivo“ (Čekija, alus), „Lammefjordskartofler“ (Danija, daržovės) arba „Primorska“ (Slovėnija, vynas).

Daugiau informacijos apie geografines nuorodas galima rasti adresu <https://www.tmdn.org/giview/>.

Europinės kokybės GN produktų ir gardžių receptų galima rasti [GN receptų svetainėje](#).

## Komercinės paslaptys

### Kas yra komercinė paslaptis?

Sąvoka „komercinė paslaptis“ gali skambėti senamadiškai. Amžiuje, kai beveik viską akimirksniu galima rasti internete, atrodo, kad labai mažai kas gali būti nežinoma arba nepažinu. Tačiau komercinės paslaptys tebėra – ir turbūt visada bus – svarbios, nes įmonėms teikia konkurencinį pranašumą. Kartu su prekių ženklais komercinės paslaptys yra pagrindinis daugelio pagal franšizės sutartį veikiančių tinklų – greitojo maisto restoranų, kirpyklų, drabužių parduotuvių ir pan. – elementas.

Komercinės paslaptys (kartais jos vadinamos praktine patirtimi) – tai konfidenciali verslo informacija, teikiama įmonei konkurencinį pranašumą. Komercinė paslaptis yra informacija, nežinoma niekam kitam, išskyrus bendroves, kurioms priklauso produktai, ir jų darbuotojus.

Komercinės paslaptys apima gamybos ir (arba) pramonės paslaptis, taip pat verslo paslaptis. Be kita ko, tai pardavimo metodai, platinimo metodai, vartotojų profiliai, reklaminė strategija, tiekėjų ir klientų sąrašai, kainoraščiai ir, žinoma, gamybos procesai.

Tai gali būti ir teigiama informacija (geroji praktika), ir neigiama informacija (klaidos, kurių reikia išvengti).

### Kokie yra komercinės paslapties kriterijai?

Komercinė paslaptis gali būti laikoma komercine paslaptimi, tik jeigu ta paslaptis yra išsaugoma. Komercinės paslapties informacija turi:

turėti verslo, komercinę arba ekonominę vertę,

būti nežinoma,

nebūti lengvai randama.

Be to, turi būti matoma, kad dedamos pagrįstos pastangos paslaptį išsaugoti.

**TOP SECRET**

### Ar komercinė paslaptis yra intelektinės nuosavybės teisė?

Atsakymas – ne. Komercinės paslaptys pačios savaime nėra intelektinės nuosavybės teisė. Komercinės paslapties turėtojas neturi išimtinės teisės į savo kūrinį. Jis negali neleisti konkurentams sužinoti paslapties arba rasti tokius pat sprendimus.

Komercinės paslaptys gali būti nepriklausomos arba jomis gali būti papildomi patentai. Komercinės paslaptys labai dažnos kūrybiniame procese, kurio rezultatas – inovacijos. Kol pateikiama išradimo apsaugos paraiška, išradėjas turi pasirūpinti, kad būtų išlaikytas išradimo konfidencialumas, nes turi būti įvykdytas naujumo reikalavimas.

Franšizės susitarimuose franšizės davėjas franšizės gavėjui perduoda reikiamą techninę patirtį, ir ji nuolat tobulinama siekiant išlaikyti pagal franšizės sutartį veikiančio tinklo konkurencinį pranašumą.

Komercinėms paslaptims teisinė apsauga taikoma tik tais atvejais, kai kas nors konfidencialią informaciją gauna neteisėtais būdais (pvz., šnipinėjimas, vagystė, kyšis).

## Patentai

### Kas yra patentas?

Patentu novatoriams suteikiama išradimo apsauga. Išradimas yra konkrečios technologinės problemos sprendimas; tai gali būti produktas arba procesas, dėl kurio palengvėja arba pagerėja gyvenimas. Kai naujas sprendimas yra sėkmingas, jis tampa galinga priemone novatoriaus rankose ir rinkoje bendrovei teikia svarbų konkurencinį pranašumą.

Todėl labai tikėtina, kad konkurentai norės gaminti panašius arba tapačius produktus. Siekiant apsaugoti novatorių ir skatinti toliau kurti, patentu novatoriui teikiama galimybė neleisti kitiems perdaryti, naudoti, parduoti arba importuoti produkto, kuriuo kopijuojamas jo išradimas.

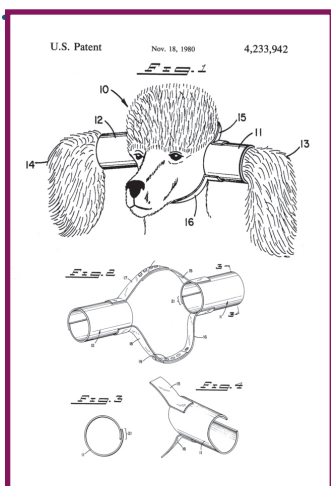
Patentu draudžiama taikyti konkrečią technologiją arba patobulinius, dėl to patento galiojimo laikotarpis yra ribotas. Ilgiausias Europos patento apsaugos laikotarpis yra 20 metų nuo jo paraiškos pateikimo dienos.

Išradimai gali būti nuo paprastų, pvz., žaislo, iki sudėtingų, pvz., branduolinio ginklo. Jungtinių Valstijų Aukščiausiasis Teismas kažkada nusprendė, kad patentuotinas objektas gali būti „bet kas po saule, kas yra pagaminta žmogaus“. Europoje išradimas, kad būtų patentuotinas, turi atitikti tris reikalavimus:

**Naujumas.** Visuomenė anksčiau niekada ir niekur jokia forma apie jį nežinojo.

**Išradimo lygis.** Išradimas turi būti vienu lygiu pirmiau to, kas jau žinoma. Jis negali būti tiesiog „tęstinumas“ arba „variantas“ to, kas jau yra.

**Pritaikomas pramonėje.** Jį galima gaminti arba naudoti pramoniniu mastu.



Pavyzdžiui,

šio išradimo rezultatas – įrenginys gyvūnų, visų pirma ilgaplaukių šunų, ausims apsaugoti nuo išsipurvinimo jiems ėdant.

Įrenginys turi po detalę, paprastai vamzdelio formos, abiem gyvūno ausims sulaikyti ir apsaugoti, taip pat detalę, dėl kurios vamzdelio formos detalės gali būti uždėtos ir prilaikyti gyvūno ausis, kad šios nesiektų snukio ir maisto, kol gyvūnas ėda.

### Kaip registruojamas patentas?

Įmonė arba novatorius paraišką dėl patento gali pateikti:

- kad patentas galiootų konkrečioje valstybėje – nacionaliniame patentų biure,
- kad patentas galiootų vienoje arba keliose Europos valstybėse – [Europos patentų tarnyboje](#) (EPT),
- kad patentas galiootų visame pasaulyje – [Pasaulinėje intelektinės nuosavybės organizacijoje](#) (WIPO).

## Kokie yra patentų trūkumai?

### Trukmė

Paraiškų nagrinėjimas gali trukti ne vienus metus.

### Paskelbimas

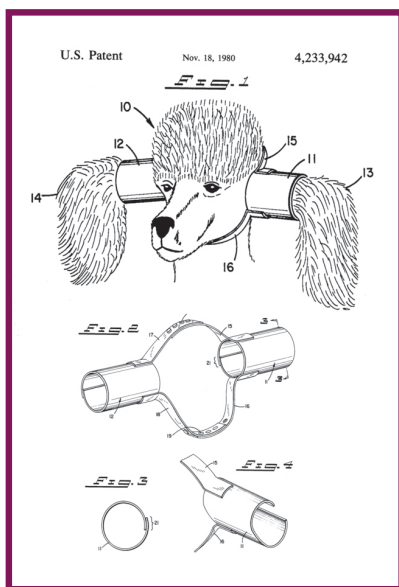
Vykstant paraiškos nagrinėjimo procesui turi būti skelbiamos techninės detalės (išradimo paslaptis).

### Išlaidos

Patentas turi būti kasmet atnaujinamas. Turint omenyje tai, kad išradimai dažnai būna saugomi keliais patentais, išlaidos gali sparčiai išaugti.

Patento gavimas negarantuoja verslo sėkmės. Novatorius turi įsitikinti, kad patento nauda nusvers laiką, pastangas ir pinigus, kurių reikia patentui gauti. Registruodamos patentą bendrovės savo išradimą turi išsamiai aprašyti ir atskleisti jo paslaptį. Patentu nesaugomi patys produktai, juo saugomi įvairūs inovacijos lygiai, vadinami išradimo apibrėžtimi. Tinkamų išradimų apibrėžčių parengimas pats savaime yra tam tikras menas, ir tai turi daryti patentų patikėtiniai.

### Išradimo apibrėžtis:



Įrenginys gyvūnų ausims apsaugoti, susidedantis iš:

- poros paprastai vamzdelio formos apsauginių detalių – kiekvieną jų sudaro savaime įžambios medžiagos lakštas, turintis tendenciją laisvame būvyje susisukti į minėtą vamzdelį;
- kiekviena iš tų apsauginių detalių išilgai atsiveria, kad būtų lengva į jas įkišti po vieną gyvūno ausį;
- uždėjimas reiškia, kad vienas vienos apsauginės detalės galas, išlaikant reikiamą atstumą, lanksčiai sujungiamas su vienu kitos apsauginės detalės galu, kad tas įrenginys ant gyvūno galvos laikytųsi taip, kad išilginė kiekvienos apsaugos detalės ašis ir to gyvūno kiekvienos ausies dalis būtų horizontalioje padėtyje, apytikriai statmenai gyvūno galvai, o to gyvūno ausų galai būtų atskirti didesniu nei gyvūno galvos plotis atstumu.

Daug stambių bendrovių naudoja kitas IN teises apsaugoti produktams, kurie galėjo būtų įregistruoti kaip patentai, ir neatskleidžia savo paslaptį. Pavyzdžiui, „Coca Cola“ niekada nepatentavo savo produktų receptų ir teikė pirmumą paslapties saugojimui. Šis strateginis pasirinkimas padėjo bendrovei pasiekti, kad „Coca Cola“ išliktų garsi, tačiau kartu nerizikavo atskleisti jos recepto.

Šiuo atveju sprendimas registruoti patentą taip pat priklauso nuo patento paslapties ir techninių aspektų. Jeigu išradimą, pavyzdžiui, variklį, apgražos inžinerijos būdu – išardant – galima lengvai išsi-aiškinti, paslapties apsauga nesuveiks. Kalbant apie „Coca Cola“, tai pasiteisino, nes apgražos inžinerija buvo per sudėtinga.

## Viktorina IN klausimais

### 1 Intelektinė nuosavybė ...

- A. egzistuoja seniai
- B. apima daug teisių
- C. apsaugo kūrinius
- D. visi pirmiau išvardyti variantai

### 2 Intelektinė nuosavybė gali ...

- A. apsaugoti išradimus
- B. apsaugoti rašytinius kūrinius ir prezentacijas
- C. padidinti verslo vertę
- D. visi pirmiau išvardyti variantai

### 3 Kad būtų galima gauti patentą, išradimas turi ...

- A. būti naujas
- B. vienu lygiu lenkti tai, kas jau yra
- C. būti pritaikomas pramonėje
- D. visi pirmiau išvardyti reikalavimai

### 4 Prekių ženklas ...

- A. apsaugo išradimą
- B. apsaugo konfidencialią informaciją
- C. padeda atskirti produktus ir paslaugas
- D. apsaugo produktų išvaizdą

### 5 Dizainas ...

- A. yra išorinė viso produkto arba jo dalies išvaizda
- B. neturi būti įregistruotas, kad būtų visiškai apsaugotas
- C. turi turėti meninę vertę
- D. paprastai neturi didelės komercinės vertės

### 6 Autorių teisės įsigalioja ...

- A. kai kūrinys paskelbiamas arba parodomas
- B. savaime tada, kai kūrinys sukuriamas
- C. kai kūrinys įregistruojamas
- D. kai kūrinys yra vertingas

### 7 Kam taikoma autorių teisių apsauga?

- A. kompiuterių programoms ir duomenų bazėms
- B. nuotraukoms ir vaizdo įrašams
- C. muzikos partitūrai ir dainos žodžiams
- D. visi pirmiau išvardyti variantai

### 8 Jeigu mokinys turi puikią novatorišką idėją, jis turėtų ...

- A. būti atsargus pasakodamas apie ją kitiems
- B. pasitarti, kaip ją apsaugoti
- C. paskelbti ją socialiniuose tinkluose, kad ji taptų plačiai žinoma
- D. teisingi atsakymai yra A ir B

### 9 Vidutinis išmanusis telefonas turi ... patentų.

- A. 250
- B. 2 500
- C. 25 000
- D. 250 000

### 10 Automobilį apsaugo ...

- A. patentai
- B. prekių ženklas ir registruotas dizainas
- C. autorių teisės
- D. visi pirmiau išvardyti variantai

Atsakymai: 1D 2D 3D 4C 5A 6B 7D 8D 9D 10D