

Sadarbības piedāvājuma izstrāde un starpnozaru sadarbības aspekti uzņēmumos, pašvaldībās un zinātniski pētnieciskās iestādēs

Pasniedzēja: Lolita Ozoliņa

1. modulis

Dobeles Pieaugušo izglītības un uzņēmējdarbības atbalsta centrs

Projekts «Nodarbinātība un uzņēmējdarbība bez robežām» / BEE, Nr.LLI-138 /



Šodien apgūsim

- Inovācija un uzņēmējdarbība
- No idejas līdz tirgum – produkta jaunrades process
- Sadarbība ar pētniecības iestādēm
- Preču zīmes, patenti un dizainparaugs
- Uzņēmējdarbības stratēģiskie uzstādījumi

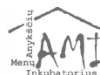
21. gadsimts – jaunrades triumfa laiks

- Atbalsts ilgtspējīgas attīstībai;
- Radošumam un inovācijai ir izšķirīga nozīme problēmu risināšanā un konkurences apstākļos;
- Finansiālo pārmaiņu izraisītā ekonomikas krīze, kā arī vides problēmas liek mainīt domāšanu un būt radošiem ar ekonomikas un cilvēku attīstību saistītajos jautājumos;
- Turklāt globalizācijas ietekmē Eiropa pašlaik atrodas konkurences attiecībās ar jaunajām ekonomikām Brazīlijā, Ķīnā, Indijā un Krievijā.

Amatniecība – radošās industrijas sastāvdaļa

- Nozīmīgs ieguldījums plašākai ekonomikai, kas saistās ar tūrismu, pārtiku, dizainu un bagātina mūsu kultūras pieredzi;
- Amatniecību izprot, ka «zināšanu, prasmju un spēju atsevišķu kopu, kas centrējas ap materiālās un digitālās pasaules savienojuma atspoguļošanas procesu». To vērtība: amatniecības un rādītāju saimnieciskais un sociālais ieguldījums.

*Amatniecības Padome Apvienota Karaliste, 2010. gads





«Ja zinātne ir process, kurā nauda tiek pārvērsta zināšanās, tad inovācija ir process, kurā zināšanas tiek pārvērstas naudā»

2017 EUROPEAN INNOVATION SCOREBOARD

EU MEMBER STATES' INNOVATION PERFORMANCE

- Innovation Leaders
- Strong Innovators
- Moderate Innovators
- Modest Innovators

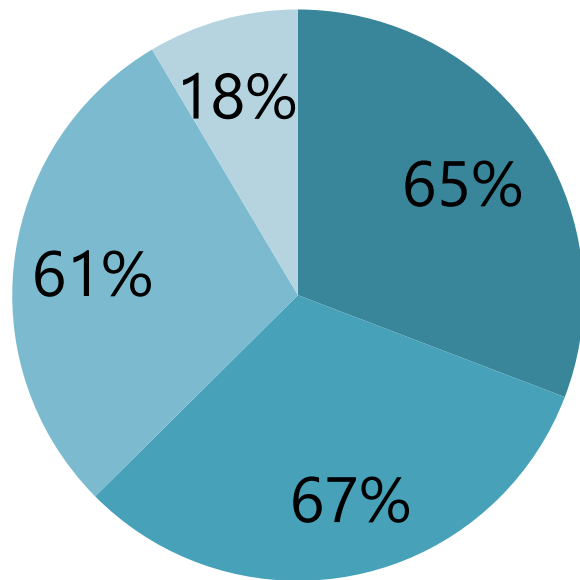


Latvijas un Lietuvas sniegums uzņēmējdarbības vides sakārtošanā, izglītības sistēmas uzlabošanā un radošo produktu un pakalpojumu eksportā 127 apsekoto valstu vidū novērtēts:

- Latvija – 33. vietā
- Lietuva – 40. vietā

*19.07.2017 [Globālajā Inovācijas indeksā](#) (*Global Innovation Index 2017: Innovation Feeding the World*)

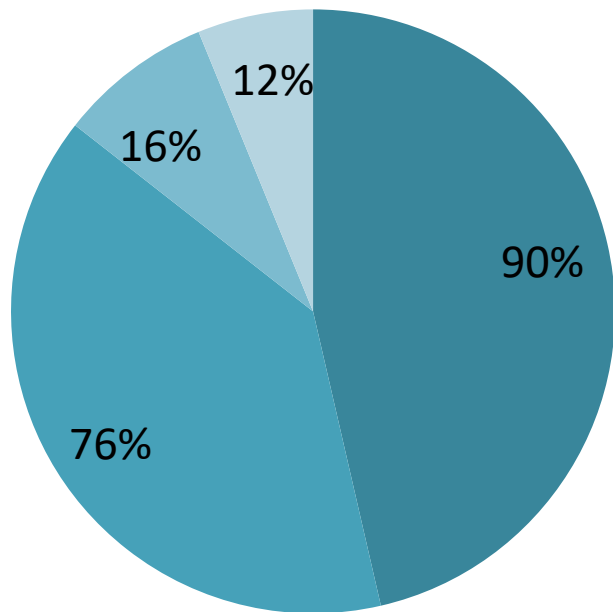
Inovāciju sekmēšanas atbildība



- Nozaru ministrijas
- Latvijas investīciju un attīstības aģentūra
- Uzņēmēji un organizācijas
- Pašvaldības

*2011.gada pavasarī Valsts reģionālās attīstības aģentūra īstenoja pētījumu par inovāciju Latvijas pašvaldībās

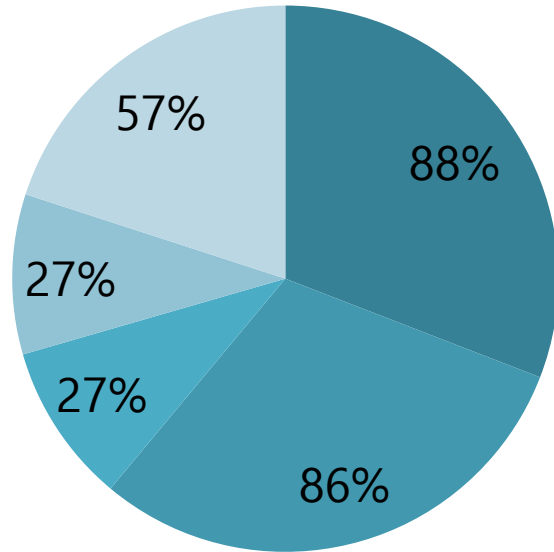
Galvenie priekšnosacījumi jaunu tehnoloģiju ieviešanai uzņēmumos



- Pieejamie finanšu resursi
- Profesionāli cilvēkresursi
- Atbalstoša teritorijas attīstība
- Politiskais atbalsts

*2011.gada pavasarī Valsts reģionālās attīstības aģentūra īstenoja pētījumu par inovāciju Latvijas pašvaldībās

Galvenie traucējošie faktori inovatīvas darbības attīstībai

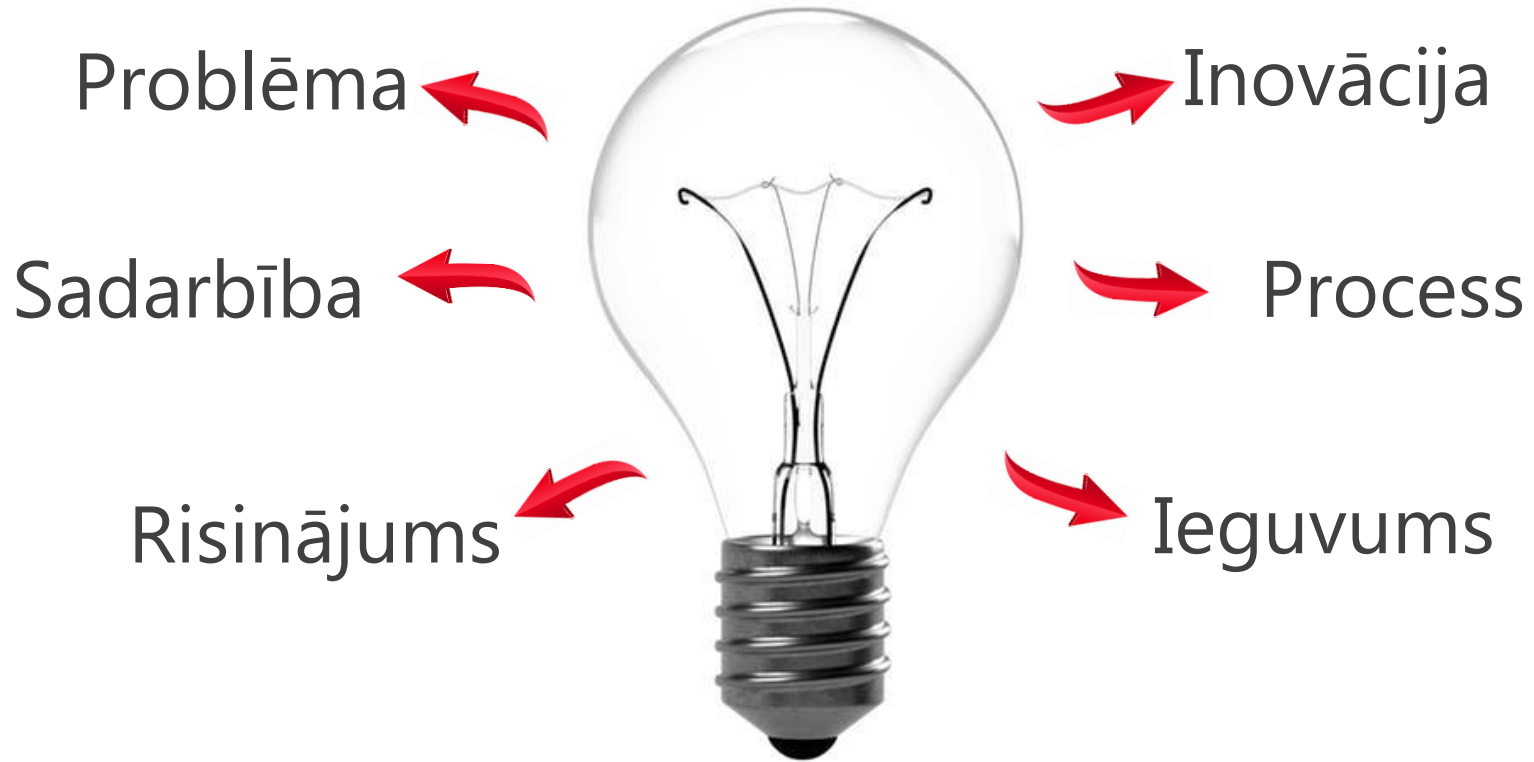


- Finanšu resursu trūkums
- Nepieciešamās kvalifikācijas cilvēkresursu trūkums
- Informācijas trūkums par inovatīvās darbības iespējām
- Nepietiekošs produktu un pakalpojumu realizācijas tirgus
- Neatbilstoša tehniskā infrastruktūra

*2011.gada pavasarī Valsts reģionālās attīstības aģentūra īstenoja pētījumu par inovāciju Latvijas pašvaldībās

Kas traucē amatnieku vēlmi pēc inovācijas?

1. Informācijas trūkums par tirgiem, tehnoloģijām un izglītības iespējām;
2. Pieejamo tehnoloģiju pratības trūkums;
3. Izpratnes trūkums par dizaina meistarību;
4. Cenu veidošanās un finansēšanas stratēģijas ilgtermiņa neesamība.



Inovācijas definīcija

Inovācija - **process**, kurā jaunas zinātniskās, tehniskās, sociālās, kultūras vai citas jomas idejas, izstrādnes un tehnoloģijas tiek īstenotas tirgū pieprasītā un konkurētspējīgā produktā vai pakalpojumā.

Inovācija ir process!

Jēdziens asociējas ar zinātniskajām laboratorijām, pētniecību, nākotnes tehnoloģiju attīstību. Taču inovācija tiek radīta un ieviesta arī ikdienišķākā vidē – mums līdzās darbojošos privātuzņēmumos, valsts un pašvaldību iestādēs, nevalstiskajās organizācijās.

Tas notiek:

- pilnveidojot vai pārveidojot zināmos produktus un pakalpojumus, tādā veidā piešķirot tiem jaunu vērtību,
- radot jaunus produktus no tradicionālām, zināmām, pieejamām precēm,
- mainot vai pilnveidojot produktu ražošanas un pakalpojumu sniegšanas procesus.

Inovācijas daudzveidīgās izpausmes!

- Inovācija kā galvenais ekonomikas virzītājspēks
- Jaunu produktu un tehnoloģiju attīstība
- Zināmu produktu vai tehnoloģiju pielietošana jaunā nozīmē, tirgū, vidē
- Zināmu produktu, metožu vai tehnoloģiju jauna kombinācija
- Ražošana no jaunām izejvielām
- Produkta dizaina izstrāde
- Izgudrojuma komercializācija
- Metode, paņēmiens, stratēģija, lai iegūtu labāku rezultātu



«Inovatīva uzņēmējdarbība ir business, kurā inovācijas prasmes un zināšanas nepieciešamas, lai gūtu komerciālas priekšrocības»

Inovatīva uzņēmuma komponenti – 1

- **Kopīga vīzija, vadība un vērēšanās inovēt**
 - Visiem zināms un saprotamas, skaidri noformulēts mērķis
 - Stratēģiskais plāns
 - Augstākās vadības iesaistīšanās
- **Atbilstoša struktūra**
 - Organizācijas uzbūve, kas veicina radošumu, mācīšanos un sadarbību
- **Indivīdi, kas veicina inovāciju**
 - deju ģeneratori, attīstītāji, visi darbinieki, kas veicina inovāciju

*Managing Innovation, 2nd Edition, Joe Tidd, John Bessant, Keith Pavitt, John Wiley & Sons Ltd, 2001, p.314-315

Inovatīva uzņēmuma komponenti –

2

- **Efektīgs darbs komandā**
 - Komandas konkrētu problēmu risināšanai
 - Vajadzīgas investīcijas komandu atlasē un veidošanā
- **Individuālas attīstības turpinājums**
 - Ilglaicīgs ieguldījums izglītībā un apmācībā, lai nodrošinātu augstu kompetenci un prasmī efektīgi mācīties
- **Plaša komunikācija**
 - Iekšēji - pašā organizācijā – trīsdimensionāli: uz augšu, uz leju un paralēli
 - Ārpus organizācijas
- **Augstas līdzdalības inovācija**
 - Visu darbinieku iesaistīšanās nepārtrauktos uzlabojumos

*Managing Innovation, 2nd Edition, Joe Tidd, John Bessant, Keith Pavitt, John Wiley & Sons Ltd, 2001, p.314-315

Inovatīva uzņēmuma komponenti – 3

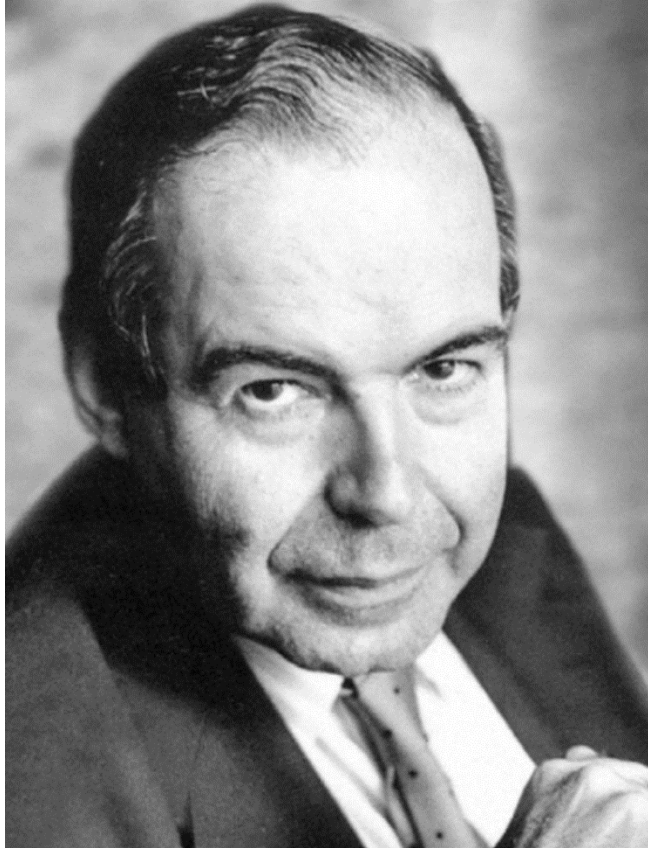
- **Ārējais fokuss - klients**
 - Iekšēja un ārēja orientācija uz klientu,
 - Augsta kvalitātes kultūra
- **Radošs klimats**
 - Pozitīva pieeja radošām idejām, motivācijas un atalgojuma sistēmas atbalsts
- **Organizācija, kas mācās**
 - Darbinieku aktīva iesaistīšanās problēmu meklēšanā un risināšanā, komunikācijā un pieredzes apmaiņā, zināšanu iegūšanā un izplatīšanā.

*Managing Innovation, 2nd Edition, Joe Tidd, John Bessant, Keith Pavitt, John Wiley & Sons Ltd, 2001, p.314-315

Nepieciešamās prasmes

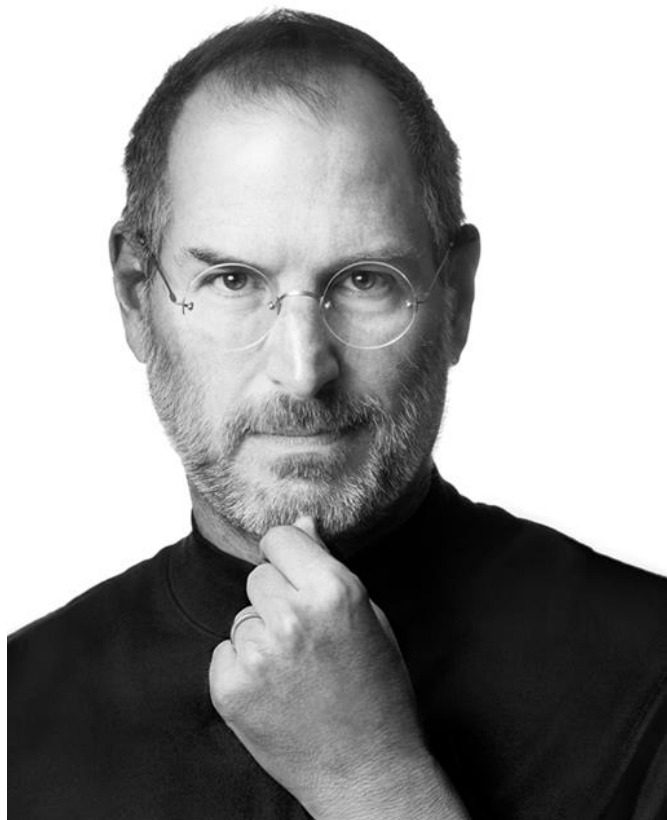
- **Pamatprasmes un „elektronikas laikmeta” prasmes:** lasīšana, rakstīšana, aritmētika; „elektronikas laikmeta” prasmes – prasmes, kas ļauj cilvēkiem piekļūt informācijai un interpretēt to uz zināšanām balstītā sabiedrībā; prasme veikli apieties ar tehnoloģijām, izmantojot elektroniskas ierīces, komunikācijas līdzekļus un tīklus.
- **Akadēmiskās prasmes:** zināšanas un prasmes noteiktā akadēmiskā jomā, iegūtas izglītībā – valodas, matemātika, fizika, jurisprudences utt.
- **Tehniskās prasmes:** specifiskas prasmes, kas vajadzīgas darbavietā; tās var ietvert arī akadēmiskās prasmes un specifiskas, noteiktos procesos un vietās vajadzīgas zināšanas un prasmes.
- **Vispārējās prasmes:** problēmu risināšana, radošā domāšana, prasme mācīties, spēja tikt galā ar sarežģītām lietām;
- **„Mīkstās prasmes”** – darbs komandā, motivācija, komunikācija, iniciatīva, spēja kontrolēt un pārvaldīt emocijas un uzvedību sadarbības laikā, starp kultūras prasmes, atvērtība inovācijai;
- **Līderības prasmes:** komandas veidošana un vadība, vadīšana un mentorings, lobēšana, sarunu vešana, koordinēšana, ētika un harizma.

**Eiropas Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācija (OECD) pētījums.*

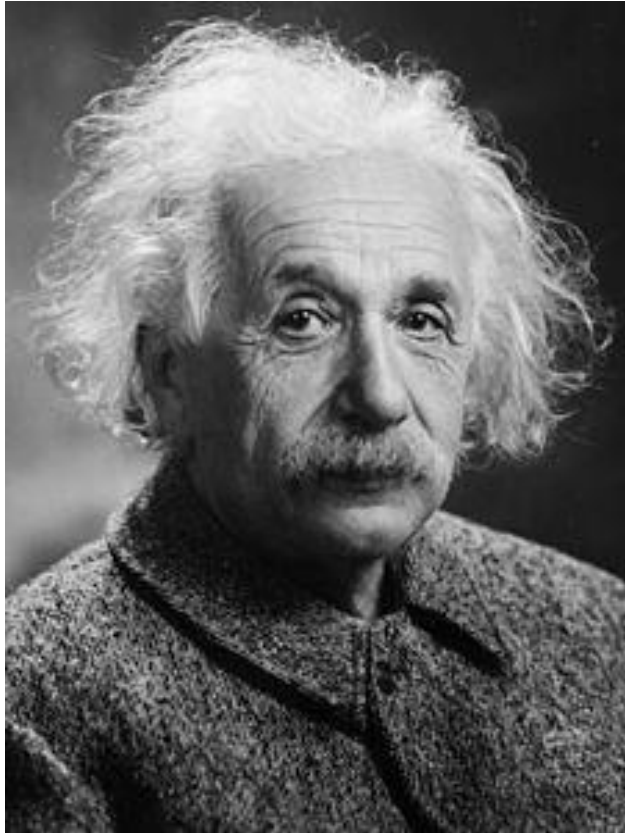


«Brīvā tirgus situācijā vienīgā atšķirības zīme būs radošums. Radošums ļauj izmantot plaša patēriņa preces, lai radītu jaunus produktus, pakalpojumus un jaunas vērtības. Radošums var arī radīt jaunus un labākus veidus, kā piedāvāt jau pierastās, tradicionālās vērtības. Radošums var arī radīt jaunas vērtības tieši – rodot arī jaunu veidu, kā nogādāt šīs vērtības patērētājam»

**Think! Before It's too Late, Edward De Bono, Vermilion, London, 2009, p.23*



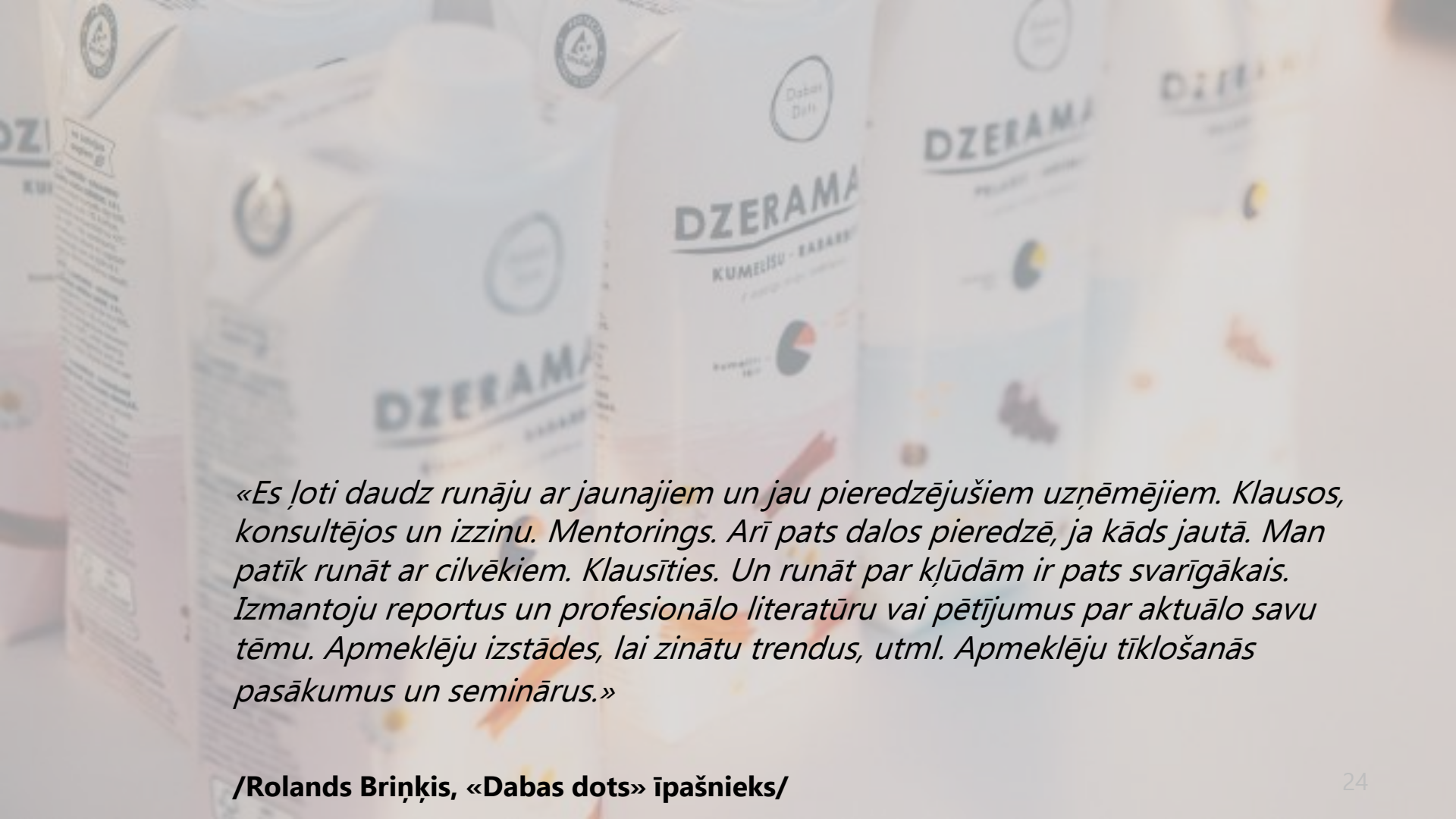
«Dažkārt, radot inovācijas, tu pieļauj kļūdas. Labākais ir tās atzīt ātri, lai ar iegūto pieredzi varētu ķerties pie citu inovāciju uzlabošanas»



«Ja tu to nevari izskaidrot
sešgadniekam, tu pats to
nesaproti!»


Jaunradītāja kompetences

- **Izzināt** – saskatīt problēmu, jautāt, apšaubīt
- **Vērot** – novērot, salīdzināt, vērtēt
- **Tīkloties** – dažādu līmeņu sadarbība
- **Eksperimentēt** – izmēģināt praksē, gūt pieredzi
- **Saistīt** – asociēt, savienot, pielāgot, veidot loģisku cēloņsakarību, un mainīt darbību



«Es ļoti daudz runāju ar jaunajiem un jau pieredzējušiem uzņēmējiem. Klausos, konsultēju un izzinu. Mentorings. Arī pats dalos pieredzē, ja kāds jautā. Man patīk runāt ar cilvēkiem. Klausīties. Un runāt par kļūdām ir pats svarīgākais. Izmantoju reportus un profesionālo literatūru vai pētījumus par aktuālo savu tēmu. Apmeklēju izstādes, lai zinātu trendus, utml. Apmeklēju tīklošanās pasākumus un seminārus.»

/Rolands Briņķis, «Dabas dots» īpašnieks/



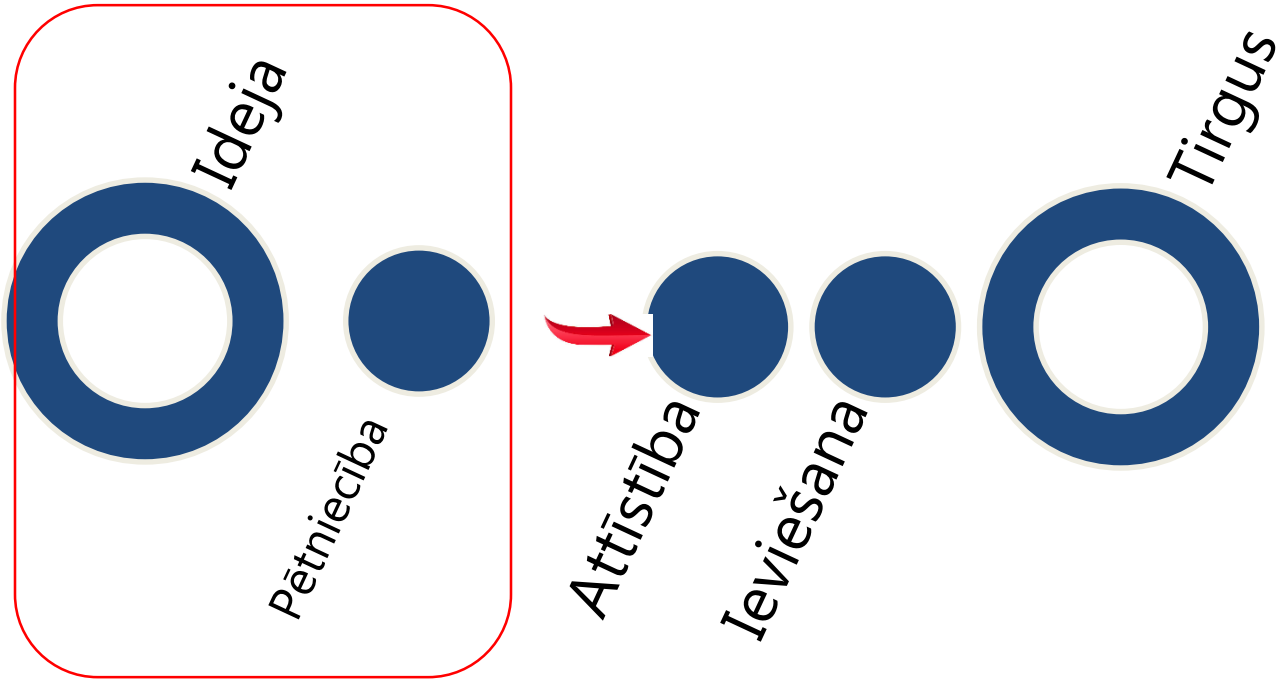
Inovācija & radošums

- Radošums ir domāšana par jaunām un piemērotām idejām.



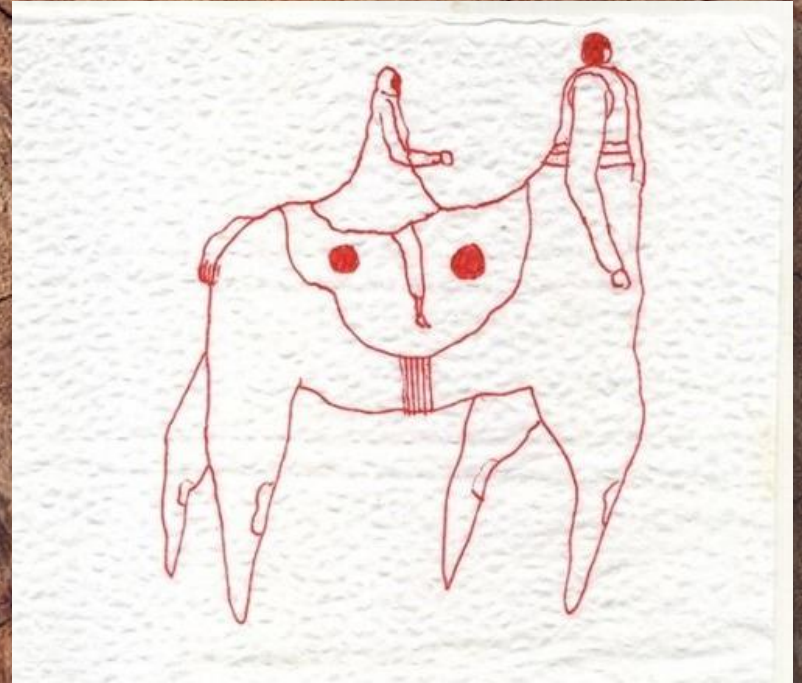
- Inovācija ir šo ideju veiksmīga ieviešana uzņēmumā un komercializēšana tirgū.

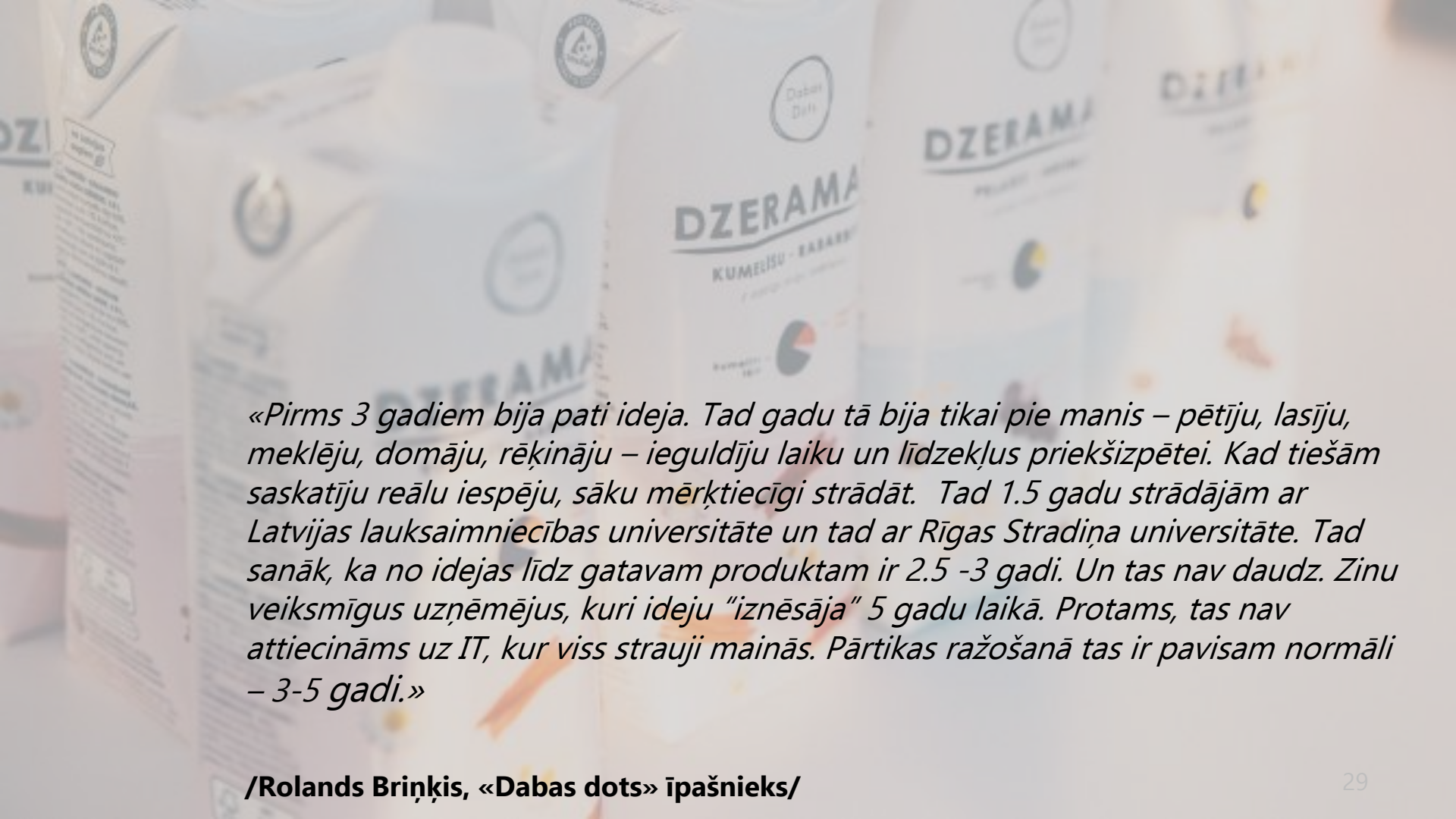
No idejas līdz produktam



Inovācija ir process!

- Problēma
- Ideja
- Idejas attīstība, pētniecība
- Izstrāde
- Ieviešana, ražošana
- Tirgus
- Peļņa



The background of the slide is a blurred image of several white paper bags of 'DZERAMA KUMELISU - BABARU' (DZERAMA HONEY - BABARU). The bags feature the brand name 'DZERAMA' in a bold, sans-serif font, with 'KUMELISU - BABARU' underneath. There are also circular logos and smaller text on the bags, including 'Dabas Dots' in a circle. The overall scene is brightly lit, creating a soft, out-of-focus effect.

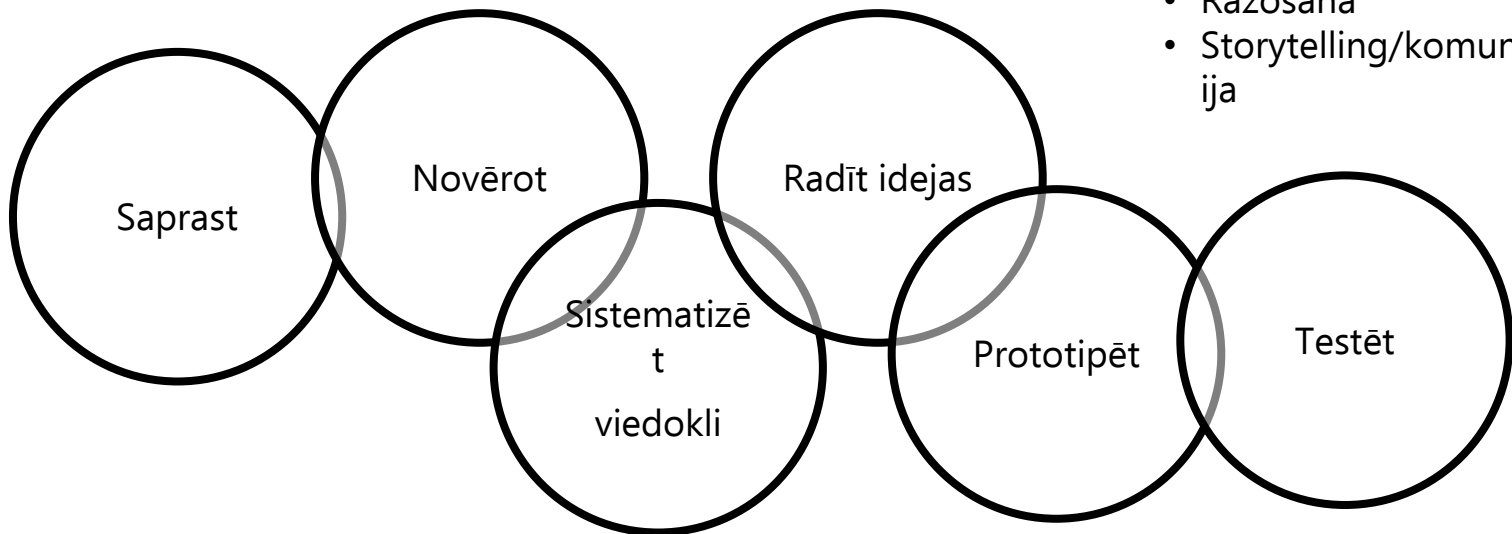
«Pirms 3 gadiem bija pati ideja. Tad gadu tā bija tikai pie manis – pētīju, lasīju, meklēju, domāju, rēķināju – ieguldīju laiku un līdzekļus priekšizpētei. Kad tiešām saskatīju reālu iespēju, sāku mērķtiecīgi strādāt. Tad 1.5 gadu strādājām ar Latvijas lauksaimniecības universitāti un tad ar Rīgas Stradiņa universitāti. Tad sanāk, ka no idejas līdz gatavam produktam ir 2.5 -3 gadi. Un tas nav daudz. Zinu veiksmīgus uzņēmējus, kuri ideju “iznēsāja” 5 gadu laikā. Protams, tas nav attiecināms uz IT, kur viss strauji mainās. Pārtikas ražošanā tas ir pavisam normāli – 3-5 gadi.»

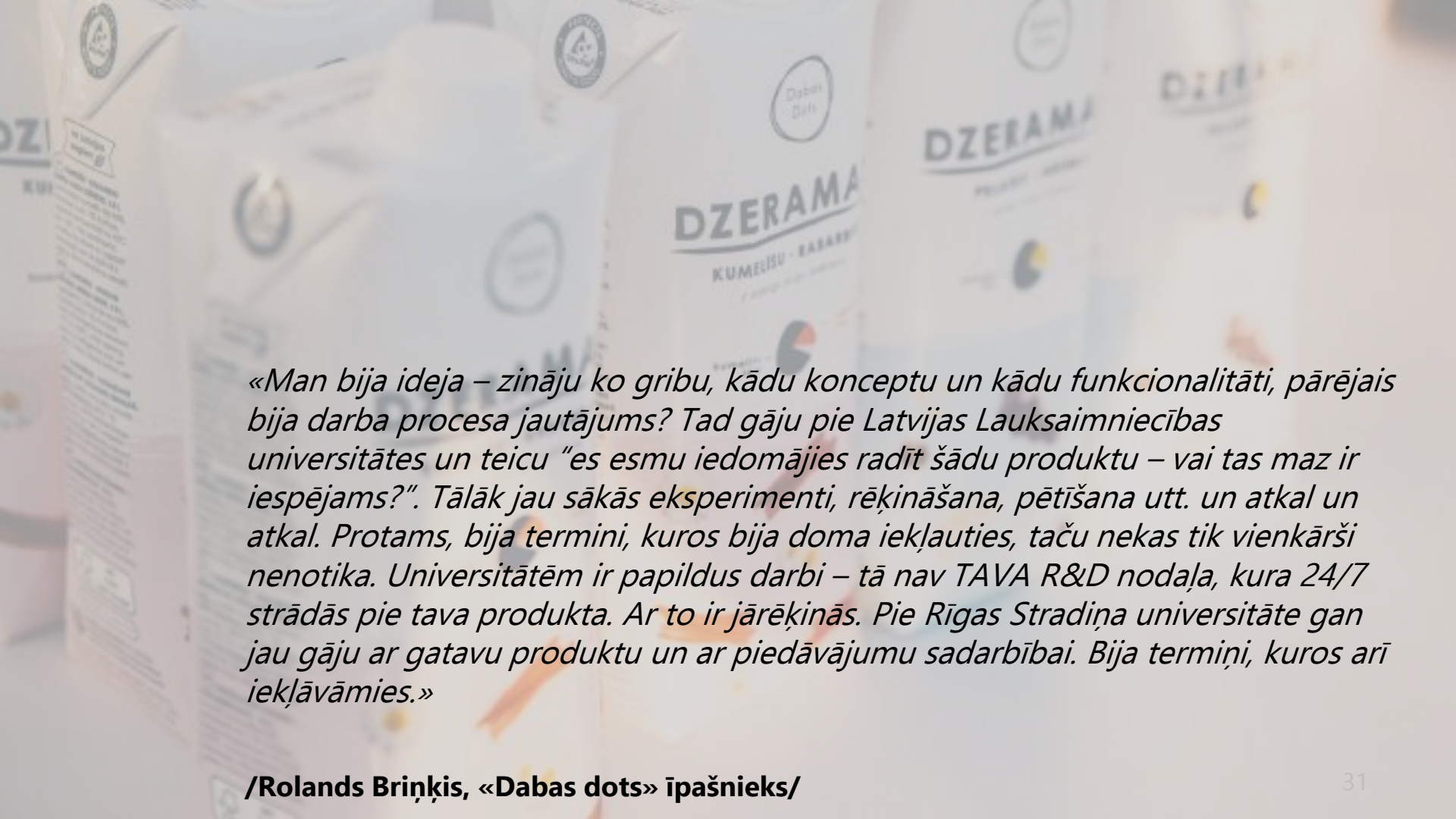
- Ekspertīze
- Izpēte
- Ekspertu sarunas
- Pieredzes analīze

- Empātija
- Novērošana
- Intervijas
- "Iegrimšana" (immersion)

- Izpēte
- Stāsti
- Vizualizācijas
- Prototipi

- Ieviešana
- Biznesa modelis
- Ražošana
- Storytelling/komunikācija

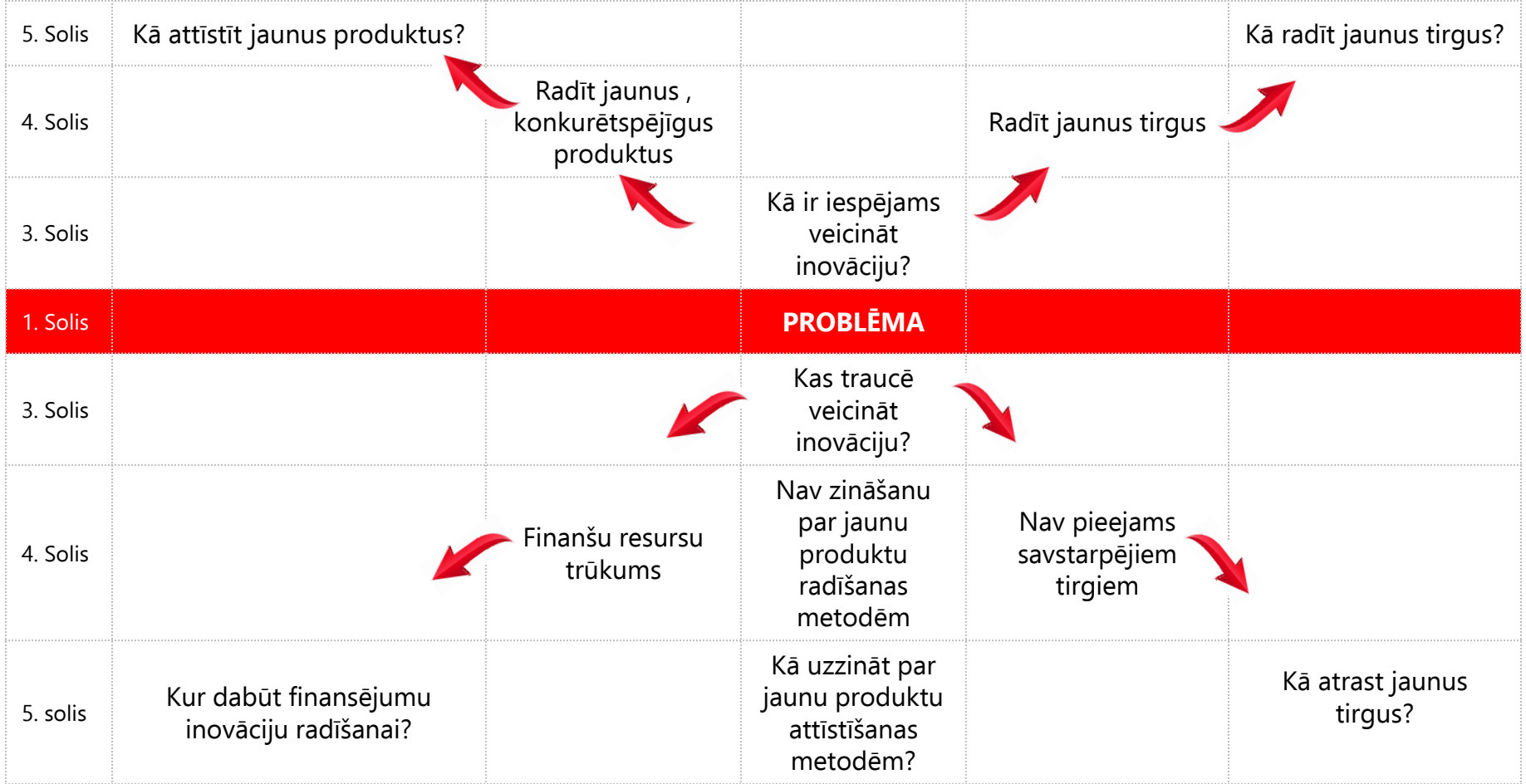




«Man bija ideja – zināju ko gribu, kādu konceptu un kādu funkcionalitāti, pārējais bija darba procesa jautājums? Tad gāju pie Latvijas Lauksaimniecības universitātes un teicu “es esmu iedomājies radīt šādu produktu – vai tas maz ir iespējams?”. Tālāk jau sākās eksperimenti, rēķināšana, pētīšana utt. un atkal un atkal. Protams, bija termiņi, kuros bija doma iekļauties, taču nekas tik vienkārši nenotika. Universitātēm ir papildus darbi – tā nav TAVA R&D nodaļa, kura 24/7 strādās pie tava produkta. Ar to ir jārēķinās. Pie Rīgas Stradiņa universitāte gan jau gāju ar gatavu produktu un ar piedāvājumu sadarbībai. Bija termiņi, kuros arī iekļāvāties.»

5 soļu shēma fokusa
definēšana





No «A» līdz «Z»

- No ideju inkubācijas līdz inovācijai
- Attiecību starp amatniecību un dizaina vadīšanu
- Biznesa plāns
- Finansējuma plānošana
- Sadarbības partneru tīkla izveidošana
- Jauna inovatīva mārketinga organizēšana
- Juridisko aspektu izvērtēšana

«Pirmais, ko darīju, kad izdomāju uzņēmuma nosaukumu un produkcijas TM – pārbaudīju domēnu pieejamību, jo mūsdienās tas ir ļoti svarīgi, jo ne tikai lai skaisti skan ir svarīgi. Svarīgi, lai Tevi var atrast sociālajā vidē. Kad secināju, ka domēni brīvi – uzreiz pierēģistrēju uz sevi. Arī logo un grafisko dizainu uzreiz pierēģistrēju patentu valdē, lai būtu drošs, ka tas būs mans un tas būs aizsargāts. Sadarbības līgumus (manā gadījumā tie bija vācu valodā) ļoti cītīgi pārbaudīju. Tulkoju, nesu juristiem. Izmaksāja krietnu naudu, taču šis ir jautājums, uz kuru taupīt nevar. Parakstīt līgumu, kuru līdz galam nesaproti ir ļoti riskanti. Sadarbība ir jāizprot un visam jābūt skaidri definētam: termini, naudas, atbildība, force majeure utt. Piemēram, telpu nomas līgums ir uz 18 lpp, uz ko telpu īpašnieks sākotnēji skatījās ar neizpratni, taču tieši šis ieguldītais darbs un līdzekļi mani pasargāja tad, kad tiešām pirmo reizi dzīvē man iestājās force majeure apstākļi.»



Sadarbība ar
pētnieciskajām iestādēm

Sadarbības definīcija

- Kopīga darbība un savstarpējs atbalsts kopīgu mērķu sasniegšanai; sadarbošanās*
- Vairāku personu un / vai uzņēmumu kopīga darbība, lai sasniegtu savstarpēji saistītus mērķus, balstoties uz informācijas apmaiņu, līgumiem, partnerību, kopuzņēmumu veidošanu, iesaistīšanos asociācijās un citās personu un uzņēmumu grupās. Sadarbība ietver saikni, kas apvieno personas un / vai organizācijas, tādējādi uzlabojot to konkurētspēju tirgū**

*<https://lv.oxforddictionaries.com/skaidrojums/sadarbiba>

**<http://termini.lza.lv/term.php?term=sadarb%C4%ABba&list=sadarb%C4%ABba>

Priekšnosacījumi inovatīvu produktu radīšanai

- Kvalificēts zinātniskais personāls
- Infrastruktūra – laboratorijas, pilotražotnes, iekārtas un aprīkojums
- Jaunas izstrādnes
- Ekspertu konsultācijas
- Zinātnieku un uzņēmēju sadarbības rezultātā izstrādātie produkti
- Aizstāvēti promocijas darbi
- Starptautisko un nacionāla līmeņa projektu izstrāde
- Zinātniskās publikācijas starptautiski citējamās datu bāzēs (SCOPUS, WoS, u.c.)

Pakalpojuma sniedzēji Latvijā

- Valsts zinātniskais institūts
- AS «Transporta un sakaru institūts»
- Liepājas universitāte
- Vidzemes Augstskola
- APP «Latvijas Universitātes Matemātikas un informātikas institūts»
- Rīgas Stradiņa universitāte
- Latvijas Universitāte
- APP «Elektronikas un datorzinātņu institūts»
- APP «Agroresursu un ekonomikas institūts»
- APP «Latvijas Valsts koksnes ķīmijas institūts»
- APP «Latvija Organiskās sintēzes institūts»
- Rīgas Tehniskās universitāte
- Ventpils Augstskola
- APP «Latvijas Universitātes Cietvielu fizikas institūts»
- APP «Latvijas Biomedicīnas pētījumu un studiju centrs»
- Latvijas Mākslas Akadēmijas Mākslas vēstures institūts

Vairāk informācijas: <http://www.liaa.gov.lv/lv/tehnologiju-skauti>


Pakalpojuma sniedzēji Lietuvā

- **Agency for Science, Innovation and Technology (MITA)** is the main governmental institution, responsible for implementation of innovation policy in Lithuania.
- www.mita.lt/en/news/213-mita-is-looking-for-the-first-technology-scouts-in-lithuania

Sadarbības formas un iespējas

- Tehniski ekonomiskā priekšizpēte
- Rūpnieciskie pētījumi
- Eksperimentālā izstrāde, tostarp prototipu izgatavošana
- Produkta rūpnieciskā dizaina izstrāde
- Procesā ir testēšanas un sertificēšanas pakalpojumi
- Procesā ir īpašuma tiesību nostiprināšana

*Latvijas investīciju un attīstības aģentūras piedāvājums



«Latvijas Lauksaimniecības universitāti un Rīgas Stradiņa universitāti uzmeklēju mērķtiecīgi, jo bija skaidrs, ka tieši šīs universitātes varēs man palīdzēt (informācija, vēsturiski aspekti, loģika). Piemēram, mārketinga cilvēkus atradu nejauši – apmeklējot kārtējos kursus. Uzmanāju un iepazīnos ar interesantu cilvēku, kuram izrādās bija mediju aģentūra. Sadarbības partnerus ražošanai mērķtiecīgi meklēju izmantojot kontaktus un paziņu loku.»

/Rolands Briņķis, «Dabas dots» īpašnieks/

Sertificēšanas pakalpojumu sniedzēji Latvijā

- SIA «Bureau Veritas Latvia»
- SIA «Latvijas sertifikācijas centrs»
- SIA «RTS Group»
- SIA «SGS Latvija LTD»
- Valsts sabiedrība ar ierobežotu atbildību «Sertifikācijas un testēšanas centrs»
- Tehnisko ekspertu SIA «TUV Nord Baltik»

Projekta īstenošanas soļi

- Projekta iesniegums LIAA
- Vērtēšana – 30 dienas no iesniegšanas brīža
- Līgums ar LIAA
- Iepirkuma/ cenu aptaujas veikšanas (veic LIAA)
- Līgums ar LIAA un pakalpojuma sniedzēju
- Pakalpojuma saņemšana

*Latvijas investīciju un attīstības aģentūras piedāvājums





Preču zīme, patents un
dizainparaugs

Kas ir dizainparaugs?

- **Dizainparaugs** ir izstrādājuma vai tās daļas ārējās veidols, kas izriet no izstrādājuma vai tā rotājuma (ornamenta) īpatnībām, it sevišķi no līniju, apveida, krāsu, formas, virsmas struktūras vai izmantoto materiālu īpatnībām.
- Dizainparaugi var būt telpiski (modeļi), plakani (zīmējumi) vai to kombinācijas.



Iveta Semjonova

Kā var aizsargāt dizainparaugu?

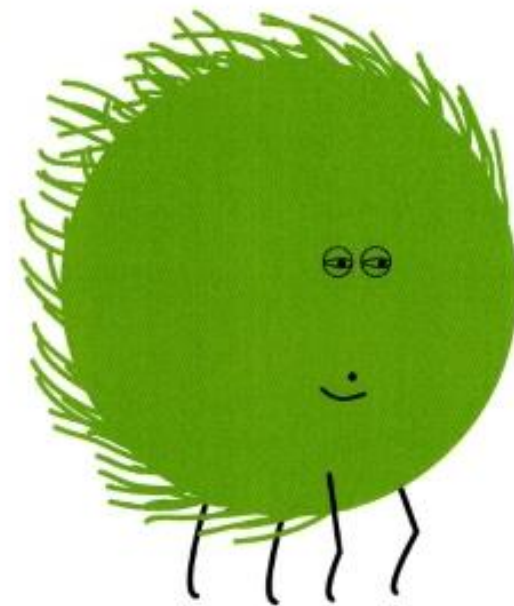
- Ar dizainparaugu var aizsargāt jebkura rūpnieciski vai amatniecības izstrādājuma formu, arī izstrādājuma krāsu salikumu un zīmējumu uz izstrādājuma virsmas, iepakojumu, grafiskus simbolus, zīmējumus un burtveidolus.



Kalvis Kārklīšs

Dizainparaugam jābūt:

- **Jaunam** – tas nozīmē, ka identisks dizainparaugs nav ticis izpausts sabiedrībai, proti, nav publicēts, izstādīts vai laists tirgū pirms dizainparauga reģistrācijas pieteikuma vai prioritātes datuma.
- **Ar individuālu raksturu** – tas nozīmē, ka kopiespaidam, ko dizainparaugs izraisa informētā lietotājam, jāatšķiras no kopiespaida, kuru šādam lietotājam izrausa jebkurš cits dizainparaugs.



Baltic Business network, SIA



Mairis Gailums



Eva Freidenfelde



Andris Vītiņš

Kas ir patents?

- **Izgdrojums** – tehniskas problēmas jauns un tehnisks risinājums.
- **Patents** – dokuments, kurš apliecina, ka tajā izklāstītais izgudrojums ir aizsargāts. Tikai ar patenta īpašniekam ir tiesības šo izgudrojumu izmantot, ražot, izplatīt, pārdot vai dot lietošanas atļauju (licencēt) kādam citam.
- Patents darbojas tikai tajā valstī, kurā tas piešķirts, un tā darbības termiņš ir 20 gadi no pieteikuma datuma.
- Par patenta uzturēšanu spēkā katru gadu jāmaksā uzturēšanas maksa.

Lai izgudrojumam piešķirtu patentu...

- **Jābūt jaunas (novitāte)** – pirms patenta pieteikuma datuma izgudrojums nedrīkst būt publiski atklāts, lietots;
- **Jābūt «izgudrojuma līmenim»** - izgudrojums nedrīkst būt lietpratējam acīmredzami izsecināms vai atvasināms no jau zināmajiem tehniskajiem risinājumiem;
- **Jābūt rūpnieciski izmantojamam** – izgudrojuma objektu var rūpnieciski ražot vai lietot.

Ko nevar patentēt?

- Atklājumus un zinātniskās teorijas;
- Estētiskus risinājumus;
- Plānus, noteikumus un informācijas sniegšanas paņēmienus;
- Dabā esošu vielu vienkāršu atklāšanu to dabīgā veidā;
- Izgudrojumus, kas var būt pretrunā ar sabiedrisko kārtību, morāli un sabiedrības veselību;
- Cilvēku un dzīvnieku ārstēšanas un diagnostikas metodes;
- Augus un dzīvniekus, kas nav mikroorganismi;
- Datorprogrammas (kā tādas);
- **Idejas nevar patentēt. Patentēt var ideju tehniskus risinājumus!**

Kas ir preču zīme?

- **Apzīmējums**, kuru lieto, lai kāda uzņēmuma preces un pakalpojumus atšķirtu no citu uzņēmumu precēm un pakalpojumiem;
- **Pamatfunkcija** – garantēt preču vai pakalpojumu komerciālās izcelsmes identitāti patērētāju uztverē;
- **Preču zīmi** var veidot jebkurš apzīmējums, ko var grafiski attēlot.

Preču zīme var būt:

- **Vārdiska** – apzīmējums (burti, cipari, vārdi un vārdu savienojumi) bez noteiktas grafiskas formas;
- **Figurāla** – vārdisks apzīmējums īpašā rakstībā vai īpašā krāsā, logo, zīmējums, etiķete utt.;
- **Telpiska** – trīsdimensiju apjoms, preces vai tās iesaiņojuma forma;
- **Krāsu zīme** – krāsas tonis vai toņu salikums bez verbāliem vai figurāliem elementiem;
- **Skaņu zīme** – skaņas, melodija;
- **Kustību zīme** – animācija, elementi kustībā;
- **Hologrāfiska** – hologramma.

Daintary

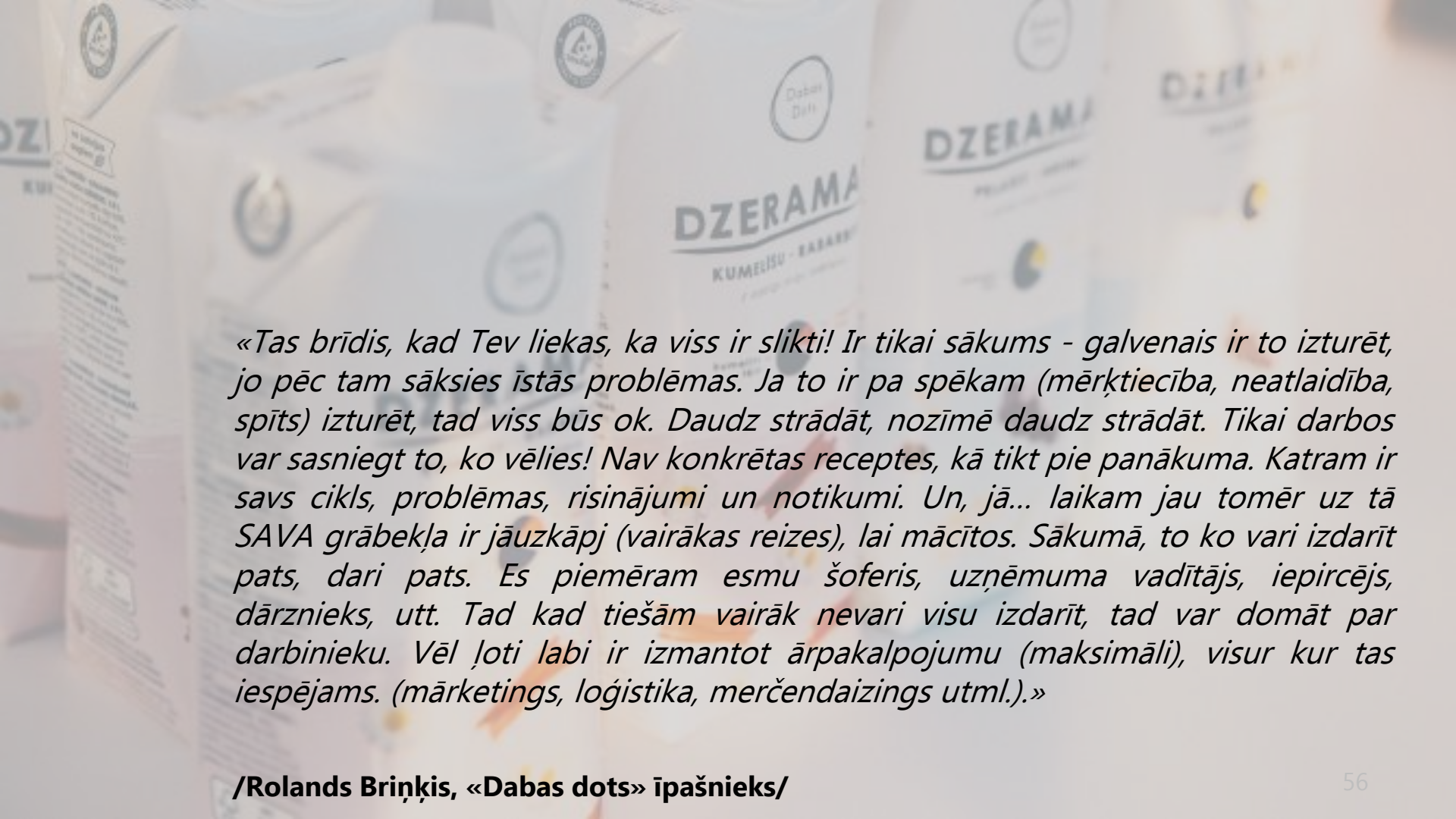
PERFUMERY AND BIOCOSMETICS

ANNO 1849



Informācijas avoti

- Latvijas Republikas patentu valde: <https://www.lrpv.gov.lv/>
- Lietuvos Respublikos Valstybinis Patentų Biuras: <http://www.vpb.lt/index.php?n=599&l=en>



«Tas brīdis, kad Tev liekas, ka viss ir slikti! Ir tikai sākums - galvenais ir to izturēt, jo pēc tam sāksies īstās problēmas. Ja to ir pa spēkam (mērķtiecība, neatlaidība, spīts) izturēt, tad viss būs ok. Daudz strādāt, nozīmē daudz strādāt. Tikai darbos var sasniegt to, ko vēlies! Nav konkrētas receptes, kā tikt pie panākuma. Katram ir savs cikls, problēmas, risinājumi un notikumi. Un, jā... laikam jau tomēr uz tā SAVA grābekļa ir jāuzkāpj (vairākas reizes), lai mācītos. Sākumā, to ko vari izdarīt pats, dari pats. Es piemēram esmu šoferis, uzņēmuma vadītājs, iepircējs, dārznieks, utt. Tad kad tiešām vairāk nevari visu izdarīt, tad var domāt par darbinieku. Vēl ļoti labi ir izmantot ārpakalpojumu (maksimāli), visur kur tas iespējams. (mārketingš, loģistika, merčendaizings utml.)»

A golden key is the central focus, with the word 'STRATEGY' and an equals sign engraved on its shaft. The key is positioned horizontally. The background is a vibrant blue with various golden patterns, including a circular emblem with a keyhole, a large arrow pointing left, and other abstract shapes. The word 'INFO' is partially visible at the top. The overall aesthetic is modern and professional.

STRATEGY =

Uzņēmējdarbības
stratēģiskie uzstādījumi

Stratēģiskie uzstādījumi

- **Misija** – kāpēc uzņēmums izveidots un pastāv?
- **Vīzija** – uzņēmuma «attēls» tālākā nākotnē, kur mēs ejam?
- **Vērtības** – uzņēmumam nozīmīgi un nemainīgi darbības principi;
- **Mērķi** – konkretizēti un izmērāmi uzdevumi uzņēmuma vadītājam



Kas raksturo izcilu misiju?

- Īsums
- Skaidrība
- Viegli atcerēties
- Iedvesmojoša

Kas raksturo izcilu vīziju?

- Nozīmīgai
- Zināmai
- Stimulējošai
- Ticamai
- Tēlainai

Mērķu izvirzīšanas iemesli

- Pārvērst misiju konkrētās izpildāmās darbībās
- Veidot atskaites sistēmu organizācijas novērtēšanā
- Nodrošināt stingru un konsekventu darbību

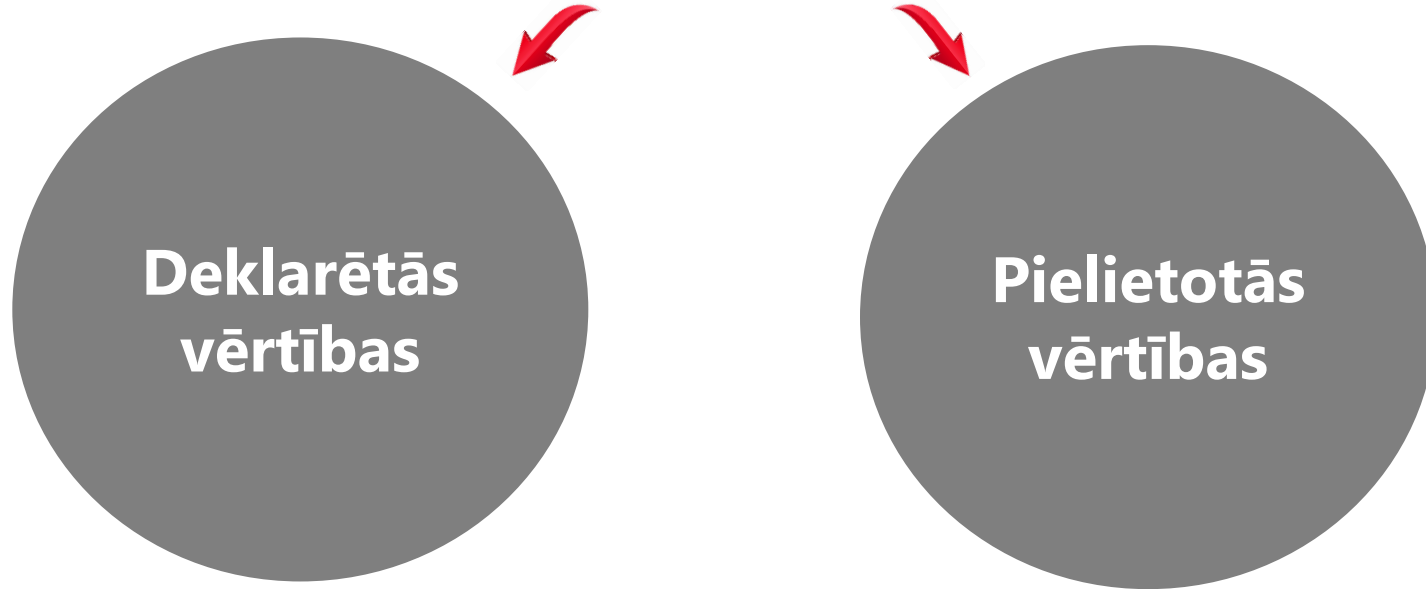
Stratēģiskajiem mērķiem ir jābūt:

1. Konkrētiem un izmērāmiem
2. Sasniedzamiem laikā
3. Sasniedzamiem un reāliem
4. Jādara zināmi visiem strādājošiem
5. Elastīgiem

Jomas, kurās ir jāizvirza stratēģiskie mērķi

- Tirgus situācija: vieta un konkurence
- Jaunievedumi: katra izmaiņa var uzlabot uzņēmuma biznesu
- Ražīgums: efektivitāte
- Resursi
- Rentabilitāte: spēja darboties ar peļņu
- Vadītāja un darbinieku attīstība
- Sociālā atbildība

Vērtības



Paldies!

VEIKSMI UN RADOŠU GARU!

