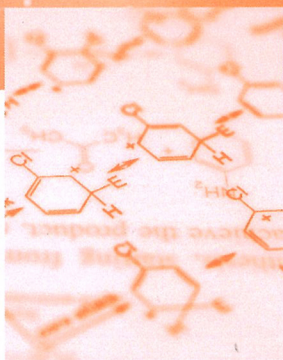
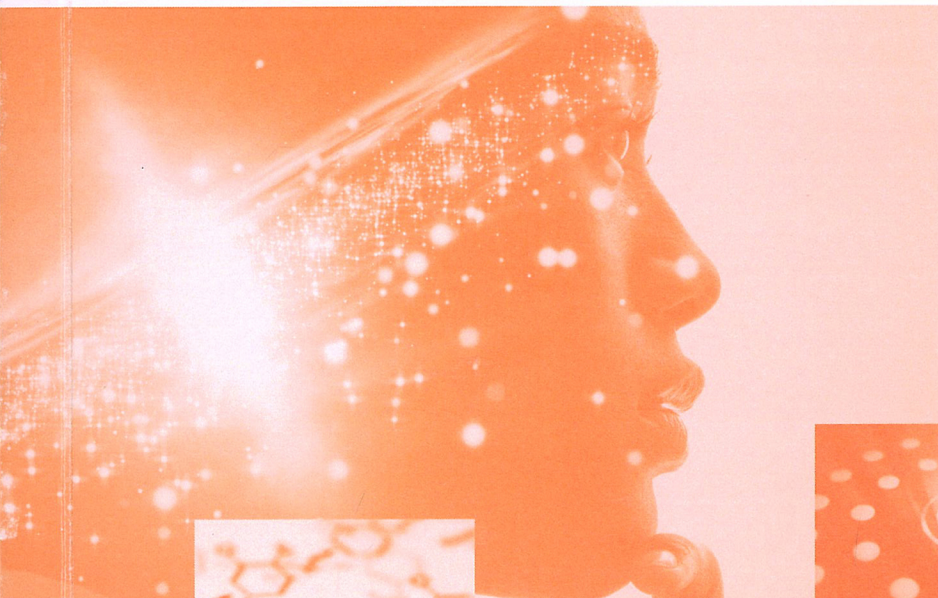


1И//904433(039)

# Коммерциализация идей

Руководство по интеллектуальной  
собственности для стартапов



Серия «Интеллектуальная  
собственность для бизнеса»  
Номер 6



ВСЕМИРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ  
СОБСТВЕННОСТИ

## Содержание

Выражение признательности	5	<b>Выход на международный уровень</b>	<b>36</b>
Акронимы	6	Подача заявки на получение патентных прав в других странах	39
<b>Введение</b>	<b>7</b>	Подача заявок на товарные знаки в других странах	40
Сфера охвата данного руководства	8	Подача заявок на получение прав на промышленные образцы в других странах	44
Что такое «интеллектуальная собственность»?	9	Обеспечение охраны авторских прав в других странах	47
Стартап, производящий ИС, против стартапа, потребляющего ИС	12	<b>Другие стратегические методы использования ИС</b>	<b>49</b>
Представление об уровне готовности технологии (УГТ)	13	Лицензирование	50
Бизнес-модель в сопоставлении с бизнес-планом	17	Переуступка	56
<b>Защити свою новинку</b>	<b>19</b>	Доступ к финансовым средствам	56
Получение патентных прав	20	Повышение стоимости стартапа	60
Обеспечение охраны коммерческих тайн	24	Привлечение партнеров и компаньонов	64
Охрана авторских прав	25	<b>Управление рисками</b>	<b>66</b>
<b>Как выделить свой продукт на рынке</b>	<b>27</b>	Выяснение того, кому принадлежит право собственности и право на использование	67
Получение прав на товарный знак	29		
Доменные имена	31		
Получение прав на промышленный образец	33		

Предотвращение судебной тяжбы	69
Недопущение напрасной траты времени и ресурсов	74
<b>Использование баз данных по ИС</b>	<b>75</b>
Патентные базы данных	76
Базы данных по товарным знакам и промышленным образцам	81
Авторское право	81
Доменные имена	81
<b>Аудит ИС</b>	<b>83</b>
<b>Приложение 1. Поставщики услуг</b>	<b>88</b>
<b>Приложение 2. Ресурсы</b>	<b>92</b>

## Выражение признательности

Первый проект данного руководства подготовил Омер Хизироглу, управляющий партнер в компании TLS.IP, Стамбул, Турция. Нижеследующие сотрудники ВОИС просмотрели текст или представили письменные замечания: Тетьяна Бадуд, старший юрист, Правовой отдел Мадридской системы; Брайен Бекхэм, начальник, Секция урегулирования споров в отношении интернета, Центр ВОИС по арбитражу и посредничеству; Мэтью Брайен, директор, Отдел по правовым вопросам и связям с пользователями РСТ, Международно-правовой департамент РСТ; Эндрю Чайковски, директор, Отдел поддержки технологий и инноваций; Айрин Китсара, сотрудник по информационному сопровождению интеллектуальной собственности, Отдел поддержки технологий и инноваций; Алисон Мейджис, начальник, Секция коммерциализации ИС, Отдел по вопросам ИС для бизнеса; Хироси Окутоми, начальник, Секция по правовым вопросам Гаагской системы, Гаагский регистр; Мари Поль Ризо, начальник, Секция консультационных услуг по вопросам политики и права, Департамент товарных знаков, промышленных образцов и географических указаний; Мишель Вудс, директор, Отдел авторского права.

Одноранговый обзор текста провели: Сидни Янг и Натаниель Липкус, юридическая компания Osler Business, Канада и Соединенные Штаты

Америки ([www.osler.com](http://www.osler.com)); Андреа Бассо, главный технолог, отдел технологии, компания MITO, Милан, Италия; Аликс Дюб, патентный поверенный, специалист по европейским и швейцарским патентам, ADIPSE Sàrl, Intellectual Property Solutions, Швейцария.

Тамара Нанаяккара, советник, Отдел по вопросам ИС для бизнеса, разработала концепцию данного руководства, координировала и контролировала процесс представления материалов, сама представила часть текста и обеспечила успешную работу над руководством.

Отправной точкой для подготовки данной публикации стало одобрение Комитетом ВОИС по развитию интеллектуальной собственности в мае 2018 года предусмотренного в Повестке дня в области развития проекта под названием «Повышение роли женщин в инновационной и предпринимательской деятельности: поощрение использования системы интеллектуальной собственности женщинами в развивающихся странах». При подготовке данного руководства для стартапов мы позаимствовали из материалов этого проекта множество примеров успешной деятельности женщин-предпринимателей из самых разных стран мира; эти примеры свидетельствуют о том, сколь эффективно они используют систему ИС для успешного ведения своего бизнеса.

## Акронимы

ASPI	Программа обеспечения доступа к специализированной патентной информации	ЕПУС	Единая политика урегулирования споров в области доменных имен
B2B	«Би-ту-би»	ИС	интеллектуальная собственность
ccTLD	национальный домен верхнего уровня	МПК	Международная патентная классификация
gTLD	общий домен верхнего уровня	НАСА	Национальное управление по аэронавтике и исследованию космического пространства
ICANN	Интернет-корпорация по присвоению имен и номеров	НИОКР	научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы
ОЕМ	ОЕМ-компании	СПК	Совместная патентная классификация
PCT	Договор о патентной кооперации	СПТ	Служба передачи технологий
TLD	домен верхнего уровня	УТГ	уровень технологической готовности
АОИС	Африканская организация интеллектуальной собственности	ЦПТИ	Центр поддержки технологий и инноваций
АРОИС	Африканская региональная организация интеллектуальной собственности		
ВИСБ	Ведомство по интеллектуальной собственности Бенилюкса		
ВИСЕС	Ведомство интеллектуальной собственности Европейского союза		
ВОИС	Всемирная организация интеллектуальной собственности		
ВФ	венчурный фонд		
ДСД	«друзья, семья и дураки»		

# Введение

## Сфера охвата данного руководства

Нередко начало созданию успешной компании может положить одна хорошая идея. Весьма вероятно, что эта идея проделала большой и сложный путь от лаборатории до рынка и сохранила жизнеспособность, в то время как другие хорошие идеи были отбракованы по той причине, что аналогичные продукты уже существовали, не имели рыночной привлекательности или стоили дороже их приемлемой рыночной цены. На протяжении всего этого пути важную роль играет система интеллектуальной собственности (ИС)<sup>1</sup>. Поэтому ИС, принадлежащая компании, должна быть полностью интегрирована в ее бизнес-стратегию и должна подкреплять эту стратегию.

Система ИС позволяет изобретателям осуществлять контроль над судьбой своих изобретений. Права ИС помогают обеспечить защиту от подделок и позволяют компаниям создать собственное лицо, что укрепляет их рыночные позиции. Правильные методы управления ИС сохраняют важное значение на протяжении всего жизненного цикла предприятия: когда оно создается, расширяется, ищет инвесторов, взаимодействует с партнерами и компаньонами и нанимает работников. ИС играет свою роль и в те моменты, когда стартапы приобретаются другими компаниями или, как это ни печально, становятся банкротами. Кроме того, система

ИС является источником жизненно важной технической и коммерческой информации, которая играет незаменимую роль при принятии осознанных решений на протяжении всего цикла деловой активности компании.

Стартапам следует также понимать, что система ИС не только повышает их конкурентоспособность, но и помогает им управлять рисками. Стартап, игнорирующий ИС, может нарушить права других на ИС, столкнуться с запретом на доступ в те области, которые уже заняты другими, или быть вынужден отдать свои активы другим компаниям, которые первыми подали заявку на предоставление защиты. Подобные ошибки могут оказаться роковыми.

Данная публикация содержит советы о том, как стартапы могут использовать систему ИС для сохранения конкурентоспособности и осознания рисков, которыми чревато игнорирование этой системы. Основное внимание уделяется такому стартапу, который пытается вынести на рынок новаторское технологическое решение, хотя общие принципы могут оказаться полезными и для таких стартапов, которые не относятся к категории высокотехнологичных, но обладают новаторской маркетинговой идеей, ориентируются на нишевой рынок или оказывают инновационные услуги. Система ИС обеспечивает выгоды всем стартапам, хотя одним достается больше, чем другим.

## Что такое «интеллектуальная собственность»?

Если рассматривать это в широком смысле, то ИС касается продуктов умственной деятельности. Такие продукты были законодательно признаны как собственность, которой может владеть тот, кто сотворил такой продукт, при условии соблюдения требований, предусмотренных законом. Страны с помощью международных договоров пришли к общему согласию о том, в чем состоят эти требования, хотя они по-разному толкуют и применяют соответствующие права.

Когда мы говорим о продуктах умственной деятельности, мы имеем в виду новые товарные идеи, новые способы изготовления вещей, привлекательный дизайн, отличительные бизнес-знаки и произведения художественного творчества, такие как музыкальные композиции, песни, картины и скульптуры. По своей природе они являются неосязаемыми, поскольку мы не можем потрогать, поддержать в руках или увидеть идею, хотя мы можем потрогать, поддержать в руках или использовать ее материальное воплощение. Неосязаемость такой собственности одновременно порождает уникальные по своему характеру минусы и плюсы. Поскольку идеи неосязаемы, трудно помешать другим людям присвоить и воспроизвести их; в то же время множество людей может одновременно использовать такие идеи, не вызывая их исчерпания или снижения их качества. Возьмем

в качестве примера песню. Мне будет трудно помешать другому человеку скопировать сочиненную мною песню, хотя много людей смогут одновременно наслаждаться ею. Законы, касающиеся ИС, придают осязаемость идеям, позволяя их создателям получить право собственности на свои новаторские идеи и результаты творческой деятельности при условии соблюдения определенных правовых критериев.

Когда идея достигает этапа, на котором, как предполагается, она будет положена в основу продукта или услуги, которые обладают коммерческим потенциалом, важно безотлагательно поразмышлять над тем, как ИС могла бы способствовать их выводу на рынок. Ниже дается краткое описание соответствующих инструментов системы ИС.

### Патенты

Патент представляет собой исключительное право, предоставляемое государством на изобретение, которое является новым, обладает изобретательским уровнем и имеет промышленное применение. Он предоставляет его владельцу законное право препятствовать изготовлению, использованию, предложению к продаже, продаже или ввозу другими лицами продукта или способа на основе запатентованного изобретения либо запрещать осуществление таких действий.

Патент выдается национальным патентным ведомством страны или региональным патентным ведомством, представляющим группу стран.



Он действует в течение ограниченного срока, обычно в течение 20 лет после даты подачи заявки на патент, при условии своевременной уплаты патентообладателем пошлин, требуемых для сохранения патента в силе. Патент представляет собой территориальное право, ограниченное географическими пределами соответствующей страны или региона. В обмен на получение права, предоставляемого патентом, заявитель обязан предоставить подробное, точное и полное письменное описание своего изобретения<sup>2</sup>. Патентные документы (патентные заявки и/или выданные патенты) публикуются патентными ведомствами, существующими по всему миру, и образуют главный источник патентной информации. Общеизвестные подборки патентных материалов и коммерческие патентные базы данных представляют собой существенно важный и зачастую уникальный источник технической информации, поскольку многие соответствующие изобретения не публикуются в научной литературе.

### **Коммерческие тайны**

Коммерческая тайна — это любая информация, имеющая для бизнеса коммерческую ценность, в силу которой она носит секретный характер. В широком смысле любая информация может считаться коммерческой тайной — от технического ноу-хау и списка клиентов до финансовой информации, маркетинговых стратегий и т.д. Коммерческие тайны иногда сравнивают с айсбергом, в котором патенты составляют видимую часть.

Стартап может обладать большим конфиденциальной массивом информации, часть которой потенциально является патентоспособной, причем вся такая информация, если она сохраняется в тайне, может быть квалифицирована как коммерческая тайна и в силу этого подлежит охране. Стартап может по стратегическим причинам принять решение о сохранении в тайне своей патентоспособной информации, поскольку при подаче патентной заявки он должен будет раскрыть эту информацию. Информация, раскрытая при подаче патентной заявки или по иным причинам, более не считается коммерческой тайной.

### **Авторское право**

Авторское право предоставляет писателям, композиторам, компьютерным программистам, дизайнерам веб-сайтов и другим создателям правовую охрану на их литературные, художественные, драматические и другие типы творений, которые обычно называют «произведениями». Авторское право обеспечивает охрану на широкое многообразие оригинальных произведений, включая книги, журналы, газеты, музыкальные композиции, картины, фотографии, скульптуры, архитектурные проекты, фильмы, компьютерные программы, видеоигры и оригинальные базы данных. Однако оно обеспечивает охрану лишь *выражение* идеи; оно не защищает лежащую в основе произведения идею или концепцию. В этом состоит важная отличительная особенность. Если идея выражена иным образом, вряд ли

будет иметь место нарушение авторского права создателя. Авторское право предоставляет автору или создателю произведения разнообразный набор исключительных прав на его/ее произведение на срок, предусмотренный в национальных законах. В большинстве стран авторское право обеспечивает охрану в течение всего срока жизни автора и еще 50 лет; в некоторых странах, включая Соединенные Штаты Америки и страны Европы, охрана обеспечивается в течение более продолжительного периода. Эти права дают автору возможность разными способами контролировать экономическое использование его/ее произведения и получать оплату. Авторское право также предоставляет «личные неимущественные права», которые защищают, в частности, репутацию и честь автора. Как правило, автор не может переуступить эти права<sup>3</sup>.

### **Товарные знаки**

В качестве товарного знака могут быть использованы любые обозначения, обеспечивающие различие товаров или услуг (включая слова, имена, буквы, числа, чертежи, рисунки, формы, цвета, эмблемы или их сочетания). В большинстве стран к категории товарных знаков могут быть также отнесены ярлыки, рекламные слоганы и названия. Правовую охрану товарного знака обеспечивает его регистрация, а в некоторых странах его использование. Чтобы зарегистрировать товарный знак, необходимо прежде всего заполнить соответствующую регистрационную форму в национальном или

региональном ведомстве по товарным знакам, которое изучит заявку в соответствии с местным применимым законом и зарегистрирует товарный знак или откажет в его регистрации. Сроки охраны могут варьироваться, хотя во многих странах срок охраны составляет 10 лет. Регистрацию можно возобновлять неограниченное количество раз (как правило, каждый раз на 10 лет), при условии своевременной уплаты пошлин за продление до момента истечения срока регистрации<sup>4</sup>.

### **Промышленные образцы**

Термин «промышленный образец» обозначает декоративные или эстетические аспекты продукта. Продукт может получить охрану как промышленный образец при соблюдении определенных условий. Охрана не распространяется на технические или функциональные аспекты продукта. Чтобы зарегистрировать промышленный образец, необходимо подать национальную или региональную заявку в соответствующее национальное или региональное ведомство ИС. Срок охраны промышленного образца варьируется в зависимости от страны, но составляет не менее 10 лет<sup>5</sup>.

### **Другие права интеллектуальной собственности<sup>6</sup>**

- Полезные модели, известные также как «краткосрочные патенты», «малые патенты» или «инновационные патенты». Во многих странах изобретения некоторых видов, включая незначительные переделки существующих продуктов,

могут получить охрану в качестве полезных моделей.

- Новые сорта растений. Во многих странах селекционеры, занимающиеся выведением новых сортов растений, могут добиться охраны на основании «прав селекционеров».
- Компонентные решения (топологии) интегральных микросхем. Оригинальная компоновка или композиция интегральной микросхемы может получить защиту от копирования.

Хотя права ИС изложены здесь как отдельные права, на практике они используются в совокупности для обеспечения защиты и рыночного сбыта товаров в целом. Возьмем в качестве примера смартфон. Патенты обеспечивают защиту его функционирования — от обработки данных до технологии съемки; товарные знаки защищают его фирменный знак и уникальность; промышленные образцы обеспечивают защиту его формы и общего внешнего вида; авторское право охраняет исходный код используемого в нем программного обеспечения; коммерческая тайна защищает стратегии маркетинга, используемые для коммерческого сбыта этого устройства на мировом рынке.

### **Стартап, производящий ИС, против стартапа, потребляющего ИС**

В рамках данного руководства было бы полезно провести различие между

стартапом, производящим ИС, и стартапом, потребляющим ИС. «Стартап, потребляющий ИС», — это такой стартап, который нуждается в технологии для претворения своей бизнес-идеи в жизнь. «Стартап, производящий ИС», — это такой стартап, который в основу своей работы положил ключевой объект ИС, требуемый для успешной реализации бизнес-идеи.

Как правило, стартап, потребляющий ИС, не занимается или почти не занимается исследованиями и разработками и не создает или почти не создает авторских материалов или программного обеспечения. Такие компании обычно представляют собой интернет-стартапы, компании по разработке прикладных программ или торговые интернет-площадки. Примерами таких компаний могут служить Airbnb или Uber. В отличие от них стартап, производящий ИС, основывает свою бизнес-идею на техническом решении, охраняемом правом ИС. Типичным примером является новейшая техническая разработка, защищенная патентом, который стартап получил сам или приобрел путем лицензирования у высшего учебного заведения или исследовательского учреждения.

На практике невозможно так четко разделить инновационные стартапы. Большинство инновационных стартапов находятся в определенном диапазоне: стартап, потребляющий ИС, производит некоторый объем ИС, а стартап, производящий ИС,

потребляет некоторый объем ИС. Прежде чем приступить к реализации своей бизнес-идеи, большинство стартапов, потребляющих ИС, лицензируют или покупают технологию, охраняемую правами на ИС и принадлежащую третьим сторонам. Кроме того, большинство из них заключают с третьими сторонами контракты на разработку решений, необходимых им для претворения в жизнь своей бизнес-модели. Добившись определенных успехов, они — в идеале — сами приступают к активной разработке решений и потенциальному генерированию прав на ИС. К категории таких прав относятся прежде всего товарные знаки, в некоторых случаях определенные алгоритмы, базовые авторские права на пользовательские интерфейсы и т.д. По мере развития успешной деятельности они могут создавать новую ИС благодаря совершенствованию программных средств, приобретенных ими по лицензии, создавать свое программное обеспечение или добавлять новые функции в предлагаемые ими продукты. Со временем они будут также накапливать конфиденциальную коммерческую информацию. Наиболее успешные стартапы, потребляющие ИС, такие как Airbnb, Uber и Alibaba, производят все больше и больше ИС и начинают приобретать ИС, принадлежащую третьим сторонам, и обширные портфели патентов, с тем чтобы сохранить или укрепить свои конкурентные преимущества.

После начала своей деятельности правильно финансируемые стартапы, производящие ИС, продолжают, как правило, вкладывать средства в исследования и разработки и в создание новой ИС.

### **Представление об уровне готовности технологии (УГТ)**

Уровень готовности технологии — это характеристика, позволяющая оценить степень близости технологии или продукта к стадии коммерциализации (см. рис.1). Она основывается на методологии, разработанной в Соединенных Штатах Америки Национальным управлением по аэронавтике и исследованию космического пространства (НАСА) для оценки степени зрелости космических технологий, и сейчас широко используется в различных отраслях, хотя некоторые эксперты утверждают, что этот инструмент подходит не ко всем видам технологий. Европейская комиссия и государственный сектор Соединенного Королевства относятся к тем нескольким субъектам, которые адаптировали УГТ-модель. Каждый технический проект оценивается в свете определенных параметров и классифицируется по шкале УГТ. С учетом шкалы, включающей в себя девять оценок, продукт, которому присваивается УГТ-1, имеет наименьшую степень готовности, а продукт, получивший УГТ-9, считается в полной мере зрелым<sup>7</sup>.

### История компании Arçelik A.Ş.

Компания Arçelik A.Ş., находящаяся в Турции, была основана в 1955 году как дочерняя компания группы Koç Holding. Она производит бытовую технику и электронный ширпотреб и представлена на рынках более чем сотни стран.

В 2004 году компания Arçelik вывела на рынок кофеварку-турку марки Telve®. Турецкий кофе известен своим крепким ароматом, а традиционный способ его варки признан ЮНЕСКО и включен в Список нематериального культурного наследия<sup>8</sup>.

Приготовление кофе — старинная традиция в Турции, поэтому можно было ожидать, что потребители отвергнут современные методы варки кофе. Следовательно, создание машины, способной приготовить традиционный кофе

по-турецки, стало сложной технической и маркетинговой задачей.

Идея, положенная в основу создания кофеварки Telve®, зародилась в конце 2001 года. В январе 2002 года инженеры отдела НИОКР компании Arçelik занялись изучением традиционных методов варки кофе с целью выяснить, что придает турецкому кофе его особый характер. Исследователи проводили опросы и посещали традиционные турецкие кофейни, чтобы выяснить, из чего состоит кофе по-турецки. Некоторые результаты их исследований оказались обескураживающе очевидными: взять холодную воду, нагревать напиток на медленном огне, избегать помешивания, чтобы сохранить пену и снять напиток с огня до того, как он достигнет точки кипения. Для автоматизации процесса требовалось найти технические решения, позволяющие решить каждую из этих проблем.



К сентябрю 2002 года в лаборатории компании Arçelik были разработаны первые концепции конструкции кофеварки. В 2003 году команда работников компании Arçelik, проведя внутренние испытания, утвердила окончательный прототип.

Созная, что для защиты придуманных ею инновационных решений потребуется получить патенты, команда компании Arçelik провела поиск по патентным базам данных и изучила кофеварочные машины, имевшиеся на рынке на тот момент. Эти исследования показали отсутствие на рынке продуктов, которые были бы прямыми конкурентами. Однако было обнаружено несколько патентов, которые позволили получить ценную информацию о конкурентном ландшафте и помогли компании Arçelik снизить риски. В итоге она подала восемь международных патентных заявок, три заявки на регистрацию товарного знака и три заявки на регистрацию промышленного образца, с тем чтобы защитить технологию и сам продукт.

Продукт был выведен на рынок в августе 2004 года после проведения мощной маркетинговой кампании и кампании в прессе. Кофеварка марки Telve® утвердилась на рынке как единственная машина для автоматической варки кофе по-турецки. Ее коммерческий успех поразил даже членов команды, занимавшейся проведением НИОКР.



2019



2017



2016



2016



2015



2006



2004

Затем неизбежно появились подделки, производимые третьими сторонами. Однако действенная стратегия компании Arçelik в области ИС позволила ей сохранить конкурентоспособность. Она обеспечила защиту от конкурентов и в течение 10 лет сумела упрочить свое доброе имя и авторитет, прежде чем на рынке появились конкурирующие продукты.

К моменту появления конкурентов кофеварка марки Telve® уже четко утвердилась на рынке в качестве лидера, чему способствовала серия внесенных в нее важных усовершенствований. Появились и новые продукты, в число которых вошли кофеварка Telve® второго поколения, кофеварка Pro Telve® производительностью 9 чашек и капсульная кофемашина; они получили еще 22 патента и несколько международных премий за дизайн.

В настоящее время портфель продукта марки Telve® включает в себя более 300 патентных заявок и патентов, сведенных в 75 семейств патентов-аналогов, три зарегистрированных товарных знака, восемь промышленных образцов и 12 заявок на промышленные образцы.

Присвоение УГТ технологии или проекту позволяет компании разместить их в инновационной цепочке. Как правило, проект, получивший низкий УГТ, потребует значительной

доработки, прежде чем он будет готов к выводу на рынок. Это позволяет предпринимателям учесть этот фактор в контексте выделения дальнейших средств на обеспечение развития. Выделение средств на финансирование вариантов и возможностей, связанных с лицензированием технологий, также будет зависеть от показателя УГТ. По своей сути шкала УГТ служит лишь ориентиром. Она может помочь компаниям в принятии решений относительно финансирования и других решений, однако время, требуемое для выведения технологии на рынок, будет зависеть от целого ряда факторов.

**Рисунок 1. Уровни готовности технологии**



Источник: Национальное управление Соединенных Штатов Америки по авиации и исследованию космического пространства.

## Бизнес-модель в сопоставлении с бизнес-планом

Успешный предприниматель обеспечивает потребителям продукт или услугу, которые им нравятся. В своей бизнес-модели стартап определяет сроки для выяснения, создания и предоставления потребителям того, что они высоко оценят, излагает свои предположения относительно получения дохода и дает описание своего текущего и прогнозируемого уровня конкурентоспособности, потенциального круга покупателей и т.д.<sup>9</sup> В бизнес-плане с учетом операционных и финансовых аспектов приводится подробное описание того, как предприниматель будет претворять в жизнь свою бизнес-модель. Поскольку бизнес-план представляет собой существенно важный стратегический документ, в котором планируется будущее нового предприятия, подготовка всеобъемлющего бизнес-плана требует от предпринимателя составления детальных прогнозов. У большинства предпринимателей, находящихся на ранних стадиях создания бизнеса, нет достаточного объема данных, позволяющих четко спрогнозировать важнейшие элементы, которые необходимо отразить в бизнес-плане.

Поэтому на самых ранних этапах создания стартапа желательно использовать более гибкие бизнес-модели, позволяющие определить ценность, которую стартап (после его создания) хотел бы предложить. Тем не менее предприниматели должны выделить

время для разработки бизнес-плана, после того как будут четко определены ключевые элементы бизнес-модели и стартап соберет достаточный объем рыночных сведений и данных, позволяющих составить разумные прогнозы.

Стратегия компании в отношении ИС должна быть интегрирована в бизнес-план, в котором должно быть показано, как ИС будет способствовать успешному претворению в жизнь бизнес-модели.



## Примечания

- 1 Термин «система интеллектуальной собственности» охватывает права интеллектуальной собственности, процесс их предоставления, национальные, региональные и международные системы, которые существуют для того, чтобы рассматривать, предоставлять и регистрировать такие права, а также базы данных, содержащие информацию об интеллектуальной собственности.
- 2 См. ВОИС (2018 год). *Изобретая будущее — Введение в тему «Патенты для малых и средних предприятий»*. Серия «Интеллектуальная собственность для бизнеса», номер 3. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_917\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_917_1.pdf).
- 3 См. ВОИС (2006 год). *Творческое выражение — Введение в тему «Авторское право и смежные права для малых и средних предприятий»*. Серия «Интеллектуальная собственность для бизнеса», номер 4. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/918/wipo\\_pub\\_918.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/918/wipo_pub_918.pdf).
- 4 См. ВОИС (2017 год). *Создание знака — Введение в тему «Товарные знаки для малых и средних предприятий»*. Серия «Интеллектуальная собственность для бизнеса», номер 1. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_900\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_900_1.pdf).
- 5 См. ВОИС (2019 год). *Стремление к совершенству — Введение в тему «Промышленные образцы для малых и средних предприятий»*. Серия «Интеллектуальная собственность для бизнеса», номер 2. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_498\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_498_1.pdf).
- 6 ВОИС (2018 год). *Изобретая будущее*, с. 13. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_917\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_917_1.pdf).
- 7 См. <https://web.archive.org/web/20051206035043/http://as.nasa.gov/aboutus/tri-introduction.html>.
- 8 См. [https://en.wikipedia.org/wiki/Turkish\\_coffee](https://en.wikipedia.org/wiki/Turkish_coffee).
- 9 Бизнес-модель можно создать с использованием канвы бизнес-модели. В ней наглядно отражены элементы, которые необходимы для определения предлагаемой ценности продукта или компании. См., например, [www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas](http://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas).