



EUIPO
EUROPEAN UNION
INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE



ევროკავშირის ინტელექტუალური საკუთრების უწყება

ინტელექტუალური საკუთრება განათლებაში

მეწარმეობის

გაკვეთილების კრებული



მეწარმეობის გაკვეთილების კრებული

წინამდებარე კრებული შეიქმნა საშუალო და პროფესიული სკოლების მასწავლებლებისთვის, რათა ისინი პრაქტიკული აქტივობების მეშვეობით დაეხმარონ მოსწავლეებს სამეწარმეო სულისკვეთების დანერგვაში, განუვითარონ მათ 21-ე საუკუნის უნარები და დამოკიდებულებები.

მეწარმეობა არის უნარი, რომლის დაუფლებაც შეუძლიათ ახალგაზრდა ევროპელებს, რათა აქციონ საკუთარი იდეები ქმედებებად და ამავდროულად ისწავლონ თავიანთი შემოქმედებითობის, ინოვაციებისა და მეწარმეობის შედეგების დაცვა.



მეწარმეობის გაკვეთილების კრებული

სარჩევი

● ბლოკი 1 – შესავალი მეწარმეობაში	4
○ რა არის მეწარმეობა	5
○ შემოთავაზებული პასუხები	6
○ რატომ უნდა გახდე მეწარმე?	7
○ შესავალი მეწარმეობაში	8
○ ახალგაზრდა ბიზნესსტარტაპების წარდგენა	9
○ მეწარმის ტესტი	16
● ბლოკი 2 – შემოქმედებითობა და იდეების გენერირება	18
○ შემოქმედებითობა ჩვენ გარშემოა	21
○ ყინულის ღლობის აქტივობები	23
○ იდეების გაცვლა	25
● ბლოკი 3 – ინტელექტუალური საკუთრება და მეწარმეები	26
○ IP საფუძვლები ახალგაზრდა მეწარმეებისთვის	27
○ ინტელექტუალური საკუთრების (IP) ქვიზი	40
● ბლოკი 4 – ბანახორციელი	41
○ კითხვარი „იცნობდე შენს მომხმარებელს“	42
○ დაწერეთ თქვენი ბიზნესგეგმა	43
● ბლოკი 5 – თქვენი იდეის გაყიდვა	51
○ მომგებიანი მინიპრეზენტაციის შექმნა	54

შესავალი მეწარმეობაში

შესავალი

ევროკავშირის საკვანძო კომპეტენციების ჩარჩო – მთელი სიცოცხლის განმავლობაში სწავლისათვის – ხელს უწყობს კომპეტენციებზე ორიენტირებულ სწავლასა და სწავლებას. მეწარმეობა, როგორც ერთ-ერთი საგანთაშორისი, გამჭოლი კომპეტენცია, გულისხმობს უნარს, იმოქმედო შესაძლებლობებსა და იდეებზე დაყრდნობით და გარდაქმნა ისინი სხვებისთვის ღირებულ პროდუქტებად.

მეწარმეობა დაფუძნებულია შემოქმედებითობაზე, კრიტიკულ აზროვნებასა და პრობლემის გადაჭრაზე. მოიცავს რა ისეთ უნარებს, როგორებიცაა: ინიციატივის აღება, შეუპოვრობა, ერთობლივი მუშაობა, ის მიზნად ისახავს კულტურული, სოციალური ან კომერციული ღირებულების პროექტების დაგეგმვასა და მართვას.

მეწარმეობის გაკვეთილების კრებული დაეხმარება მოსწავლეებს:

- გაიაზრონ და განავითარონ თავიანთი შემოქმედებითობა;
- გამოავლინონ სამეწარმეო უნარები, შექმნან საკუთარი სოციალური საწარმოები და ბიზნესსტარტაპები;
- შეიძინონ თავდაჯერებულობა და განივითარონ პრაქტიკული ცხოვრებისეული უნარები;
- ისწავლონ გუნდური მუშაობა, პრობლემის გადაჭრა და საქმის დაგეგმვა;
- შეიძინონ თავდაჯერებულობა იდეების კვლევის, დაპროექტებისა და წარდგენის მიმართულებით.

მეწარმეობის გაკვეთილების კრებული დაეხმარება მასწავლებლებს:

- გამოუმუშავონ ცოდნა, უნარები და დამოკიდებულებები ევროკავშირის საკვანძო კომპეტენციების ჩარჩოს შესაბამისად;
- უზრუნველყონ მჭიდრო საგანთაშორისი ურთიერთკავშირები მათემატიკის, ენისა და ლიტერატურის, ხელოვნების, საბუნებისმეტყველო და საზოგადოებრივ მეცნიერებათა ინტეგრირების გზით პროექტებზე დაფუძნებულ სწავლებაში;
- გამოიყენონ მზა გაკვეთილების იდეები და პრაქტიკული მიდგომები, რათა წახალისონ მოსწავლეები აქტიურ სწავლაში მონაწილეობისკენ;
- მისცენ მოსწავლეებს რეალურ პროექტზე მუშაობის საშუალება ადგილობრივ ბიზნესსა და საზოგადოებასთან კავშირში.



რა არის მეწარმეობა

მეთოდური რეკომენდაციები

მიზნები / სწავლის შედეგები

ამ აქტივობის დასასრულს მოსწავლეებისთვის ნაცნობი იქნება მეწარმის/მეწარმეობის ცნება; მოსწავლეები გაიაზრებენ სამეწარმეო ქცევასა და უნარებს, ისევე, როგორც მათი განვითარების გზებს.

აქტივობის მონახაზი

მოსწავლეები გაარკვევენ, თუ როგორ ყალიბდება მეწარმე, რა უნარ-ჩვევებია საჭირო მეწარმეობაში წარმატების მისაღწევად; აგრეთვე გაეცნობიან ამგვარი საქმიანობის პლუსებსა და მინუსებს. მოსალოდნელია, რომ ზედა კლასების მოსწავლეებისთვის ეს პროცესი მათ ამჟამინდელ ცოდნას დაეფუძნება; უმცროსი ასაკის მოსწავლეებისთვის კი, საკითხებზე სამუშაოდ, შესაძლოა უკეთესი იყოს Web Quest-ის შესრულება. WebQuest-ი არის კვლევაზე ორიენტირებული აქტივობა, რომელიც მთლიანად მოსწავლეების მიერ ინფორმაციის ინტერნეტში ძიებასა და დამუშავებას ეფუძნება. იხილეთ ვებსაიტი: <https://webquest.org/>

მეთოდური რეკომენდაციები

- **მოთელვა:** დაწერეთ დაფაზე სიტყვა „მეწარმე“ და ჰკითხეთ მოსწავლეებს, თუ იცინა მისი მნიშვნელობა. შემდეგ სთხოვეთ ჩამოთვალონ სიტყვები, რომლებიც დაკავშირებულია ამ ცენტრალურ ცნებასთან. თუ ამ ტერმინს არ იცნობენ, შეგიძლიათ დაეხმაროთ ცნობილ მეწარმეთა დასახელებით.
- **ძირითადი დავალება:** თემის წარდგენის შემდეგ დაყავით კლასი ჯგუფებად ან წყვილებად დასარიგებელ მასალაზე სამუშაოდ. აქტივობისთვის გამოყავით 15-20 წუთი.
- **აქტივობის შეკვრა:** სთხოვეთ ჯგუფებს/წყვილებს გაუზიარონ კლასს პასუხები სამუშაო ფურცლიდან (უკუკავშირის სესია). ეს შეიძლება გაკეთდეს დაფაზე პასუხების ჩამოწერით ან ჯგუფური პასუხების სტიკერების მიკვრით.
- **სწრაფი დასრულება:** სთხოვეთ მოსწავლეებს, მოიკვლიონ და დაადგინონ მეწარმეობის სხვადასხვა ტიპი (კომერციული მეწარმეობა, სოციალური მეწარმეობა, შიდამეწარმეობა). ამის შემდეგ შესაძლებელია ნამუშევრების კლასში გაზიარებაც.



შემოთავაზებული პასუხები

1 – ვინ არის მეწარმე?

- ადამიანი, რომელიც იწყებს ბიზნესს და მზადაა გარისკოს, წავიდეს ზარალზე საბოლოო სარგებლის მისაღებად;
- ადამიანი, რომელიც არის შორსმჭვრეტელი და ნოვატორი;
- მიზანდასახული, დამოუკიდებელი, ბიზნესის მფლობელი ადამიანი.

2 – მოიძიეთ ცნობილი მეწარმის მაგალითები (მსოფლიოში, საქართველოში, თქვენს რაიონში). განიხილეთ, რატომ არიან ისინი ასე ცნობილნი?

წარმატებული მეწარმეების რამდენიმე მაგალითი

1. ამანსიო ორტეგა გაონა, 2. ინგვარ კამპრადი, 3. კარლ და თეო ალბრეხტები, 4. რიჩარდ ბრენსონი, 5. ვენდი კოპი, 6. ქსავიერ ნიელი, 7. დენიელ ეკი, 8. სარა ბლეიკლი, 9. კარენ აიაჩი, 10. ლუის ფრიტიოფსონი.

დამატებითი ინფორმაცია შეგიძლიათ იხილოთ ბმულებზე:

> 30 წლამდე ასაკის ოცი ყველაზე წარმატებული მეწარმე – <http://www.eu-startups.com/2017/05/20-of-europes-most-successful-entrepreneurs-under-30/>

> ინტერვიუები ახალგაზრდა ევროპელ მეწარმეებთან:
ჩვენ ეს შევძელით, თქვენც შეძლებთ! – <https://www.youtube.com/watch?v=uhkKiVN3fEw>

> ახალგაზრდა მეწარმეთა წარმატებული ისტორიები:
<https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/videos.php?vid=CUvBWH2tL18>

3 – რა აყალიბებს მეწარმეს?

მეწარმე ფლობს გარკვეულ უნარ-ჩვევებს, რომელთა მეშვეობითაც იგი ხორცს ასხამს საკუთარ იდეებს და აღწევს წარმატებას.

4 – რა უნარებია საჭირო იმისათვის, რომ იყოთ წარმატებული მეწარმე?

შესაძლო პასუხები EntreComp-იდან (სამეწარმეო კომპეტენციის ჩარჩო):

შესაძლებლობების გამოვლენა, შემოქმედებითობა, მკაფიო ხედვა, იდეების დაფასება, ეთიკური და მდგრადი აზროვნება, გამოცდილებით სწავლა, სხვებთან ერთად მუშაობა, ორაზროვნებასთან, გაურკვევლობასა და რისკთან გამკლავება, დაგეგმვა და მართვა, ინიციატივის აღება, სხვების მობილიზება, ფინანსური და ეკონომიკური წიგნიერება, რესურსების მობილიზება, მოტივაცია და შეუპოვრობა, თვითშეგნება და ეფექტურობა.



რატომ უნდა გახდეთ მეწარმე?

რა პლუსები და მინუსები აქვს მეწარმეობას?

მათოდური რაკომანდაციები: ეს აქტივობა შეიძლება რთული აღმოჩნდეს უმცროსი ასაკის მოსწავლეებისთვის. ალტერნატივის სახით შესაძლებელია პასუხების ამოჭრა და ფაზლის სახით აწყობა. ასევე შესაძლებელია აქტივობის განხორციელება ერთობლივად, მთელ კლასთან. ამისათვის საჭირო იქნება ცარიელი ცხრილის ჩვენება და ფრაზების სწორად განაწილება შესაბამის სვეტებში.

შესაძლო პასუხები

პლუსები	მინუსები
„ელიტაში“ გაწევრიანება: ევროპის უმდიდრესმა ადამიანებმა თავიანთი ქონება ბიზნესის წამოწყებით დააგროვეს.	რისკი: ბიზნესის მართვა არ იძლევა ფიქსირებული შემოსავლის გარანტიას, განსაკუთრებით დასაწყისში, ამიტომ არსებობს ფინანსური რისკი.
დამოუკიდებლობა: თქვენ შეგიძლიათ იყოთ საკუთარი თავის უფროსი, არ იყოთ ანგარიშვალდებული ვინმეს წინაშე – თავად აკონტროლებთ თქვენსავე საქმიან ცხოვრებას.	დრო: როდესაც იწყებთ საკუთარ ბიზნესს, ხშირად საჭიროა დროში შეუზღუდავად მუშაობა, რაშიც საათობრივ ანაზღაურებას ვერ იღებთ.
პირადი კმაყოფილება: ძალიან სასიამოვნოა იმის ცოდნა, რომ საკუთარი ფული გამოიმუშავებთ, რაც უფრო მეტად ამბობს თვითშეფასების დონეს.	ფულის დაბრუნება: შეიძლება მრავალი წელი დასჭირდეს კომპანიას იმისათვის, რომ გახდეს საკმარისად მომგებიანი განხორციელებული ინვესტიციების დასაბრუნებლად.
საინტერესო ადამიანებთან შეხვედრა: კავშირების დამყარებასა და სხვებთან ურთიერთობას სოციალური ძალა აქვს. კონტაქტების ქსელს საკვანძო მნიშვნელობა აქვს სამეწარმეო წარმატებისთვის.	არ აღგიქვამენ სერიოზულად: თქვენ უნდა გქონდეთ თავდაჯერებულობა, გამძლეობა და მოქმედების უნარი, განსაკუთრებით გაყიდვების სფეროში.
სოციალური კმაყოფილება: მეწარმეობა არ არის მხოლოდ ბიზნესი – ასეთ აზროვნებას საზოგადო და ადგილობრივი პრობლემების გადაწყვეტაც მოსდევს.	ეკონომიკური კლიმატი: როდესაც ეკონომიკაში ვარდნაა, საუკეთესო ბიზნესგეგმებიც კი შეიძლება წარუმატებელი აღმოჩნდეს თქვენგან დამოუკიდებელი მიზეზების გამო.
კონტროლი: საქმის მართვაზე მეტ ავტონომიას მოაქვს უკეთესი კონტროლი ცხოვრებაზე.	მართო ყოფნა: როდესაც მართო მუშაობ, შეიძლება გამოგრჩეს საქმიანი სამყაროს მნიშვნელოვანი მხარე: სოციალიზაცია.



თავაშისთვის ამოჭარით აჰ

შეჯამება: აუხსენით მოსწავლეებს, რომ არსებობს მეწარმეობის სხვადასხვა ტიპი, მაგალითად: კომერციული, სოციალური, პოლიტიკური. ამ კრებულით გათვალისწინებული გაკვეთილები საშუალებას მისცემს მათ, შექმნან სამეწარმეო პროექტი; ამიტომ უნდა დაიწყონ ფიქრი ინოვაციურ იდეაზე, რომელიც გაუმჯობესებს ადამიანთა ცხოვრების ან საზოგადოების გარკვეულ ასპექტს.

ბლოკი 1 – საშუალო ფურცელი 1

შესავალი მეწარმეობაში

1 – ვინ არის მეწარმე?

.....

.....

2 – მოიძიეთ მაგალითები

მსოფლიოში ცნობილი მეწარმე:

საქართველოში ცნობილი მეწარმე:

მეწარმე, თქვენი მშობლიური ქალაქიდან/რაიონიდან:

რის გამო იცნობენ ამ ადამიანებს კარგად?

.....

.....

3 – რა აყალიბებს მეწარმეს?

.....

.....

.....

4 – რა უნარებია საჭირო წარმატებისთვის?

.....

.....

.....

5 – რატომ უნდა გახდეთ მეწარმე?

.....

.....

.....

პლუსები

.....

.....

.....

.....

.....

მინუსები

.....

.....

.....

.....

.....



ახალგაზრდა ბიზნესსტარტაპების წარდგენა

მეთოდური რეკომენდაციები

მიზნები / სწავლის შედეგები

ამ გაკვეთილზე მოსწავლეები ჩასწვდებიან რამდენიმე ახალგაზრდა ევროპელი მეწარმის წარმატების ისტორიას. ეს წარმატებული სამეწარმეო პროექტები მოსწავლეთა დაინტერესებასა და შთაგონებას გამოიწვევს.

რესურსები

ოთხი ტექსტის ასლები მოსწავლეთა თითოეული ჯგუფისთვის.

აქტივობის მონახაზი

ოთხი ტექსტი ახალგაზრდა ევროპელი მეწარმეებისა და მათი პროექტების შესახებ, რომლებსაც თან ერთვის გააზრებაზე ორიენტირებული შეკითხვები. მოსწავლეები ინდივიდუალურად უპასუხებენ კითხვებს და ამის შემდეგ პასუხებს გაუზიარებენ ერთმანეთს.

მეთოდური რეკომენდაციები

- **შესავალი:** აუხსენით კლასს, რომ უამრავი მეწარმე სამეწარმეო საქმიანობას იწყებს ახალგაზრდობაში, ჯერ კიდევ სკოლაში სწავლის პერიოდში. მართლაც, ზოგიერთი იღვას საკლასო დავალების ან სასკოლო პროექტის შედეგია. წახალისეთ კლასში დისკუსია ახალგაზრდების მიერ ბიზნესის წამოწყების შესახებ.
ჰკითხეთ, იცნობენ თუ არა ვინმეს, ვინც წამოიწყო საკუთარი ბიზნესი; რამდენად რეალურად მიაჩნიათ ასეთი რამ. მათ ჯგუფურად უნდა იმუშაონ – როცა საქმე მეწარმეობას ეხება, გუნდური მუშაობა მეტად მნიშვნელოვანია.
- **ძირითადი დავალება:** დაყავით კლასი ოთხწევრიან ჯგუფებად. თითოეულმა მოსწავლემ უნდა წაიკითხოს და უპასუხოს შეკითხვებს ოთხი ტექსტიდან ერთ-ერთზე. ტექსტზე მუშაობის დასრულების შემდეგ თითოეული მოსწავლე შეაჯამებს მას ჯგუფის დანარჩენი წევრებისათვის. აღნიშნულის ალტერნატივის სახით შესაძლებელია ამ ტექსტებზე შეჯიბრების მოწყობა, რომელშიც გამოვლენილი ყველაზე სწრაფი და ზუსტი ჯგუფი ჯილდოს მიიღებს. ამ სავარჯიშოს შესასრულებლად გამოყავით 15-20 წუთი.
- **აქტივობის შეკვრა:** შეახსენეთ მოსწავლეებს წინა სავარჯიშო, რომელიც ეხება წარმატებულ მეწარმედ ჩამოყალიბებისთვის საჭირო უნარებს. სთხოვეთ კლასს, აღმოაჩინოს ეს უნარები ახლახან წაკითხულ ამბებში.



VEGEA

3ეტი

· იტალია ·

Vegea წარმოადგენს მილანში დაფუძნებულ კომპანიას, რომლის საქმიანობის სფეროც განახლებადი ნედლეულისგან ტყავის შექმნაა. პროდუქცია მთლიანად ყურძნისგან მზადდება. კომპანია დაარსდა 2016 წელს მას შემდეგ, რაც მისმა დამფუძნებელმა ჯანპიერო ტესიტორემ დაიწყო იმის შესწავლა, თუ როგორია „სხვადასხვა მცენარეული ბოჭკოს ფიზიკური და მექანიკური თვისებები, მათი ეკოლოგიურ მასალად გარდაქმნის უნარი“. კვლევამ ის მიიყვანა „ღვინის ტყავის“ შექმნამდე, რადგან მიხვდა, რომ ყურძნის კანი, ყუნწები და მარცვლები იდეალურია ნამდვილი ვეგანური ტყავის შესაქმნელად.

ყოველწლიურად 26 მილიარდი ლიტრი ღვინო იწარმოება და წარმოიქმნება დიდი რაოდენობის ნარჩენი. Vegea იყენებს მათ მოდის ნაწარმის დასამზადებლად. ეკოდიზაინერ ტიცინო გვარდინის შემოქმედებითი თაოსნობით კომპანიამ იმუშავა კაბების, ჩანთებისა და ფეხსაცმელების პირველ პროტოტიპებზე, რასაც ხელი შეუწყო მასალის უზარმაზარმა პოტენციალმა და მრავალფეროვნებამ, – განმარტავს VEGEA-ს მფლობელი ჯანპიერო ტესიტორე.

აღნიშნული ინოვაციის პოტენციალი არ ვრცელდება მხოლოდ ტანსაცმელსა და აქსესუარებზე – კომპანია ტყავის ნაწილებს ასევე იყენებს ავტომობილის ინტერიერის, ავეჯისა და სხვა სამომხმარებლო საქონლის წარმოებაში.

საწარმო აერთიანებს იტალიის ორ ყველაზე პოპულარულ ინდუსტრიას: მეღვინეობასა და მოდას და „ეს არის ახალი გზა იმისთვის, რომ იყოთ ერთდროულად მოდურიცა და ეკომეგობრულიც“.

დაარსებიდან სულ რამდენიმე წლის შემდეგ Vegea-მ მოიპოვა არაერთი იტალიური და საერთაშორისო პრიზი თუ ჯილდო.

1 – რამდენად არის Vegea-ს ისტორია პრობლემის გადაჭრის მაგალითი?

.....

2 – რა შესაძლებლობა დაინახეს Vegea-ს დამფუძნებლებმა?

.....

3 – როგორ ფიქრობთ, რატომ აღმოჩნდა ეს პროდუქტი მიმზიდველი მომხმარებლებისათვის?

.....

4 – როგორ ფიქრობთ, რამდენად მნიშვნელოვანია ასეთ შემთხვევებში გუნდური მუშაობა და თანამშრომლობა?

.....

5 – რა შესაძლებლობები არსებობს ამ პროდუქტის სამომავლო განვითარებისთვის?

.....

წყარო და დამატებითი ინფორმაცია: www.vegeacompany.com



ფრინველთა კონტროლის ჯგუფი

• ნიდერლანდები •

„ფრინველთა კონტროლის ჯგუფი“ (Bird Control Group) მომხმარებლებს სთავაზობს ინოვაციურ პროდუქტებს სამუშაო პროცესისგან ფრინველების დისტანცირებისთვის. ეს კი, თავის მხრივ, უზრუნველყოფს უსაფრთხო სამუშაო გარემოს და წარმოადგენს დაზიანების თავიდან აცილების მათალეფექტურ საშუალებას. შტაინარ ჰენსკესი რის თანადამფუძნებელი ლაზერული ტექნოლოგიების კომპანიისა, რომელიც აგვარებს კონფლიქტს ადამიანებსა და ფრინველებს შორის მსოფლიოს 70-ზე მეტ ქვეყანაში. მის დამკვეთებს შორის არიან მსხვილი საერთაშორისო კომპანიები, აეროპორტები და სამთავრობო ორგანიზაციები. შტაინარის ცხოველებისადმი კეთილმეგობრული გადაწყვეტები ველური ბუნების მსოფლიო ფონდის მიერაა აღიარებული.

შეკითხვას, თუ რამ შთააგონა კომპანიის დაარსება, შტაინარმა უპასუხა: „ყოველთვის მოხიბლული ვიყავი ლაზერული ტექნოლოგიით. ერთ ღამეს მინდორში ლაზერული ნათურით ვერთობოდი და შევამჩნიე, რომ ფრინველები მოულოდნელად იქაურობას გაეცალნენ. ჩავატარე კვლევა იმ ფაქტის დასამტკიცებლად, რომ ფრინველები ლაზერს ფიზიკურ საფრთხედ აღიქვამენ. დავინახე წარმოუდგენელი შესაძლებლობა, შემექმნა ისეთი რამ, რაც გადაჭრიდა უზარმაზარ გლობალურ პრობლემას – პრობლემას, რომელიც საფრთხეს უქმნის ადამიანთა სიცოცხლეს, ზიანს აყენებს ნათესებს და ანადგურებს ქონებას. ასე გაჩნდა „ფრინველთა კონტროლის ჯგუფის“ დაარსების იდეა“.

შტაინარი იყო ჰოლანდიის ჩემპიონი ძიუდოში. იმაზე საუბრისას, თუ როგორ დაეხმარა სპორტი ბიზნესში, ის აცხადებს: „ძიუდომ მასწავლა, როგორ უნდა გახდე შეუპოვარი და მიაღწიო უზენაეს ცხოვრებისეულ მიზნებს. უნდა ივარჯიშო დაუღალავად და იყო მეტად კონცენტრირებული შეჯიბრების დროს. ძიუდოში ბევრ რამეზე ვთქვი უარი დასახული მიზნების მისაღწევად. იყო მეწარმე, მრავალი თვალსაზრისით, იგივეა, რაც იყო პროფესიონალი სპორტსმენი“.

1 – რა გამოსავალს სთავაზობს კომპანია ბიზნესებს?

.....

2 – როგორ ფიქრობთ, რა განაპირობებს საწარმოს ასეთ წარმატებას?

.....

3 – რამდენად არის შტაინარის ამბავი მაგალითი იმისათვის, რომ თქვენი ჰობი ბიზნესად აქციოთ?

.....

4 – რამდენად მნიშვნელოვანია ეთიკური ასპექტი „ფრინველთა კონტროლის ჯგუფისთვის“?

.....

5 – რა კუთხით არის შედარებული სპორტი და ბიზნესი?

.....

წყარო და დამატებითი ინფორმაცია: www.americaninno.com, www.birdcontrolgroup.com



· საფრანგეთი ·

ყველა ბილეთი გაყიდულია. ფრედ მაძელა უშედეგოდ განაგრძობდა მატარებლების ვებგვერდის განახლებას. იმედოვნებდა, რომ მატარებლის ერთი ბილეთი მაინც იქნებოდა ხელმისაწვდომი. 27 წლის ასაკში მას არასოდეს გაუტარებია შობა ოჯახის წევრების გარეშე და სჯეროდა, რომ 2003 წელიც არ იქნებოდა გამონაკლისი. სახლი პარიზიდან 500 კმ-ითაა დაშორებული და დასავლეთ საფრანგეთში, ვენდეს რეგიონში მდებარეობს. უმანქანოდ იქ მისვლა ნამდვილად არ იყო იოლი. რადგან მატარებლის ბილეთი ვერ იშოვა, ფრედმა დაურეკა თავის უმცროს დას და დაარწმუნა, რომ გრძელი შემოვლითი გზით მისთვის პარიზში გამოეცვლო.

მალე და-ძმა შინ მიმავალ გზას დაადგა ძველი საოჯახო ავტომობილით, Honda Civic-ით. გზაში ფრედი ფანჯრიდან იყურებოდა და A10 მაგისტრალიდან შენიშნა ხალხით გადავსებული მატარებელი. ამავდროულად, მის თვალწინ ჩაიქროლა ასობით ავტომობილმა, რომელთა უმეტესობაშიც, მძღოლის გარდა არავინ იჯდა. უცებ გაუნათდა და მიხვდა, თუ რას ხედავდა სინამდვილეში. „ღმერთო ჩემო!“ – გაიფიქრა მან, – „რამდენი თავისუფალი ადგილია ავტომობილებში!“

მომდევნო 72 საათის განმავლობაში ფრედს თვალი არ მოუხუჭავს. ფიქრობდა, საჭიროა თუ არა არსებობდეს ავტომობილებში ცარიელი ადგილების მონაცემთა ბაზა. ინტერნეტში ძიების შედეგად მან აღმოაჩინა რამდენიმე პოსტი სხვადასხვა ფორუმზე, სადაც ადამიანები სთავაზობდნენ სხვებს მათთან ერთად მგზავრობას. ასეთი შეთავაზებები იმდენად მცირერიცხოვანი და არაორგანიზებული იყო, რომ ვინმეს პოვნა, ვისაც იმავე მარშრუტით მგზავრობა სჭირდებოდა, თითქმის შეუძლებელი იყო.

მას შემდეგ, რაც ფრედი „სილიკონის ველის“ ბუმს ეზიარა და სტენფორდში სწავლის დროს სტარტაპაზროვნებას დაუფლა, მიხვდა, რომ ეს იდეა შეიძლებოდა მასობრივი გამხდარიყო. ავტომობილის თითოეულ ცარიელ სავარძელში ის ხედავდა ბაზარზე არსებულ ხარვეზს და დარწმუნებული იყო, რომ სხვა ადამიანები აუცილებლად ისარგებლებდნენ ასეთი ხელმისაწვდომი, მოსახერხებელი და მეგობრული სატრანსპორტო გადაწყვეტით.

1 – როდის მოუვიდა თავში ფრედს ეს იდეა?

.....

2 – რა არის ამ ისტორიაში არასტანდარტული, ჩარჩოებიდან ამომხტარი აზროვნების მაგალითი?

.....

3 – რამდენად მნიშვნელოვანია თქვენი სამეწარმეო იდეის გარშემო კვლევის ჩატარება?

.....

4 – როგორ ფიქრობთ, რა არის სტარტაპაზროვნება?

.....

5 – როგორ ფიქრობთ, რა გააკეთა ფრედმა ამის შემდეგ?

.....

წყარო და დამატებითი ინფორმაცია: www.blablacar.com

fenu
health

FENUHEALTH

• ირლანდია •

ყველაფერი 2015 წელს დაიწყო, როდესაც 13 და 14 წლის დები – ქეით და ენი მედენები – ერთად მუშაობდნენ „BT ახალგაზრდა მეცნიერის“ კონკურსში გამარჯვებულ პროექტზე. იდეა უკავშირდება ტესტს იმის შესახებ, შეიძლება თუ არა შოკოლადის ბატონი „მარსი“ (Mars Bars) ცხენებს უფრო სწრაფად სირბილს. რამდენიმე თვის განმავლობაში საჯარო და კერძო ორგანიზაციების მხარდაჭერით დებმა შექმნეს ისეთი პროდუქტი, რომელიც სადოლე ცხენების უმრავლესობას კუჭის პრობლემას უმსუბუქებდა.

ისინი დაესწრნენ Equitana-ს, მსოფლიოში ყველაზე დიდ საცხენოსნო სავაჭრო გამოფენას გერმანიაში, სადაც წარმოადგინეს თავიანთი ბრენდირებული საკვები ცხენებისთვის. ენი იხსენებს: „ჩვენ რამდენიმე მნიშვნელოვან კონტაქტზე გავედით და საშუალება მოგვცა შევხვედროდით დისტრიბუტორებს მთელი მსოფლიოდან. პირველ დღეს ხალხი სერიოზულად არ აღგვიქვამდა ჩვენი ასაკის გამო, მაგრამ მესამე დღეს ჩვენს პროდუქტზე სასაუბროდ რიგში ჩადგომა დაიწყო“.

ენის თქმით, კომპანიის დაარსების დღიდან მოყოლებული, დებს ძალიან გაუმართლა, ვინაიდან საცხენოსნო და კვების ინდუსტრიის წამყვანი სპეციალისტებისაგან იღებდნენ ღირებულ რჩევებს. ცხენების მწვრთნელებთან საუბრის შემდეგ მათ გაარკვიეს, რომ კუჭის წყლული დიდი პრობლემაა სადოლე ცხენებისთვის, ამიტომაც გადაწყვიტეს, სწორედ ამ ბაზარზე კონცენტრირებულიყვნენ.

კვებითი დანამატი შედგება შამბალილასა და სხვა მწვანილების ნაზავისგან, რომელსაც ცხენებს იოლად აწვდიან ყოველდღიურ საკვებზე მოყრილი სახით.

პროდუქტები გამოიყენება კუჭის წყლულის პრევენციისთვის ან მკურნალობისთვის – და, ფასიც ხელმისაწვდომია.

1 – რა მოვლენამ შთააგონა დები, რომ ცხენების კვებით დაინტერესებულიყვნენ?

.....

2 – რატომ იყო მნიშვნელოვანი Equitana-ს სავაჭრო ბაზრობაზე დასწრება?

.....

3 – რატომ არ აღიქვა ზოგმა ადამიანმა ისინი სერიოზულად?

.....

4 – რა კუთხით შეიძლება დაგეხმაროთ ახალგაზრდა ასაკი ხანდაზმული პროფესიონალებისგან რჩევის მისაღებად?

.....

5 – მიუთითეთ პროდუქტის წარმატების ორი მიზეზი.

.....

პასუხები

VEGEA

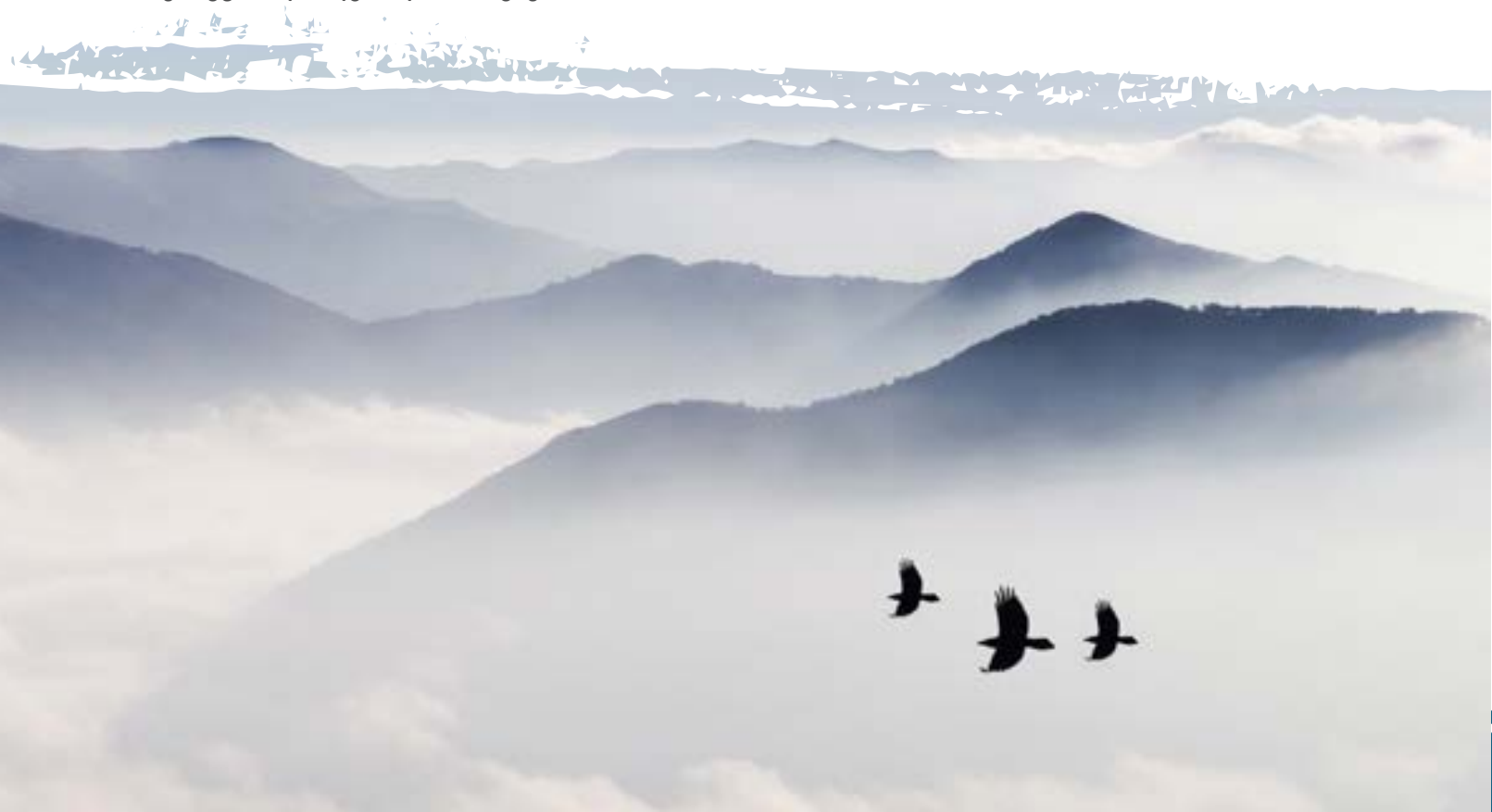
- ღვინის წარმოების შედეგად მიღებული ნარჩენები გარდაიქმნება ეკოლოგიურად სუფთა მასალად.
- მოდის ნაწარმის დამზადების შესაძლებლობა უამრავი იაფი წყაროს გამოყენებით.
- ის ერთდროულად ეკოლოგიურად სუფთაცაა და მოდურიც.
- მნიშვნელოვანია დიზაინერსა და დამფუძნებლის ტექნიკურ ცოდნას შორის კოლაბორაცია.
- მისი გამოყენება შესაძლებელია ავეჯისთვის, ავტომობილის ინტერიერისთვის, აქსესუარებისთვის და ა.შ.

სამეწარმეო უნარები: შესაძლებლობების აღმოჩენა, მკაფიო ხედვა, ეთიკური და მდგრადი აზროვნება, სხვებთან ერთად მუშაობა.

„ფრინველთა კონტროლის ჯგუფი“

- მას შეუძლია სივრცის ფრინველებისგან გათავისუფლება.
- ის უზრუნველყოფს სპეციალიზებულ მომსახურებას, რომლის თავად შესრულებაც მსხვილ კომპანიებს არ სურთ.
- ის დაინტერესებული იყო ლაზერული ტექნოლოგიით და შეძლო მისი გამოყენება პრობლემის გადასაჭრელად.
- კომპანიებს სურთ აჩვენონ, რომ პრობლემის გადაჭრისას ცხოველებისათვის სასიკეთო საშუალებებს მიმართავენ.
- შტაინარის განცხადებით, თვისებები, რომლებიც მან სპორტში შეიძინა, მეწარმისთვის მეტად მნიშვნელოვანია. კერძოდ, ესენია: შეუპოვრობა, ამბიციუა, შრომისმოყვარეობა და კონცენტრაცია.

სამეწარმეო უნარები: შემოქმედებითობა, გამოცდილებით სწავლა, ჰობის ბიზნესად გადაქცევა, ეთიკური და მდგრადი აზროვნება.





BlaBlaCar

- მაშინ, როდესაც საშობაოდ თავის ოჯახში გასამგზავრებლად მატარებლის ბილეთი ვერ იშოვა; მაშინ, როცა გზაზე უამრავ ავტომობილს ხედავდა ცარიელი ადგილებით.
- მატარებლით მგზავრობა აშკარა გამოსავალი იყო, თუმცა ავტომობილის გაზიარება კიდევ ერთ შესაძლებლობას წარმოადგენდა.
- უნდა მოიძიოთ ინფორმაცია თქვენი იდეის შესახებ, რათა გაარკვიოთ, არსებობდა თუ არა ის აქამდე და რამდენადაა შესაძლებელი მისი გაუმჯობესება.
- ეს ეხება აქტიური ქმედების დაწყებას, წარუმატებლობის შიშის გადალახვას და გულმოდგინედ მუშაობას ოცნების ასრულებისთვის.
- მან ბევრი იფიქრა თავის იდეაზე, დახვეწა იგი და შემდეგ გაიარა კონსულტაცია რამდენიმე ახლო მეგობართან, რომლებიც ასევე ეძებდნენ ბიზნესშესაძლებლობას. მათ ერთად ძალიან ბევრი იმუშავეს და იდეა რეალობად აქციეს.

სამეწარმეო უნარები: შესაძლებლობების გამოვლენა, მკაფიო ხედვა, დაგეგმვა და მართვა, სხვებთან ერთად მუშაობა, ფინანსური და ეკონომიკური წიგნიერება.

FenuHealth

- „BT ახალგაზრდა მეცნიერის“ კონკურსი. მოსწავლეებისთვის უამრავი კონკურსი ტარდება მეწარმეობის, მეცნიერების, ტექნოლოგიების, გამოგონებების, ხელოვნების, ხელნაკეთობების და სხვა მიმართულებით. ეს შეიძლება იყოს შესანიშნავი ფაქტორი მოსწავლეების მოტივირებისა და ინსპირაციისთვის.
- მათ მიეცათ პროდუქტის სპეციალიზებულ ბაზარზე დემონსტრირების, კონტაქტების დამყარების, კონკურენტების შესახებ ინფორმაციის მიღების, ახალი მოვლენებით შთაგონების შესაძლებლობა.
- ზოგი ადამიანი ვერ აფასებს ახალგაზრდების შესაძლებლობებს. მსოფლიოს უდიდესი მეწარმეების უმრავლესობამ თავის მომავალ საქმიანობას ჯერ კიდევ სკოლაში სწავლის პერიოდში ჩაუყარა საფუძველი. შეუპოვრობა ახალგაზრდების გამორჩეული უპირატესობაა, წარუმატებლობისადმი შიშის არქონა მეწარმეების მნიშვნელოვანი მახასიათებელია.
- ხანდაზმული პროფესიონალები, როგორც წესი, უფრო მოწადინებულნი არიან დაეხმარონ ახალგაზრდა მეწარმეებს, რადგან ისინი მათ პირდაპირ კონკურენტებად ვერ აღიქვამენ. ამ კეთილგანწყობის წყალობით ახალგაზრდა მეწარმეს შეუძლია რამდენიმე ძალიან ღირებული ბიზნესრჩევა მიიღოს.
- პროდუქტები წარმატებულია, ვინაიდან პასუხობს ბაზარზე არსებულ საჭიროებებს; ადვილია მათი შეტანა ცხენის კვების რაციონში; ისინი ეკონომიურიცაა და ნატურალურიც.

სამეწარმეო უნარები: გამოცდილებით სწავლა, სხვებთან ერთად მუშაობა, შესაძლებლობების აღმოჩენა, იდეების შეფასება, ინიციატივის აღება.



მეწარმის ტესტი

მეთოდური რეკომენდაციები

მიზნები / სწავლის შედეგები

ამ აქტივობის დასასრულს მოსწავლეები უკეთ იქნებიან ინფორმირებულნი იმ მახასიათებლების შესახებ, რომლებიც ხელს უწყობს მეწარმის წარმატებას.

აქტივობის მონახაზი

პიროვნების ხასიათის თავისებურებების შესახებ კითხვარის შევსება მოსწავლეს აძლევს შესაძლებლობას დაფიქრდეს თავის სამეწარმეო მისწრაფებებზე.

რესურსები

კითხვარის ასლები თითოეული მოსწავლისთვის.

მეთოდური რეკომენდაციები

- **შესავალი:** აუხსენით კლასს, რომ უამრავ მეწარმეს აქვს სწორედ ამ ტიპის საქმიანობით დაკავებული ადამიანისთვის დამახასიათებელი გარკვეული თვისებები. მეწარმედ ჩამოყალიბება კონკრეტული პიროვნული თვისებების ფლობას მოითხოვს. საბედნიეროდ, ეს არის ხასიათის ის თავისებურება, რომლის შეგიძლიათ სუსტი მხარეების ამოცნობითა და გაუმჯობესებით, ამ თვისებების დახვეწითა და სწავლით. მაშინაც კი, თუ ვინმეს არ აქვს განზრახვა გახდეს თვითდასაქმებული ბიზნესმენი, მაინც მნიშვნელოვანია ამ სასარგებლო ცხოვრებისეული უნარების განვითარება.
- **ძირითადი დავალება:** სთხოვეთ მოსწავლეებს, ინდივიდუალურად შეავსონ კითხვარი, შემდეგ კი შეაჯამონ ქულები და შეამოწმონ შედეგების ცხრილი.
- **შეჯამება:** წაახალისეთ მოსწავლეები, უკუკავშირის მიზნით ჯგუფში ან წყვილში შეადარონ ერთმანეთის პასუხები. ასევე შეიძლება ვთხოვოთ, რომ განსაზღვრონ მეწარმის ყველაზე ღირებული მახასიათებლები; ამავდროულად შექმნან მნიშვნელოვანი თვისებების რეიტინგი (1-5).



ბლოკი 1 – საშუალო ფურცალი 2

შეგიძლიათ იყოთ წარმატებული მეწარმე?

გაიარეთ ტესტი, რათა გაარკვიოთ!

		დიახ	შესაძლოა	არა
1	ჩემთვის მნიშვნელოვანია წარმატების მიღწევა.			
2	როდესაც მიზანს დავისახავ, მას კიდეც ვაღწევ.			
3	დარწმუნებული ვარ ჩემს შესაძლებლობებში.			
4	ვარ შემოქმედებითი.			
5	არ მიყვარს, როცა ადამიანები მკარნახობენ, რა გავაკეთო.			
6	მაქვს მონდომება.			
7	გამოვიყენებ ყველა შანსს, როცა ვფიქრობ, რომ იდეა კარგია.			
8	მომწონს, როცა გარემოებებს ვაკონტროლებ.			
9	სწავლა ნამდვილად არასოდეს მთავრდება.			
10	გამომგონებელი ვარ.			
11	ზოგადად ოპტიმისტი ვარ.			
12	მზად ვარ, გავრისკო.			
13	ის, რაც მაინტერესებს, არ მდლის.			
14	მირჩევნია, რომ თავად განვსაზღვრო ჩემი სამუშაო პირობები და საათები.			
15	მომწონს საქმეების ჩემებურად კეთება.			
16	შემიძლია კარგად ვიმუშაო დამოუკიდებლად.			
17	ვფიქრობ, რომ ზოგადად პრობლემების გადაჭრა შესაძლებელია.			
18	შემიძლია პრობლემების გადაწყვეტის ორიგინალური გზების მოფიქრება.			
19	ვარ ინოვაციური.			
20	პრობლემების გადაჭრა სიამოვნებას მანიჭებს.			
21	ხშირად ვმოქმედებ ინტუიციით.			
22	ვარ მოქნილი.			
23	ვფიქრობ, რომ შეცდომა სწავლის შესაძლებლობაა.			
24	კარგად ვამჩნევ შესაძლებლობებს.			
25	მსიამოვნებს სხვა ადამიანებთან ერთად მუშაობა.			

დიახ X4
შესაძლოა X2-
არა X0-

ჯამური ქულა

რამდენად ხართ მეწარმე?

> შეამოწმეთ თქვენი პასუხები აქ.

- 40-ზე ნაკლები** ვერაფერი გადაგელობათ გზაზე, თუ გასურთ გახდეთ მომავალი მეწარმე. სასურველია განაგრძოთ თქვენი უნარების განვითარება და გარკვეული გამოცდილება შეიძინოთ არსებულ ბიზნესში საქმიანობიდან, სანამ დამოუკიდებელ საქმეს წამოიწყებთ.
- 41 – 60** ყველა უნარი დროთა განმავლობაში იხვეწება! გამოიყენეთ ნებისმიერი შესაძლებლობა, რათა იყოთ შემოქმედებითი, გამომგონებლური და თავდაჯერებული. გქონდეთ იმის რწმენა, რომ შეგიძლიათ შეცვალოთ თქვენ გარშემო არსებული სამყარო! უკეთესი შედეგების მისაღწევად რატომ არ გაერთიანდებით პარტნიორთან, რომელიც აფასებს თქვენს უნარებს!
- 61 – 80** მომავალი ნათელ ფერებში ჩანს! თქვენ გაქვთ პოტენციალი, გახდეთ წარმატებული მეწარმე. მოიძიეთ შესაძლებლობები, რათა მიმართოთ თქვენი სამეწარმეო უნარები საკუთარი თავისა და სხვების დასახმარებლად. დაიმახსოვრეთ, დიდი იდეა შეიძლება ნებისმიერ მომენტში გაჩნდეს.
- 81 – 100** გილოცავთ! თქვენ ავლენთ ძლიერ მიდრეკილებას და გაქვთ კარგი უნარი, რომ გახდეთ მეწარმე. გახსოვდეთ, თქვენ უნდა იმუშაოთ და კონცენტრირდეთ თქვენს მიზნებზე. მეწარმეობა არის თქვენი იდეების პრაქტიკაში რეალიზების შესაძლებლობა.

შემოქმედებითობა და იდეების გენერირება

მიზნები / სწავლის შედეგები

ამ ბლოკის დასასრულს მოსწავლეები გაიაზრებენ, რომ შემოქმედებითობა ყველგანაა ჩვენ გარშემო. მნიშვნელოვანია, რომ მოსწავლეები აცნობიერებდნენ საკუთარ შემოქმედებითობას და ცნობდნენ იდეების გენერირების მიღმა არსებულ პროცესებს. სასწავლო ერთეულის ბოლოს მოსწავლეებმა უნდა ჩამოაყალიბონ იდეა კომერციული ან სოციალური საწარმოსათვის.

აქტივობის მონახაზი

ამ ბლოკში წარმოდგენილია სამი აქტივობა:

- მოკლე, მოთელვითი ხასიათის აქტივობა, რათა მოსწავლეებმა იაზროვნონ შემოქმედებითად.
- ცხრილის შევსება ადამიანების ყოველდღიური შემოქმედებითი საქმიანობის შესახებ ინფორმაციით, რასაც მოჰყვება ყოველდღიურ სიტუაციებში საკუთარ შემოქმედებაზე ფოკუსირება.
- ძირითად დავალებაზე მუშაობისას მოსწავლეები გამოიყენებენ ე.წ. „გონებრივ იერიშს“ (Brainstorming) სოციალური ან ბიზნესინიციატივის იდეების გენერირებისთვის..

რესურსები

კონსპექტის ასლები თითოეული მოსწავლისთვის.

შესავალი

შემოქმედებითი აზროვნება ის აუცილებელი უნარია, რომელიც მეწარმეს ახალი იდეების ჩამოყალიბებაში ეხმარება. შემოქმედებითობა ადამიანს აძლევს საინტერესო პროცესების შექმნის შესაძლებლობას. ამ ბლოკში მოსწავლეები გაეცნობიან შემოქმედებითი აზროვნების განვითარების გზებს.

შემოქმედებითობა მხოლოდ ხელოვნების სფეროს არ განეკუთვნება; ის ეხება გამომგონებლობის გამოყენებას ჩვენი ცხოვრების ყველა ასპექტში – როგორც საკლასო ოთახში, ასევე მის გარეთ. ადაპტაციის სწავლა, არასტანდარტულად აზროვნება და კრიტიკული შეფასება სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი უნარებია სწრაფად განვითარებად შრომის ბაზარზე.

შემოქმედებითობის განვითარება განათლების გამოწვევაა არა მხოლოდ ხელოვნებაში, არამედ, განსაკუთრებით, საბუნებისმეტყველო საგნებსა და მეცნიერებაში. თქვენი, როგორც მასწავლებლების მიზანია, ყველა საგნობრივ მიმართულებაში შთააგონოთ მოსწავლეები, რომ შემოქმედებითობა, ინოვაცია და მეწარმეობა განათლების ერთ-ერთ მთავარ ღერძად აღიქვან.



რა ზომებს შეიძლება მიმართონ მასწავლებლებმა კლასში შემოქმედებითობის გასაღვივებლად?

შემოქმედებითობა არის უნარი, რომლის დაუფლებაც შესაძლებელია ბავშვების ზრდა-განვითარებასთან ერთად; შესაბამისად, საჭიროა მისი სტიმულირება და წახალისება სასკოლო გარემოში.

აქ წარმოდგენილია რამდენიმე რჩევა, რომლებიც დაგეხმარებათ, გაამდიდროთ საკლასო მუშაობა უფრო მეტი შემოქმედებითი აქტივობით.

აქციეთ შემოქმედებითობა ყოველდღიურ მიზნად.	ჩაანაცვლეთ „იერარქიული“ სწავლება კოოპერაციულ სასწავლო ზონებში სწავლით.	წარმოაჩინეთ შემოქმედებითობა პოზიტიური კუთხით.
მოქნილად ცვალეთ კლასის წყობა.	ხშირად გამოიყენეთ არატრადიციული სასწავლო მასალები.	გათვალსაჩინოეთ მიზნები და დააზუსტეთ მათი მიღწევის ვადები.
წახალისეთ დისკუსია.	შეიტანეთ სასწავლო პროცესში რაც შეიძლება ბევრი პრაქტიკული, კეთებაზე ორიენტირებული აქტივობა.	აღიარებთა და ხშირი წახალისებით გააღვივეთ მოსწავლეთა შემოქმედებითობა.
წახალისეთ რაც შეიძლება მეტი ფერის გამოყენება.	გამოყავით დრო და სივრცე ვიზუალიზებული რეფლექსიისთვის.	ნუ შემოიფარგლებით დავალების ერთი-ორი ფორმატით.
გამოაკარით სამოტივაციო პლაკატები.	გამოიკვლიეთ სხვადასხვა კულტურა.	შეახსენეთ მოსწავლეებს, რომ შეცდომები სწავლის ნაწილია.

შესავალი

აირჩიეთ ქვემოთ მოცემული მოთელვითი ხასიათის აქტივობებიდან ერთ-ერთი, რათა კლასმა ერთობლივად იმუშაოს და შემოქმედებითად იფიქროს. ამ მოკლე აქტივობის შემდეგ სთხოვეთ მოსწავლეებს შეავსონ ცხრილები „შემოქმედებითობა ჩვენ გარშემო“.

- პირველ რიგში დავფიქრდეთ, სად ავლენენ შემოქმედებითობას ჩვენ გვერდით მყოფი ადამიანები ყოველდღიურ სიტუაციებში.
- შემდეგ განვსაზღვროთ ისეთი ყოველდღიური ცხოვრებისეული სიტუაციები, როდესაც თავად მოსწავლეებმა გამოავლინეს შემოქმედებითობა. ამ რეფლექსიამ შეიძლება უბიძგოს მოსწავლეებს სხვადასხვა სახის პრობლემის გადაჭრისკენ.

განვრცობა

როდესაც ყველა მოსწავლე დაასრულებს ამ დავალებას, გაამსხვილეთ ჯგუფები. სთხოვეთ, შეაჯერონ პასუხები და შექმნან ყველაზე შემოქმედებითი აქტივობების სია. ბოლოს შესაძლებელია აღნიშნული სიების კლასში გაზიარება.

ძირითადი დავალება

იდეების მხაპი. აუხსენით მოსწავლეებს, რომ შესანიშნავი იდეა შეიძლება მოგივიდეს ნებისმიერ დროს: მხაპის ქვეშ, ბაღში დასვენებისას და ა.შ. თუმცა, შესანიშნავი იდეების მოფიქრება „გონებრივი იერიშის“ გზითაც შეიძლება, ჯგუფურად ან დამოუკიდებლად. ეს პროცესი იდეების თავისუფალ ნაკადსაც გვაძლევს და, ამავდროულად, მხოლოდ „ჭკვიანური აზრების“ გამოთქმის წნეხისგანაც გვათავისუფლებს.

ზოგჯერ მოსწავლეები კონკრეტული პრობლემის გადაჭრისას უფრო იოლად ასრულებენ ამ აქტივობას – მას შემდეგ, რაც მკაფიოდ განსაზღვრავენ საჭიროებას ან გადასაწყვეტ პრობლემას.

სთხოვეთ მოსწავლეებს, ჩანიშნონ ყველა იდეა გონებრივი იერიშის დიაგრამაზე.

ბიზნესრჩევები

აქ წარმოდგენილია რამდენიმე სასარგებლო რჩევა ისეთი შემთხვევებისთვის, როცა საქმე პროექტის/ბიზნესის იდეების გენერირებას ეხება.

- **პრობლემის გადაწყვეტა**

იმ პრობლემის ან გამოწვევის იდენტიფიცირება, რომელიც შეიძლება გადაიჭრას ახალი პროდუქტით ან მომსახურებით.

- **ნარჩენი მასალის გამოყენება**

როგორც Vegea-ს მიერ მეღვინეობის ნარჩენებისგან ტყავის დამზადების შემთხვევამ ზემოთ დაგვანახა, სამრეწველო ნარჩენების გადამუშავებაზე, გარემოს დაცვაზე ორიენტირებული იდეები საკმაოდ დიდ პოტენციალს შეიცავს ბიზნესისთვის.

- **ჰობის ბიზნესად გადაქცევა**

ჩვენი უნარები, რომლებიც ჰობის სახით გარკვეულად უკვე დაუფლებული და რეალიზებულია, ხშირად შეიძლება გავაცოცხლოთ და ხელახლა გამოვიყენოთ საწარმოს შესაქმნელად. სპორტი, მოდა, დიზაინი, ხელოვნება, ხელსაქმე, ფოტოგრაფია, წერა ჰობის მხოლოდ რამდენიმე მაგალითია, რომლებიც შეიძლება მომგებიანი ბიზნესის წყაროდ იქცეს.

- **პროდუქტის ინოვაციური გაუმჯობესება**

ტექნოლოგიის განვითარებასთან ერთად იზრდება არსებული პროდუქტების გაუმჯობესების შესაძლებლობა.

- **ძველი საქმეების კეთების ახალი გზები**

პროდუქტები და სერვისები, ისევე როგორც თითქმის ყველაფერი, დროთა განმავლობაში იცვლება, რაც იმას ნიშნავს, რომ რამეს კეთების ტრადიციული გზა შეიძლება ახალმა, მომგებიანმა მიდგომამ შეცვალოს. საზოგადოება სწორედ იმ ინოვაციების მეშვეობით მიიწევს წინ, რომლებიც ჩვენი წინამორბედების იდეებს ეფუძნება.

შემაჯამებელი აქტივობა

გაანალიზეთ თქვენი იდეები. რომელია საუკეთესო იდეა? რა აქცევს მას კარგ იდეად? ვინაა ამ იდეის სამიზნე ჯგუფი? რამდენად მომგებიანია იდეა? არის თუ არა ის ორიგინალური? როგორ შეიძლება იდეის ამ ვერსიის გაუმჯობესება?



ბლოკი 2 – საშუალო ფურცელი 1

> შემოქმედებითობა ჩვენ გარშემო

როგორები არიან ადამიანები

შეავსეთ ცხრილი ინფორმაციით იმ ადამიანების შესახებ, რომლებიც შემოქმედებითებად მიგაჩნიათ.

შემოქმედებითი აქტივობა	ვის შეიძლება გამოადგეს?	რა სარგებელი მოაქვს?
მაგალითი: ცხოზა	მაგალითი: მთელს ოჯახს	მაგალითი: ჩვენ მივრთმევთ გემრიელ პურსა და ნამცხვრებს.

ახლა კი, თქვენ შესახებ

ახლა დაწერეთ თქვენი შემოქმედებითობის შესახებ (შესაძლოა, ამა თუ იმ პრობლემის გადაჭრაშიც).

როდის ვარ შემოქმედებითი?	როგორ ვიყენებ შემოქმედებითობას?	რა სარგებელი მოაქვს ამ საქმიანობას?
მაგალითი: ჩოგბურთის შეჯიბრზე	მაგალითი: გამოვიყენე ახლებური დარტყმა მეტოქის დასამარცხებლად.	მაგალითი: დავეხმარე ჩემს გუნდს ტურნირის მოგებაში.

სავარაუდო პასუხები

როგორები არიან ადამიანები

შეავსეთ ცხრილი ინფორმაციით იმ ადამიანების შესახებ, რომლებიც შემოქმედებითებად მიგაჩნიათ.

შემოქმედებითი აქტივობა	ვის შეიძლება გამოადგეს?	რა სარგებელი მოაქვს?
მაგალითი: ცხოვა (ბეზია)	მაგალითი: მთელს ოჯახს	მაგალითი: გემრიელი პურისა და ნამცხვრების მირთმევა
დაბადების დღის ბარათის დამზადება (და)	მეგობრებს და ოჯახის წევრებს	ბარათის მიმღების გაბედნიერება
სახლის გარემონტება (მამა)	მთელს ოჯახს	სახლში მეტი კომფორტის უზრუნველყოფა
ბლოგის დაწერა (მეგობარი)	ნებისმიერ ინტერნეტმომხმარებელს/გვერდის გამომწერს	მკითხველებისთვის სიახლოვნების მინიჭება
საინტერესო საკლასო მუშაობის წარმართვა (მასწავლებელი)	ყველა მოსწავლეს	რადაც ახლისა და საინტერესოს სწავლა

ახლა კი, თქვენ შესახებ

ახლა დაწერეთ თქვენი შემოქმედებითობის შესახებ (შესაძლოა, ამა თუ იმ პრობლემის გადაჭრამიც).

როდის ვარ შემოქმედებითი?	როგორ ვიყენებ შემოქმედებითობას?	რა სარგებელი მოაქვს ამ საქმიანობას?
მაგალითი: ჩოგბურთის შეჯიბრებაზე	მაგალითი: გამოვიყენე ახლებური დარტყმა მეტოქის დასამარცხებლად.	მაგალითი: დავეხმარე ჩემს გუნდს ტურნირის მოგებაში.
საკლასო პროექტში წვლილის შეტანისას	შემომაქვს ხოლმე ორიგინალური იდეები და პერსპექტივები.	მთელი ჯგუფი სწავლობს მეტს და იღებს მაღალ შეფასებას.
მეგობრებთან ცეკვის დროს	გამოვიგონე ცეკვის ახალი მოძრაობა.	მეგობრები კარგად ვერთობით ერთად.
მხატვრული ფოტოს გადაღებისას	ვაზიარებ ფოტოებსა და კომენტარებს სოციალურ მედიაში.	გვერდის გამომწერები ერთობიან და ხალისობენ.
მოგზაურობის ან ექსკურსიის ორგანიზების დროს	ვგეგმავ და ვსწავლობ მარშრუტს.	ოჯახის წევრები ან მეგობრები კარგად მოგზაურობენ.

> ყინულის ღობის აქტივობები

15-ამდე დათვლა

მარტივი მუდური სავარჯიშო

სთხოვეთ ჯგუფის წევრებს, რომ წრეზე განლაგდნენ, სახით ცენტრისკენ. 15-ზე მეტი მონაწილის შემთხვევაში, შექმენით ორი წრე.

აუხსენით მოსწავლეებს შემდეგი წესები:

- ჯგუფმა უნდა დაითვალოს 15-ამდე (რიცხვი მონაწილეთა რაოდენობას უნდა ემთხვეოდეს).
- თითოეული რიცხვის წარმოთქმა მხოლოდ ერთ მონაწილეს შეუძლია. თუ ორი მონაწილე ერთდროულად წარმოთქვამს რიცხვს, ჯგუფმა თავიდან უნდა დაიწყოს.

ვარიაციები:

15-ზე მეტი მონაწილის შემთხვევაში შესაძლებელია, რომ ყოველი რაუნდის შემდეგ შეცდომის დამშვები მოსწავლეები თანმიმდევრულად გაეთიშონ აქტივობას. კიდევ ერთი ვარიანტის მიხედვით, შეგიძლიათ სთხოვოთ მონაწილეებს, მსვლელობისას თვალები დახუჭონ.

განიხილეთ აქტივობა ჯგუფთან ერთად:

- რა იყო რთული ამ პროცესში?
- ვინ აიღო შესრულების ინიციატივა?
- რა სტრატეგია აირჩიეთ?
- როგორ გაართვით თავი სავარჯიშოს?

მსოფლიოს უძველესი შემოქმედებითი სავარჯიშოები

მარტივი გზა თქვენი შემოქმედებითობის გასაპოტარებლად

განიხილვისთვის შეარჩიეთ ესა თუ ის ყოფილი ნივთი, მაგალითად, ტანსაცმლის საკიდი. სთხოვეთ მოსწავლეთა ჯგუფებს, ხუთი წუთის განმავლობაში მოიფიქრონ შერჩეული საგნის გამოყენების რაც შეიძლება მეტი ვარიანტი.

- ვინ მოიფიქრა ყველაზე მეტი?
- გაითვალისწინეთ, რომ ამ სავარჯიშოში რაოდენობა უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე ხარისხი!
- ერთად განიხილეთ სავარჯიშოს შედეგები.

ყოველდღიური საკითხები

სიტყვებით თამაში კარგ იდეებს წარმოშობს!

წესები:

- დაყავით მონაწილეები 3-4-წევრიან ჯგუფებად. თითოეული ჯგუფის ერთ-ერთი წევრი ჩანაწერებს გააკეთებს.
- სთხოვეთ ჯგუფებს ჩამოწერონ დაახლოებით 20 არსებითი სახელი შემთხვევითი პრინციპით. სიტყვების მნიშვნელობა ერთმანეთს არ უნდა უკავშირდებოდეს.
- სთხოვეთ ჯგუფებს, თვალი გადაავლონ სიტყვების სიას. შემდეგ ჯგუფის თითოეული წევრი სიიდან თითო სიტყვას აირჩევს.
- მიეცით ჯგუფებს თითო სიტყვაზე სამი წუთი და დაუსვით შეკითხვა: შეგიძლიათ მოიფიქროთ ამ სიტყვასთან დაკავშირებული ყოფითი პრობლემები?
 - მაგალითისთვის აიღეთ სიტყვა „კატა“.
 - ის სათამაშოების ყუთში იძინებს.
 - ის ღამით ხმაურობს.
- დაუთმეთ სამ-სამი წუთი თითოეული პრობლემის განხილვას და წარმოადგინეთ მათი გადაწყვეტის შესაძლო ვარიანტები.

შენიშვნა: კრიტიკის გარეშე ჩამოწერეთ ყველაფერი, რასაც მონაწილეები იტყვიან. შეგიძლიათ ჯგუფის თითოეულ წევრს პრობლემის დამოუკიდებლად შერჩევის საშუალებაც მისცეთ.



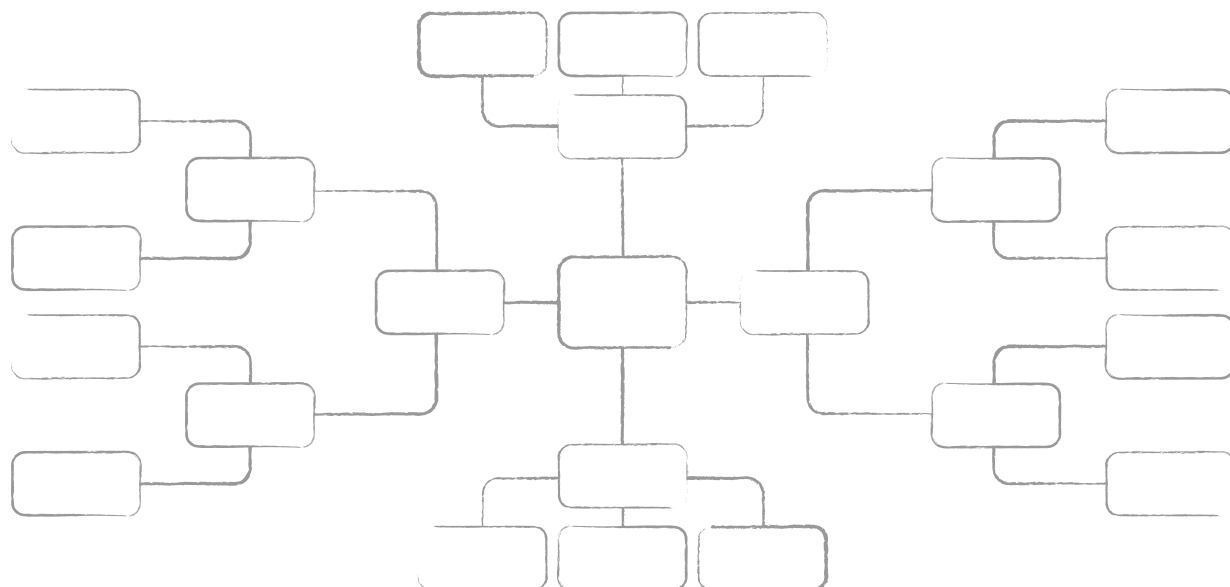
ბლოკი 2 – სამუშაო ფურცელი 2

> იდეების გაცვლა

მას შემდეგ, რაც მეწარმეობის ცნებას, ახალგაზრდა მეწარმეების ისტორიებს და შემოქმედებითი პროცესის თავისებურებებს გაეცანით, დროა საკუთარ სამეწარმეო ინიციატივაზე დაიწყოთ ფიქრი.

პირველი ნაბიჯი არის იმ პრობლემის ან გამოწვევის განსაზღვრა, რომელიც შეიძლება გადაიჭრას ან უკეთესობისკენ შეიცვალოს თქვენი სოციალური ან კომერციული საწარმოს მეშვეობით. ჩაწერეთ პრობლემა ქვემოთ მოცემული სქემის ნიმუშის ცენტრალურ გრაფაში.

სქემის ცენტრალური უჯრის გარშემო მოცემულ უჯრებს გამოვიყენებთ შესაძლო გადაწყვეტების ჩასაწერად და გასაზრცობად.



ბლოკი 3

ინტელექტუალური საკუთრება და მეწარმეები

მიზნები/სწავლის შედეგები

ამ ბლოკის დასასრულს მოსწავლეებს გააზრებული ექნებათ, თუ როგორ იცავს ინტელექტუალური საკუთრების უფლება მათი სამეწარმეო საქმიანობის შემოქმედებით და ინოვაციურ ასპექტებს.

აქტივობის მონახაზი

ინტელექტუალური საკუთრების უფლებათა გაცნობის ნაწილის შემდეგ მოსწავლეები შეავსებენ ქვიზს, რათა შეამოწმონ თავიანთი საბაზისო ცოდნა.

რესურსები

კონსპექტის ასლები თითოეული მოსწავლისთვის.

მეთოდური რეკომენდაციები

მოთელვა: იმის მიუხედავად, თუ რა პროდუქტს ან მომსახურებას ქმნის საწარმო, უდავო ფაქტია, რომ პროცესში ინტელექტუალური საკუთრების მრავალი ობიექტი იხადება. ყოველ ამ ობიექტს გააჩნია კომერციული ღირებულება; ამიტომ ბიზნესის განვითარების კუთხით კარგი იქნება, თუ ვიფიქრებთ სპეციალური ზომების მიღებაზე, რათა დავიცვათ შემოქმედებითობასა და ინოვაციებში ჩადებული ინვესტიცია. ინტელექტუალური საკუთრების სისტემას ძალუძს ბიზნესის განვითარების, მარკეტინგის, პროდუქტების დიზაინის, ფრენშაიზინგის გაფართოვებისა და ფინანსების მოზიდვის ხელშეწყობა.

ძირითადი დავალება: მოსწავლეები ინდივიდუალურად ან წყვილებში შეავსებენ ინტელექტუალური საკუთრების ქვიზს, რომელიც ეფუძნება ინტელექტუალური საკუთრების საფუძვლების მასალიდან შესწავლილ შინაარსს.

პასუხები ინტელექტუალური საკუთრების ქვიზში წარმოდგენილ შეკითხვებზე: 1-D, 2-D, 3-D, 4-C, 5-A, 6-B, 7-D, 8-D, 9-D, 10-D.

შემაჯამებელი აქტივობა: სთხოვეთ მოსწავლეებს იმსჯელონ, როგორ დაუკავშირებდნენ ინტელექტუალური საკუთრების შესახებ მიღებულ ცოდნას მათ მიერ ჩაფიქრებულ სამეწარმეო იდეას ან იმ ახალგაზრდა ბიზნესსტარტაპების მაგალითებს, რომლებსაც პირველ ბლოკში გაცნენ.





> IP საფუძვლები ახალგაზრდა მეწარმეებისთვის

ყველა წარმატებული ბიზნესის მიზანია, ჰქონდეს ამა თუ იმ სახის უპირატესობა კონკურენტებთან შედარებით, გააჩნდეს უნიკალური გასაყიდი წინადადება (USP), რომელიც გამოარჩევს სხვა მსგავსი ბიზნესებისგან და უბიძგებს ადამიანებს, სწორედ მისგან შეიძინონ. ეს შეიძლება უამრავ რამეს გულისხმობდეს – ახალ ინოვაციურ მომსახურებას, „უეჭველად რომ უნდა გქონდეს“ ბრენდს, გარეგნულად უფრო მიმზიდველ პროდუქტს და სხვ.

აღნიშნულის კარგი მაგალითებია:

- Google-ის ძიების ალგორითმი, რომელმაც მასობრივი მოწონება დაიმსახურა და ზმნა „ძიების“ სინონიმადაც კი იქცა („დავგუგლე“).
- Apple-ის ტელეფონების დიზაინი, რომელიც გამოარჩევს მას ამავე პროდუქტის ნაირსახეობებით გაჯერებულ ბაზარზე.
- Amazon-ის 1-წაკაპიანი შეკვეთის მექანიზმი, რომელიც საგრძნობლად ამარტივებს ონლაინშესყიდვებს.
- Aston Martin-ის ავტომობილის ბრენდის „მოდურობა“, რაც მის მფლობელს ჯეიმს ბონდად აგრძნობინებს თავს.

ამგვარი უნიკალური გასაყიდი წინადადებები (USP) შესაძლებლობას აძლევს ბიზნესს, გაუსწროს კონკურენტებს და სარგებელი მიიღოს იმ ძალისხმევისგან, რომელსაც ინოვაციის შექმნაში დებს.

ვინაიდან ინოვაციებს სარგებელი მოაქვს, წარმოადგენს ბიზნესის შენარჩუნებისა და ზრდის გასაღებს, ისინი განსაკუთრებული მნიშვნელობის აქტივებია, რომლებიც დაცვას საჭიროებს. ბევრი მათგანის დაცვის საშუალება ინტელექტუალური საკუთრებაა (IP).

ინტელექტუალური საკუთრება არის იურიდიული უფლებების კომპლექტი, რომელიც ეხმარება ფიზიკურ პირებსა და ბიზნესებს, დაიცვან შემოქმედებითობასა და ინოვაციებში ჩადებული ინვესტიციები. ეს ნიშნავს, რომ თუ საკუთარ დროს, ძალისხმევასა და ფულს ხარჯავთ რამე ახლისა და ინოვაციურის შექმნაზე, მაშინ უნდა გქონდეთ უფლება, საკუთარი სურვილისამებრ მოიხმაროთ ის, რა თქმა უნდა, გონივრულ ფარგლებში. ეს გულისხმობს მის იმგვარად ფლობას, რომ მხოლოდ თქვენ შეგეძლოთ მისით ფულის გამომუშავება ან შეგეძლოთ გამოსაყენებლად მისი სხვისთვის გადაცემა უფასოდ ან გარკვეული ფასის სანაცვლოდ.

ინტელექტუალური საკუთრება თითოეული ჩვენგანის ყოველდღიურობაში აღწევს. შესაბამისად, ინტელექტუალური საკუთრების შესახებ საბაზისო ცოდნის მიღება აუცილებელია დღევანდელი მოსწავლეებისთვის, რომლებიც ხვალ ინჟინრები, მკვლევრები, იურისტები, მეწარმეები, მხატვრები და დიზაინერები გახდებიან.

სასაქონლო ნიშნები

რა არის სასაქონლო ნიშანი?

სასაქონლო ნიშანი – ესაა განმასხვავებელი ნიშანი, რომლითაც ამოიცნობა კონკრეტული კომპანიის საქონელი თუ მომსახურება და რომელიც განასხვავებს მას კონკურენტ საწარმოთა საქონლისა ან/და მომსახურებისგან. სასაქონლო ნიშანი შეიძლება იყოს სიტყვა, ნახატი, სიმბოლო ან ფიგურა, სლოგანი, გაფორმება, რაიმე ხმაც კი და სხვ.



ცალკე აღებული სასაქონლო ნიშნის დაცვა არ ხდება. დაცვა შესაძლებელია მხოლოდ მაშინ, როცა ის უკავშირდება კონკრეტულ საქონელს ან/და მომსახურებას. მაგალითად, „Nike“, როგორც სახელი, დაცული არაა, მაგრამ სპორტულ ტანსაცმელთან კომბინაციაში სახელი „Nike“ დაცულია. თეორიულად ეს ნიშნავს, რომ ვინმეს შეუძლია დასახელება „Nike“ გამოიყენოს სხვა, სპორტთან კავშირის არმქონე საქონლით – ვთქვათ, ხილითა და ბოსტნეულით სავაჭროდ. თუმცა, ცნობილ სავაჭრო ნიშანს (როგორიცაა „Nike“) შეიძლება მიენიჭოს დაცულობის უფრო მაღალი ხარისხი, რაც იმას ნიშნავს, რომ დაუშვებელია „Nike“-ის გამოყენება სპორტული ტანსაცმლის გარდა სხვა საქონელსა და მომსახურებაზე.

სასაქონლო ნიშანი არის ინტელექტუალური საკუთრების ობიექტი, რომელიც კომპანიებს აძლევს შესაძლებლობას:

- დააკავშირონ მომხმარებლები თავიანთ საქონელთან თუ მომსახურებასთან;
- გაზარდონ მომხმარებლის ერთგულება და ბრენდის ცნობადობა;
- გამოარჩიონ საკუთარი საქონელი ან/და მომსახურება კონკურენტი კომპანიების საქონლისგან ან/და მომსახურებისგან.

სასაქონლო ნიშანი:

- მნიშვნელოვანი ელემენტია ბიზნესკონკურენციაში წარმატების მისაღწევად;
- თვალსაჩინოდ დაგვანახებს კომპანიის იმიჯსა და ბრენდში ჩადებულ ინვესტიციას;
- კომპანიების უმრავლესობა ინტელექტუალური საკუთრების უფლებათა შორის უპირატესობას სწორედ მას ანიჭებს;
- ხშირ შემთხვევაში, კომპანიის ყველაზე ფასეული აქტივია.

კარგ სასაქონლო ნიშანს არ უნდა ჰქონდეს პირდაპირი კავშირი იმ საქონელთან ან/და მომსახურებასთან, რომელსაც ის წარმოადგენს. მაგალითად, ცნება „სპორტული ფეხსაცმელი“ ვერ იქნება სასაქონლო ნიშანი, რადგან, ასეთ შემთხვევაში, ხელს შეუშლის სხვა სპორტული ფეხსაცმლის მწარმოებელს საკუთარი საქონლის გაყიდვაში. სახელ „Nike“-ს არ აქვს პირდაპირი, აშკარა კავშირი მის მიერ წარმოებულ საქონელთან, შესაბამისად, ყველას აქვს შესაძლებლობა, გაყიდოს სპორტული ფეხსაცმელი ნებისმიერი სხვა სახელის გამოყენებით. ამგვარად, სასაქონლო ნიშნები გავლენას ვერ მოახდენს სხვა საწარმოთა შემოქმედებითობაზე ან ინოვაციურობაზე. ის არის განმასხვავებელი ნიშანი, რომელიც შეიძლება დროში შეუზღუდავად იყოს დაცული, თუ დაკმაყოფილებულია შესაბამისი მოთხოვნები, კერძოდ:

უნდა იყოს მარტივი, ზუსტი, ადვილად აღქმადი და ობიექტური;

უნდა ჰქონდეს განმასხვავებელი ხასიათი;

არ უნდა შეჰყავდეს შეცდომაში საზოგადოება;

უნდა იყოს ხელმისაწვდომი;

უნდა მოიცავდეს საქონლისა ან/და მომსახურების ჩამონათვალს.

როგორ დავიცვათ სასაქონლო ნიშანი?

სასაქონლო ნიშნის დასაცავად, საჭიროა მისი რეგისტრაცია. იმის მიხედვით, თუ სად აპირებს განმცხადებელი საქმიანობას, მას შეუძლია მიმართოს:

- შესაბამისი ქვეყნის ინტელექტუალური საკუთრების უწყებებს. მაგალითად, საქართველოში სასაქონლო ნიშნების რეგისტრაციას ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული ცენტრი „საქპატენტი“ ასორციელებს, [IPCG \(sakpatenti.gov.ge\)](http://IPCG (sakpatenti.gov.ge));
- ევროკავშირის ინტელექტუალური საკუთრების უწყებას ([EUIPO - Home \(europa.eu\)](http://EUIPO - Home (europa.eu))) – ევროკავშირის ფარგლებში სასაქონლო ნიშნის დაცვის მოსაპოვებლად;
- ინტელექტუალური საკუთრების მსოფლიო ორგანიზაციას, WIPO - World Intellectual Property Organization – სასაქონლო ნიშნის რამდენიმე ქვეყანაში დასაცავად ერთი განაცხადის მეშვეობით, რომელიც იგზავნება და გადის სათანადო პროცედურებს ყოველ არჩეულ ქვეყანაში.

სასაქონლო ნიშნის დარეგისტრირება უზრუნველყოფს მის დაცვას რეგისტრაციის თარიღიდან რამდენიმე წლით. ჩვეულებრივ, ეს ათწლიანი პერიოდია, რომლის გასვლის შემდეგ, თუ იქნება ამის სურვილი, შეიძლება განახლდეს მომდევნო ათწლიანი პერიოდით, შეუზღუდავად.

რა უპირატესობები აქვს სასაქონლო ნიშანს?

ეკონომიკური
ღირებულება

რეგისტრაცია

დაცვა

- სასაქონლო ნიშანი არის კომპანიის ერთ-ერთი ყველაზე ღირებული და პოპულარული აქტივი. ბიზნესისთვის მას დიდი მნიშვნელობა და უზარმაზარი ეკონომიკური ღირებულება აქვს.
- რეგისტრაციის პროცესი, როგორც წესი, მარტივია. სასაქონლო ნიშნის დარეგისტრირება რამდენიმე თვეშია შესაძლებელი.
- სასაქონლო ნიშანი სამართლებრივი დაცვის ფართო სპექტრს გთავაზობს. მფლობელს შეუძლია აუკრძალოს მესამე პირს სასაქონლო ნიშნის გამოყენება. ეს ეხება არა მხოლოდ იდენტური ნიშნების გამოყენებას იდენტური საქონლისა თუ მომსახურებისთვის, არამედ მსგავსი ნიშნების გამოყენებასაც მსგავსი საქონლისა თუ მომსახურებისთვის, თუკი ჩნდება მომხმარებლის მიერ ამ ნიშნების აღრევის შესაძლებლობა.

რა არის სასაქონლო ნიშნის დარეგისტრირების უარყოფითი მხარეები?

საფასური

გამოყენების
ვალდებულება

გვარეობითი
ტერმინი

- სასაქონლო ნიშნის მფლობელმა უნდა იხადოს სასაქონლო ნიშანზე რეგისტრაციის განახლების საფასური.
- მეწარმე ვალდებულია გამოიყენოს სასაქონლო ნიშანი იმ საქონლისა ან/და მომსახურებისთვის, რომლისთვისაც დაარეგისტრირა იგი. გამოუყენებლობის შემთხვევაში, გარკვეული დროის გასვლის მერე (ჩვეულებრივ, ეს ვადა 5 წელია), სასაქონლო ნიშნის რეგისტრაცია შესაძლოა გაუქმდეს.
- სასაქონლო ნიშნის მფლობელებმა უნდა იზრუნონ, რომ მათ მიერ დარეგისტრირებული ნიშანი დროთა განმავლობაში არ გახდეს გვარეობითი ტერმინი, ანუ ისეთი სახელი, რომელსაც ზოგადად იყენებენ ამ ტიპის საქონლის ან მომსახურების დასასახელებლად.

დიზაინი

რა არის დიზაინი?

დიზაინი არის ინტელექტუალური საკუთრების უფლება, რომელიც ეხება პროდუქტის გარეგნულ მხარეს. სამართლებრივი ტერმინოლოგიით, დიზაინი არის პროდუქტის ან მისი შემადგენელი ნაწილების გარეგნული, ანუ თვალსაჩინო მხარე, რომელიც მის სხვადასხვა მახასიათებელს აერთიანებს. ეს მახასიათებლები შეიძლება იყოს: ხაზები, ფერები, ფორმა, ტექსტურა, კონტურები, გამოყენებული მასალა ან გაფორმება. დიზაინი ძალზე ფართო ცნებაა და ესადაგება თითქმის ყველა პროდუქტს, რომელსაც აქვს გარეგნული მხარე.

როგორც დიზაინი, შესაძლებელია დაცული იყოს:

- ნებისმიერი ინდუსტრიული ან ხელნაკეთი საგანი თუ პროდუქტი;
- შეფუთვა;
- გრაფიკული სიმბოლო;
- შედგენილი პროდუქტის შემადგენელი ნაწილები;
- ნახატები და ხელოვნების ნაწარმოებები.

იმისათვის, რომ პროდუქტი ჩაითვალოს დიზაინად, არაა აუცილებელი, რომ ის სამრეწველო წესით იწარმოებოდეს ან მხატვრული ღირებულება ჰქონდეს.

დიზაინის მნიშვნელობასა და წარმატებას განაპირობებს მისი მიმზიდველობა მომხმარებლისთვის. სწორედ შემოქმედებითი დიზაინი იზიდავს მომხმარებელს. ახალმა ფორმებმა და ფერებმა შეიძლება უბრალო პროდუქტების გაყიდვასაც დიდი ბიძგი მისცეს. ამიტომ კომპანიები ცდილობენ, დიზაინზე ყურადღების გამახვილებით უფრო მიმზიდველი გახადონ თავიანთი პროდუქცია. შესაბამისად, დიზაინს შეიძლება მაღალი კომერციული ღირებულება ჰქონდეს და მეწარმემ თავისი პროდუქტისთვის ახალი სახის მიცემით გადამწყვეტი უპირატესობა მოიპოვოს ბაზარზე.

ევროპის ქვეყნებში პროდუქტის გარეგნული მხარე დიზაინად რომ დარეგისტრირდეს, ის უნდა აკმაყოფილებდეს ორ მოთხოვნას:

სიახლე: დიზაინი მიიჩნევა ახლად, თუ განაცხადის წარდგენის თარიღამდე მისი იდენტური დიზაინი არ გამხდარა საჯაროდ ხელმისაწვდომი.

და

ინდივიდუალობა: დიზაინი „ინფორმირებულ მომხმარებელს“ უნდა უქმნიდეს მანამდე ნანახი ყველა სხვა დიზაინისგან განსხვავებულ საერთო შთაბეჭდილებას. „ინფორმირებული მომხმარებელი“ – ესაა მომხმარებელი, რომელიც პროფესიით არც დიზაინერია და არც ტექნიკური ექსპერტი.

გამორიცხულია დიზაინად შემდეგი პროდუქტების დაცვა:

- კომპიუტერული პროგრამები;
- პროდუქტები, რომლებიც ეწინააღმდეგება საზოგადოებრივ ნორმებსა და მორალს (მაგალითად, უხამსი, რასისტული და ამორალური გამოსახულებები და ტექსტები);
- პროდუქტები, რომლებზეც გამოყენებულია დაცული ოფიციალური სიმბოლოები და ემბლემები, როგორიცაა, ვთქვათ, სახელმწიფო დროშა;
- შედგენილი პროდუქტის ისეთი შემადგენელი ნაწილები, რომლებიც უხილავია პროდუქტის ჩვეულებრივი გამოყენების დროს;
- პროდუქტის ის გარეგნული დეტალები, რომლებიც მხოლოდ მათი ტექნიკური ფუნქციით არის განპირობებული.

როგორ უნდა დავიცვათ დიზაინი?

სრულფასოვანი დაცვის მისაღებად საჭიროა დიზაინის რეგისტრაცია. დიზაინის დარეგისტრირება შესაძლებელია:

- ამა თუ იმ ქვეყანაში ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული უწყებების მეშვეობით. მაგალითად, საქართველოში დიზაინის რეგისტრაციას ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული ცენტრი „საქპატენტი“ ასორციელებს, [IPCG \(sakpatenti.gov.ge\)](http://IPCG(sakpatenti.gov.ge));
- ევროკავშირის დონეზე, როგორც „გაერთიანების დიზაინი“, ევროკავშირის ინტელექტუალური საკუთრების უწყებაში (EUIPO) და ეს ერთი რეგისტრაცია ავტომატურად გავრცელდება ევროკავშირის ყველა წევრ სახელმწიფოში.
- საერთაშორისო განაცხადის საშუალებით, რომელსაც მართავს ინტელექტუალური საკუთრების მსოფლიო ორგანიზაცია (WIPO).

„გაერთიანების დიზაინის“ რეგისტრაცია სწრაფი პროცესია და მას რამდენიმე დღე სჭირდება. დიზაინის დაცვა ვადიანია – ევროკავშირის ქვეყნებში მისი მოქმედების საწყისი ვადაა 5 წელი განაცხადის შეტანის თარიღიდან. დიზაინის დაცვის განახლება შესაძლებელია დამატებითი ხუთწლიანი ვადით, მაქსიმუმ 25 წლამდე.

რა არის რეგისტრირებული დიზაინის დადებითი მხარეები?

ოფიციალური
სტატუსი

ექსკლუზიურობა

დაცვა

- რეგისტრაცია იძლევა დიზაინის არსებობის ფაქტისა და მფლობელობის მტკიცებულებას.
- რეგისტრაციით მინიჭებული დაცვა დიზაინის მფლობელს ანიჭებს მისი გამოყენების ექსკლუზიურ უფლებას.
- რეგისტრირებული დიზაინის მფლობელს შეუძლია აუკრძალოს მესამე პირს რეგისტრირებული დიზაინის გამოყენება ამა თუ იმ ფორმით, მათ შორის: დაცული დიზაინის დამზადება, შეთავაზება, ბაზარზე გამოტანა, ამ დიზაინის შემცველი პროდუქტის იმპორტი, ექსპორტი და გამოყენება, ასევე, ამგვარი პროდუქტის შენახვა აღნიშნული მიზნებით.

არარეგისტრირებული დიზაინი

ევროპის ქვეყნებში შესაძლებელია დიზაინის ავტომატურად დაცვაც მისი რეგისტრაციის გარეშე და ეს წესი ევროკავშირის მთელ ტერიტორიაზე მოქმედებს. თუმცა, ასეთი დაცვა შეზღუდულია და მოქმედებს მხოლოდ 3 წლის განმავლობაში იმ თარიღიდან, როცა ევროკავშირის ფარგლებში დიზაინი საზოგადოებისთვის პირველად გახდება ხელმისაწვდომი. ასეთი დაცვა მოქმედებს მხოლოდ დიზაინის იდენტურ ასლებზე. დაცვის ეს სისტემა ფართოდ გამოიყენება მოდის ინდუსტრიაში.

საავტორო უფლებები

რა არის საავტორო უფლება?

საავტორო უფლება არის ინტელექტუალური საკუთრების ერთ-ერთი ყველაზე ფართოდ გავრცელებული უფლება, რომელთანაც მასწავლებლებს ყველაზე ხშირი შეხება აქვთ. საავტორო უფლება იცავს ადამიანის მიერ შექმნილ რეალურ ნაწარმოებს და არა ნაწარმოების იდეას.



საავტორო უფლების მფლობელი შეიძლება იყოს: დიდი შემოქმედი, და-მწყები ხელოვანი, აღიარებული თუ ჯერ კიდევ უცნობი ავტორი (ზოგი მათგანი შეიძლება მასწავლებელი ან მოსწავლეც იყოს). ალბათ კომპიუტერით შექმნილი პრეზენტაციაც შეიძლება იყოს საავტორო უფლებების დაცვის ობიექტი. წინამდებარე საინფორმაციო ბროშურაც ნამდვილად წარმოადგენს საავტორო უფლებებით დაცვის საგანს.

ამა თუ იმ ნაწარმოებზე საავტორო უფლების მოსაპოვებლად ნაწარმოები უნდა იყოს ორიგინალური. უფრო მარტივად: ნაწარმოები ორიგინალურია, თუ მასში ასახულია ავტორის პიროვნული სამყარო და გამოხატულია მისი თავისუფალი, შემოქმედებითი გადაწყვეტები. კლასიკური მაგალითის სახით შეგვიძლია მოვიყვანოთ ორი მხატვარი, რომლებიც ერთდროულად ხატავენ ერთსა და იმავე საგანს – მიუხედავად იმისა, რომ საგანი ერთია, მათი ნამუშევრები აუცილებლად განსხვავებული იქნება.

ორიგინალურ ნაწარმოებებში შედის: რომანები, პიესები, ლექსები, მუსიკა, სიმღერები, ნახატები, ქანდაკებები, ფოტოები, კინოსცენარები, ფილმები და ვიდეოები, ტექსტილის დიზანი, არქიტექტურული პროექტები, მონაცემთა ბაზები და კომპიუტერული პროგრამები.

ბევრ თქვენგანს გაკვეთილისთვის გამოუყენებია ინტერნეტიდან აღებული, საავტორო უფლებებით დაცული ფოტო. ალბათ ყველას ჩამოუტვირთავს ფილმი ან სიმღერა. ეს ქმედებები საავტორო უფლების კანონმდებლობის სფეროში ექვევა.

კანონი საავტორო უფლებების შესახებ ავტორს ანიჭებს განსაკუთრებულ უფლებას თავად განსაზღვროს, ვის და რა პირობებით შეუძლია გამოიყენოს მისი ორიგინალური ნაწარმოები. ის მფლობელს ორი სახის უფლებას ანიჭებს.

თქვენ რა უფლებებს განიჭებთ კანონი საავტორო უფლებების შესახებ?

ქონებრივი უფლებები

- რომ გამოიყენოთ საკუთარი ნაწარმოები. ავტორს აქვს უფლება, აკონტროლოს თავისი ნაწარმოების რეპროდუცირება, მისი საჯაროდ გადაცემა, თარგმნა, ადაპტაცია, გავრცელება და გაყიდვა. ის ავტორს სთავაზობს გრძელვადიან დაცვას ანაზღაურების მიღებით და ამავე დროს უზრუნველყოფს, რომ გარდაცვალების შემდეგ მისმა ოჯახმა შეძლოს ნაწარმოებიდან მიიღოს მატერიალური სარგებელი.

არაქონებრივი უფლებები

- არაქონებრივი უფლებები ნიშნავს ნაწარმოების ავტორად აღიარებას. არაქონებრივი უფლებების დაცვის დონე განსხვავდება ქვეყნების მიხედვით. ისინი მოიცავს შემდეგ უფლებებს:
 - მითითებული იყოს ავტორის ვინაობა;
 - ავტორმა ნამუშევარი ანონიმურად ან ფსევდონიმით გამოსცეს;
 - დაცული იყოს ნაწარმოების მთლიანობა, რაც იცავს მას შეცვლის, დამახინჯებისა თუ გადაკეთებისგან;
 - ავტორმა თავად გადაწყვიტოს, გაასაჯაროოს თუ არა თავისი ნამუშევარი და როდის. საყოველთაოდ აღიარებულია, რომ, როცა ავტორი საზოგადოებას აცნობს თავის ნაწარმოებს, ის საკუთარი პიროვნების ამა თუ იმ ასპექტსაც ამჟღავნებს. ამიტომ მიღებულია, რომ არაქონებრივი საავტორო უფლებები უვადოა.

როგორ იცავს საავტორო უფლებები ნაწარმოებს?

საავტორო უფლებებით დაცვას არ სჭირდება რეგისტრაცია. საავტორო უფლება წარმოიშობა ნაწარმოების შექმნის მომენტიდან. ზოგიერთ ქვეყანაში, მაგალითად საქართველოში, შესაძლებელია საავტორო უფლებებით დაცული ნაწარმოების სურვილისამებრ დეპონირება. დეპონირება შესაძლოა გამოდგეს როგორც მტკიცებულება, რომ კონკრეტულ დროს ნაწარმოები უკვე შექმნილი იყო.

საავტორო უფლებების მოქმედება ხანგრძლივია. ევროკავშირის ქვეყნებში საავტორო უფლებები მოქმედებს ავტორის სიცოცხლის განმავლობაში და მისი გარდაცვალების შემდეგ სამოცდაათი (70) წელი.

საავტორო უფლებები ტერიტორიულია, თუმცა არსებობს საერთაშორისო ინსტრუმენტები, როგორიცაა საერთაშორისო შეთანხმებები, რომლებიც ქვეყნებისთვის მსოფლიო მასშტაბით საერთო წესებს შეიცავს და საავტორო უფლებების დაცვის გარკვეულ მინიმალურ სტანდარტს აწესებს.

რა გამოწვევები არსებობს საავტორო უფლებებთან დაკავშირებით?

ნაწარმოების გამოყენება ავტორის და მასზე უფლების მფლობელის ნებართვის გარეშე შესაძლებელია ძირითადად შემდეგი მიზეზებისთვის, მაგრამ სხვა გამოწვევებიც არსებობს:

ნაწარმოების რეპროდუცირება პირადი მოხმარებისთვის

ნაწარმოების ნაწყვეტის ციტირება მისი მიმოხილვის ან კრიტიკისთვის

ნაწარმოების ამონარიდების გამოყენება საილუსტრაციოდ, სწავლების ან სამეცნიერო კვლევის მიზნით

ხშირად დასმული კითხვები (FAQs) საავტორო უფლებების შესახებ შეგიძლიათ იხილოთ შემდეგ ბმულებზე: <https://www.sakpatenti.gov.ge/ka/page/27/> და [EUIPO FAQs on copyright](#)

კითხვები შედგენილია მომხმარებლის ინფორმირებისთვის, თუ რა არის კანონიერი და რა – უკანონო ინტერნეტში განთავსებული საავტორო და მომიჯნავე უფლებებით დაცული მასალის გამოყენებისას.



გეოგრაფიული აღნიშვნები

რა არის გეოგრაფიული აღნიშვნა?

გეოგრაფიული აღნიშვნა არის გეოგრაფიული ადგილის სახელი, გამონაკლის შემთხვევებში, სიმბოლო, რომელიც მიუთითებს გარკვეულ გეოგრაფიულ ადგილზე (ადგილის სახელი ან მისი მიმანიშნებელი სხვა რამე აღნიშვნა) და გამოიყენება იმ საქონლის მოსანიშნად, რომლის განსაზღვრული თვისებები ან რეპუტაცია ამ გეოგრაფიულ ადგილთან არის დაკავშირებული, რომელიც, თავის მხრივ, განპირობებულია აქ არსებული ბუნებრივი პირობებითა და ადამიანის ფაქტორით. გეოგრაფიული აღნიშვნით დაცული პროდუქტი განიხილება, როგორც ხარისხის ერთგვარი ნიშანი. ის დაკავშირებულია სპეციფიკურ რეგიონთან და მომხმარებელს აწვდის ინფორმაციას საქონლის წარმოშობის შესახებ. მსოფლიოში არსებობს ათასობით გეოგრაფიული აღნიშვნა და ადგილწარმოშობის დასახელება, მაგალითად, შამპანური, ხვანჭკარა, კონიაკი, როქფორი, ბორდო, დარჯელინგი და სხვა.

გეოგრაფიული აღნიშვნა, როგორც წესი, გამოიყენება სოფლის მეურნეობის პროდუქტებისთვის, ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელებისთვის, ხელნაკეთი ნივთებისა და სამრეწველო პროდუქტებისთვის და მიუთითებს მათი წარმოშობის ადგილზე. გარდა გეოგრაფიული სახელებისა, გეოგრაფიულ აღნიშვნად ითვლება არაგეოგრაფიული სახელები ან სიმბოლოები იმ შემთხვევაში, თუ ისინი დაკავშირებულია კონკრეტულ ადგილთან. მაგალითად, „ჩურჩხელა“, „მაწონი“ და სხვ.

- გეოგრაფიულმა აღნიშვნამ უნდა შეძლოს პროდუქტის დაკავშირება წარმოშობის ადგილთან, (მაგალითად, „კიანტი“ მიუთითებს ღვინოზე, რომელიც იწარმოება იტალიურ რეგიონში კიანტიში ან „როკფორის“ ყველი, რომელიც იწარმოება როკფორ-სურ-სულზონის რეგიონში, საფრანგეთში).

- პროდუქტის თვისებები, მახასიათებლები ან რეპუტაცია უნდა იყოს განპირობებული წარმოშობის ადგილით (მაგალითად, „კიანტის“ თვისებები განპირობებულია იტალიის ამ კონკრეტული რეგიონის ნიადაგზე მოყვანილი ყურძნით, ხოლო „როკფორის“ თვისებები იმ რძის მახასიათებელ, რომელსაც იძლევა ტრადიციების დაცვით ნაკვები უძველესი ჯიშის ცხვარი და იმ გამოქვაბულების მახასიათებელ, რომლებშიც ყველი ძველდება).

ადგილწარმოშობის დასახელება

ადგილწარმოშობის დასახელებები გეოგრაფიული აღნიშვნის განსაკუთრებული სახეობაა. ორივეს მიზანი მომხმარებლის ინფორმირებაა საქონლის გეოგრაფიული წარმოშობის, მისი ხარისხის, თვისების ან რეპუტაციის შესახებ. აღნიშნული კი უშუალოდ დაკავშირებულია გეოგრაფიულ ადგილთან.

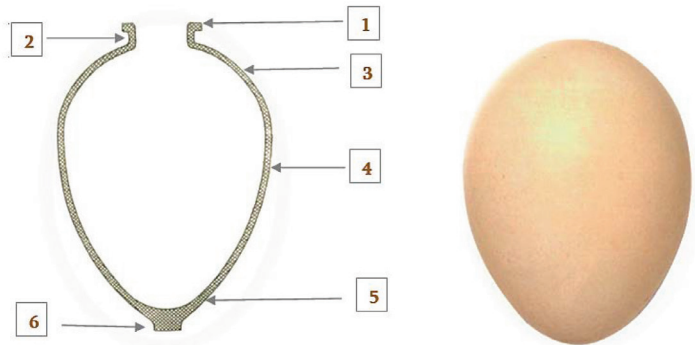
ძირითადი განსხვავება არის ის, რომ ადგილწარმოშობის დასახელების შემთხვევაში კავშირი წარმოშობის ადგილთან უფრო ძლიერია. ადგილწარმოშობის დასახელებით დაცული საქონელი არა მხოლოდ სპეციფიკური, არამედ უნიკალურია წარმოების პროცესში ბუნებრივი და ადამიანის ფაქტორის კომბინაციის გათვალისწინებით.

გეოგრაფიული აღნიშვნების დაცვა საქართველოში

გეოგრაფიული აღნიშვნების დაცვა ხორციელდება მათი „საქპატენტში“ რეგისტრაციით, ასევე ორ-მხრივი/მრავალმხრივი საერთაშორისო ხელშეკრულებების, მათ შორის, „ადგილწარმოშობის და-სახელებათა დაცვისა და მათი საერთაშორისო რეგისტრაციის შესახებ ლისაბონის შეთანხმების“ საფუძველზე.

საქპატენტში რეგისტრირებული გეოგრაფიული აღნიშვნები: https://www.sakpatenti.gov.ge/ka/state_registry/

აღსანიშნავია, რომ 2021 წელს გეოგრა-ფიული აღნიშვნების რიცხვს შეემატა „ქვევრი“, პირველი არასასურსათო პრო-დუქტი, რომელიც ქართულ გეოგრაფიულ აღნიშვნად დარეგისტრირდა. მისი გეოგ-რაფიულ აღნიშვნად რეგისტრაცია კიდევ ერთხელ ადატურებს მის განსაკუთრებულ კავშირს ჩვენი ქვეყნის ისტორიასთან, კულტურასა და იდენტობასთან, რაც ხელს შეუწყობს საერთაშორისო ბაზრებზე ქა-რთული ღვინის პოპულარიზაციას.



რაც შეეხება ევროკავშირის ტერიტორიაზე ქართული გეოგრაფიული აღნიშვნების დაცვას, „ერთი მხრივ ევროკავშირისა და ევროპის ატომური ენერგიის გაერთიანებასა და მათ წევრ სახელმწიფოებს და, მეორე მხრივ, საქართველოს შორის ასოცირების შესახებ“ შეთანხმებით გათვალისწინებულია ქა-რთული ადგილწარმოშობის დასახელებებისა და გეოგრაფიული აღნიშვნების დაცვა ევროკავშირის ტერიტორიაზე, ხოლო ევროკავშირის გეოგრაფიული აღნიშვნებისა – საქართველოს ტერიტორიაზე.

ევროკავშირის კანონმდებლობა იცნობს გეოგრაფიული აღნიშვნების ორ სახეობას, ესენია: ადგილ-წარმოშობის დასახელება (PROTECTED DENOMINATION OF ORIGIN) და გეოგრაფიული აღნიშვნა (PROTECTED GEOGRAPHICAL INDICATION).

დაცული ადგილწარმოშობის დასახელებები (PDO) განსაზღვრავს პროდუქტებს, რომლებიც იწარმო-ება, მუშავდება და მზადდება კონკრეტულ გეოგრაფიულ არეალში ადგილობრივი მწარმოებლებისა და შესაბამისი რეგიონის ინგრედიენტების შესახებ არსებული ცოდნის გამოყე-ნებით. ამგვარად, PDO პროდუქტები მოითხოვს საკვების წარმოების პროცესის ყველა ეტაპის განხორციელებას შესაბამის ტერიტორიაზე. PDO-ს მაგალითე-ბია: Bordeaux PDO (საფრანგეთი, ღვინო), Cava PDO (ესპანეთი, ღვინო), Manouri PDO (საბერძნეთი, ყველი).

დაცული გეოგრაფიული აღნიშვნები (PGI) განსაზღვრავს იმ პროდუქტებს, რო-მელთა ხარისხი ან რეპუტაცია დაკავშირებულია იმ ადგილთან ან რეგიონთან, სადაც ისინი იწარმოება, მუშავდება ან მზადდება, თუმცა არ არის აუცილებე-ლი, რომ გამოყენებული ინგრედიენტები ამ გეოგრაფიული არეალიდან იყოს. PGI ლოგოს მქონე პროდუქტებს აქვთ სპეციფიკური მახასიათებელი ან რეპუტა-ცია, რომელიც მათ აკავშირებს მოცემულ ადგილთან და წარმოების პროცესის მინიმუმ ერთი ეტაპი უნდა განხორციელდეს ამ ტერიტორიაზე, ხოლო წარმო-ებაში გამოყენებული ნედლეული შეიძლება იყოს სხვა რეგიონიდან. PGI-ების მაგალითებია: České pivo PGI (ჩეხეთი, ლუდი), Lammefjordskartofler PGI (დანია, ბოსტნეული) ან Primorska PGI (სლოვენია, ღვინო).

მოდებნეთ გეოგრაფიული აღნიშვნები ბმულებზე:

https://www.sakpatenti.gov.ge/ka/state_registry/

<https://geogi.ge/>

<https://www.tmdn.org/giview/>

ან აღმოაჩინეთ ევროპული ხარისხის GI პროდუქტები მადის აღმძვრელი რეცეპტებით აქ: GI recipes



პატენტი

რა არის პატენტი?

პატენტი საშუალებას აძლევს ნოვატორებს, დაიცვან გამოგონება. გამოგონება – ესაა პროდუქტი ან პროცესი, რომელიც გადაწყვეტს კონკრეტულ ტექნოლოგიურ პრობლემას და ამით გვიუმჯობესებს ან გვიადვილებს ცხოვრებას. როცა ახლებური გადაწყვეტა წარმატებულია, ის ნოვატორის ხელში მძლავრ იარაღად იქცევა და კომპანიას ბაზარზე კონკურენტულ უპირატესობას ანიჭებს.

აქედან გამომდინარე, დიდი ალბათობით, კონკურენტებს მოუნდებათ მსგავსი ან იდენტური პროდუქტის წარმოება. პატენტი ნოვატორს აძლევს საშუალებას, აუკრძალოს სხვებს დაამზადონ, გამოიყენონ, გაყიდონ ან იმპორტით შემოიტანონ საქონელი, რომელიც მის გამოგონებას იმეორებს. ეს იცავს გამოგონებას და სამომავლოდაც წაახალისებს ნოვატორის შემოქმედებითობას.

პატენტი იცავს გამომგონებლის მიერ შექმნილ კონკრეტულ ტექნოლოგიას და გაუმჯობესებებს და ამ გზით მესამე პირისთვის პატენტფლობელის ნებართვის გარეშე კომერციული მიზნით გამოყენებისთვის მიუწვდომელს ხდის მას. ამიტომ პატენტის მოქმედების ვადა შეზღუდულია. მაგალითად, ევროპის ქვეყნებში პატენტის მოქმედების მაქსიმალური ვადა განაცხადის შეტანიდან 20 წელს შეადგენს.

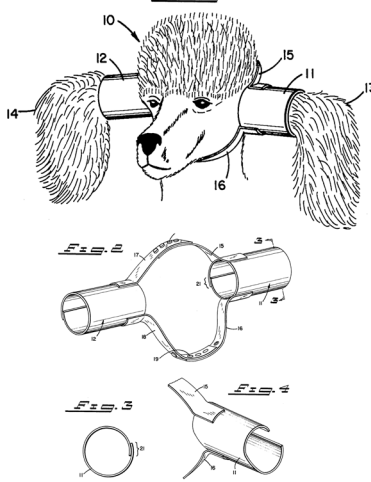
გამოგონება შეიძლება იყოს მარტივი სათამაშოც და ურთულესი ატომური იარაღიც. ამერიკის შეერთებული შტატების უზენაესი სასამართლოს დადგენილებით: გამოგონებად მიიჩნევა „ამქვეყნად ყველაფერი, რაც ადამიანის მიერ არის დამზადებული“. ევროპული მიდგომის მიხედვით, გამოგონება პატენტუნარიანია, თუ ის აკმაყოფილებს პატენტუნარიანობის შემდეგ კრიტერიუმებს:

სიახლე: აქამდე ის არასოდეს, არსად და არცერთი ფორმით არ უნდა იყოს ცნობილი საზოგადოებისათვის.

საგამომგონებლო დონე: გამოგონება ერთი ბიჯით უნდა აღემატებოდეს იმას, რაც უკვე ცნობილია. ის არ უნდა იყოს უკვე არსებულის უბრალო „განვრცობა“ ან „ვარიაცია“.

სამრეწველო გამოყენებადობა: შესაძლებელი უნდა იყოს მისი ინდუსტრიული მასშტაბით წარმოება ან გამოყენება.

U.S. Patent Nov. 18, 1980 4,233,942



მაგალითი

სურათზე ხედავთ მოწყობილობას, რომელიც ჭამის დროს ცხოველის ყურებს დასვრისგან იცავს. ეს გამოგონება განსაკუთრებით გამოსაღვია გრძელყურა ძაღლებისათვის.

მოწყობილობა შედგება ორი მილისებრი ნაწილისგან (ცხოველის ორივე ყურისთვის); ასევე იმ ნაწილისგან, რომელიც უზრუნველყოფს ჭამის დროს მილისებრი ნაწილებისა და მათში მოქცეული ყურების დაჭერას ცხოველის პირისა და საჭმლისგან მოშორებით.

როგორ უნდა მოვიპოვოთ პატენტი გამოგონებაზე?

კომპანიას ან ნოვატორ ინდივიდს შეუძლია შეიტანოს განაცხადი პატენტის მისაღებად:

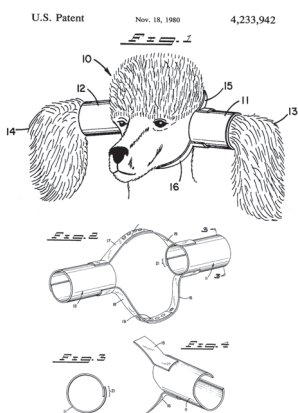
- რომელიმე კონკრეტულ ქვეყანაში ეროვნული საპატენტო უწყების მეშვეობით – [IPCG \(sakupatenti.gov.ge\)](http://sakupatenti.gov.ge);
- ერთ ან რამდენიმე ევროპულ ქვეყანაში ევროპის საპატენტო უწყების ([EPO - Home](http://EPO-Home)) მეშვეობით;
- მსოფლიო დონეზე, ინტელექტუალური საკუთრების მსოფლიო ორგანიზაციის ([WIPO - World Intellectual Property Organization](http://WIPO-WorldIntellectualPropertyOrganization)) მეშვეობით.

რა არის პატენტის უარყოფითი მხარეები?

- | | |
|---|--|
| <div style="background-color: #800080; color: white; border-radius: 15px; padding: 5px; text-align: center; margin-bottom: 10px;">დრო</div> <div style="background-color: #800080; color: white; border-radius: 15px; padding: 5px; text-align: center; margin-bottom: 10px;">გამჟღავნება</div> <div style="background-color: #800080; color: white; border-radius: 15px; padding: 5px; text-align: center;">ხარჯი</div> | <ul style="list-style-type: none"> • პატენტის გაცემის პროცედურები შეიძლება წლობით გაიწელოს. • პატენტის გაცემის პროცედურები მოიცავს ტექნიკური დეტალების (გამოგონების საიდუმლოს) გამჟღავნებას. • პატენტს ყოველწლიური განახლება სჭირდება. თუ გავითვალისწინებთ, რომ ერთ გამოგონებას ხშირად რამდენიმე პატენტი იცავს, ხარჯები შეიძლება საგრძნობი აღმოჩნდეს. |
|---|--|

პატენტის მიღება არ არის ბიზნესის წარმატების გარანტია. გამომგონებელმა უნდა უზრუნველყოს, რომ პატენტისგან მიღებულმა სარგებელმა გადაწონოს მის მოპოვებასა და შენარჩუნებაზე დახარჯული დრო, ძალისხმევა და გაწეული ხარჯები. გამომგონებაზე პატენტის მოპოვებისთვის კომპანიამ დეტალურად უნდა ადწეროს გამოგონება, რაც ამჟღავნებს გამოგონების საიდუმლოს. პატენტი იცავს არა პროდუქტს, როგორც ასეთს, არამედ ინოვაციის სხვადასხვა საფეხურს ე.წ. გამოგონების ფორმულის მეშვეობით. სათანადო გამოგონების ფორმულის შედგენა თავისთავად ხელოვნებაა და ამას პატენტრწმუნებული უნდა აკეთებდეს.

გამომგონების ფორმულა. ცხოველის ყურების დამცავი მოწყობილობა, რომელიც შეიცავს:



- არსებითად, მილისებრი დამცავი ელემენტების წყვილს, რომელთაგან თითოეული დამზადებულია დრეკადი მასალისგან, რომელიც თავისუფალ მდგომარეობაში ზემოხსენებულ მილისებურ დამცავ ელემენტად ფორმირდება;
- ამასთან, დამცავი ელემენტებიდან თითოეული იხსნება გრძივად და მასში იოლად თავსდება ცხოველის ყური;
- პოზიციონირებისთვის ერთი დამცავი ელემენტის ერთი ბოლო მეორე დამცავი ელემენტის ერთ-ერთ ბოლოსთან მოქნილად არის მიერთებული და მოწყობილობა ცხოველის თავზე იმგვარად ფიქსირდება, რომ დამცავი ელემენტის გრძივი ღერძი და ცხოველის თითოეული ყურის ნაწილი არსებითად ჰორიზონტალურ მდგომარეობაშია, ხოლო ცხოველის თავის მიმართ დაახლოებით – პერპენდიკულარულ მდგომარეობაში, ამასთან ცხოველის ყურების ბოლოები ერთმანეთისგან დაშორებულია ცხოველის თავის სიგანეზე მეტი მანძილით.

ბევრი მსხვილი კომპანია საკუთარი პროდუქტის დასაცავად დაპატენტებისა და კომერციული საიდუმლოს გამჟღავნების ნაცვლად ინტელექტუალური საკუთრების სხვა ტიპის უფლებებს იყენებს. მაგალითად, „კოკა-კოლას“ არასდროს დაუპატენტებია თავისი სასმელის ფორმულა, რადგან მის საიდუმლოდ შენახვას ამჯობინებს. ასეთი სტრატეგიული არჩევანი უზრუნველყოფს „კოკა-კოლას“ პოპულარობის შენარჩუნებას მისი რეცეპტის გამჟღავნების რისკის გარეშე. ამ შემთხვევაში პატენტის მოპოვების შესახებ გადაწყვეტილება კონკრეტული პატენტის ტექნიკური მხარისა და პროდუქტის საიდუმლოს სპეციფიკამაც განაპირობა. თუ გამოგონების დეტალები იოლად შეიძლება გაიგო რევერსული ინჟინერიის გზით, მაგალითად, ძრავის დაშლით, საიდუმლოს შენახვა ბევრს არაფერს მოგცემთ. „კოკა-კოლას“ შემთხვევაში საიდუმლოს დაცვამ გაჭრა, რადგან სასმელის ფორმულის გასაგებად მისი „დაშლა“ საკმაოდ რთული იყო.

კომერციული საიდუმლოება

რა არის კომერციული საიდუმლოება?

ტერმინი „კომერციული საიდუმლოება“ შეიძლება მოძველებულად მოგეჩვენოთ. დღეს, როცა მყისიერი საძიებო სისტემის საშუალებით ნებისმიერ ინფორმაციას ვიძიებთ ინტერნეტში, უცნობი ან დაფარული ცოტა რამ შეიძლება დარჩეს. მაგრამ კომერციული საიდუმლოება ისევ ასრულებს და, შეიძლება ითქვას, ყოველთვის შეასრულებს მნიშვნელოვან როლს კომპანიებისთვის კონკურენტული უპირატესობის შენარჩუნებაში. სასაქონლო ნიშნებთან ერთად, კომერციული საიდუმლოება ფრანშიზული ბევრი ქსელის ძირითად ელემენტად რჩება. ასეთი ფრანშიზებია სწრაფი კვების რესტორნები, საპარიკმახეროები, ტანსაცმლის მაღაზიები და ა.შ.

კომერციული საიდუმლოება, რომელსაც სხვანაირად „ნოუ-ჰაუს“ უწოდებენ, შეიცავს კონფიდენციალურ საქმიან ინფორმაციას, რომელიც უზრუნველყოფს კომპანიის კონკურენტულ უპირატესობას. კომერციული საიდუმლოება – ესაა ინფორმაცია, რომელიც კონკრეტული პროდუქტის მფლობელი კომპანიისა და მისი თანამშრომლების გარდა არავისთვის არის ცნობილი. „კომერციული საიდუმლოება“ მოიცავს საწარმოო/სამრეწველო საიდუმლოებასა და კომერციულ საიდუმლოებებს.

მასში, სხვა ყველაფერთან ერთად, მოიაზრება გაყიდვებისა და განაწილების მეთოდები, ინფორმაცია მომხმარებლებზე, სარეკლამო სტრატეგიები, მომწოდებლებისა და მომხმარებლების სიები, პრეისკურანტები და, რა თქმა უნდა, საწარმოო პროცესები.

კომერციული საიდუმლოება შეიძლება იყოს როგორც დადებითი ინფორმაცია (საუკეთესო პრაქტიკა), ასევე – უარყოფითიც.

რა არის კომერციული საიდუმლოების კრიტერიუმი?

კომერციული საიდუმლოება მხოლოდ იმდენადაა საიდუმლოება, რამდენადაც დაფარული რჩება. კომერციულ საიდუმლოებად აღიარებულ ინფორმაციას:

უნდა ჰქონდეს საწარმოო, კომერციული ან ეკონომიკური ღირებულება.

არ უნდა იყოს ცნობილი;

არ უნდა იყოს სხვებისთვის მარტივად ხელმისაწვდომი;

მისი საიდუმლოდ შენახვისთვის გაწეული უნდა იყოს გონივრული ძალისხმევა.

იცავს თუ არა კომერციულ საიდუმლოებას ინტელექტუალური საკუთრების უფლება?

ამ კითხვაზე პასუხი არის „არა“. პირდაპირი გაგებით, კომერციული საიდუმლოება არაა ინტელექტუალური საკუთრება. კომერციული საიდუმლოების მფლობელს არ აქვს განსაკუთრებული უფლება მის ქმნილებაზე. ის ვერ დაუშლის კონკურენტებს, აღმოაჩინონ საიდუმლო ან მივიდნენ იმავე გადაწყვეტილებამდე. კომერციული საიდუმლოება შეიძლება არსებობდეს დამოუკიდებელად ან პატენტთან ერთად.

ის ხშირად გამოიყენება შემოქმედებით პროცესებში, რომლებიც შედეგად ინოვაციებს იძლევა. სანამ გამოგონებაზე პატენტი გაიცემა და დაცული გახდება, გამომგონებელი დიდი ძალისხმევით უნდა ეცადოს გამოგონების კონფიდენციალურობის დაცვას, რათა განაცხადმა დააკმაყოფილოს სი-ახლის კრიტერიუმი.

ფრანშიზის ხელშეკრულების ფარგლებში, ფრანშიზის გამცემი უმხელს ფრანშიზის მიმღებს შესაბამის ნოუ-ჰაუს, რაც პერიოდულად ახლდება ფრანშიზული ქსელის კონკურენტული უპირატესობის შესანარჩუნებლად. კომერციულ საიდუმლოებას კანონი იცავს მხოლოდ მაშინ, როცა კონფიდენციალური ინფორმაცია მოიპოვება არაკანონიერი გზით (მაგალითად, შპიონაჟით, ქურდობით ან მოქროთამვით).

ინტელექტუალური საკუთრების (IP) ქვიზი

1. ინტელექტუალური საკუთრება ... A. დიდი ხანია, რაც არსებობს. B. სხვადასხვა უფლებების კრებულია. C. იცავს ნაწარმოებებს. D. ზემოთ ჩამოთვლილი ყველა პასუხი სწორია.	6. საავტორო უფლება ძალაში შედის ... A. როცა ნაწარმოები გამოიცემა ან გამოიფინება. B. ავტომატურად, ნაწარმოების შექმნისთანავე. C. ნაწარმოების რეგისტრაციისას. D. როცა ნაწარმოები ღირებული ხდება.
2. ინტელექტუალურ საკუთრებას შეუძლია ... A. დაიცვას გამოგონება. B. დაიცვას წერილობითი ნაშრომი და/ან პრეზენტაცია. C. ღირებულება შემატოს ბიზნესს. D. ზემოთ ჩამოთვლილი ყველა პასუხი სწორია.	7. რას იცავს საავტორო უფლებები? A. კომპიუტერულ პროგრამებს და მონაცემთა ბაზებს. B. ფოტოებს და ვიდეოკლიპებს. C. პარტიტურებსა და სიმღერების ტექსტებს. D. ზემოთ ჩამოთვლილი ყველა პასუხი სწორია.
3. პატენტის მისაღებად გამოგონება უნდა ... A. შეიცავდეს სიახლეს. B. იყოს წინ გადადგმული ნაბიჯი. C. იყოს ინდუსტრიაში გამოყენებადი. D. აკმაყოფილებდეს ყველა ზემოჩამოთვლილ მოთხოვნას.	8. თუ მოსწავლეს აქვს შესანიშნავი ნოვატორული ნოვატორული იდეა ... A. ფრთხილად უნდა იყოს, როცა სხვებს მის შესახებ უყვება. B. უნდა მიიღოს რჩევები მისი დაცვის შესახებ. C. უნდა გამოაქვეყნოს სოციალურ მედიაში, რათა იდეა ცნობილი გახდეს. D. პასუხები A და B სწორია.
4. სასაქონლო ნიშანი ... A. იცავს გამოგონებას. B. იცავს კონფიდენციალურ ინფორმაციას. C. განასხვავებს სხვადასხვა საწარმოს საქონელსა და მომსახურებას. D. იცავს ნაწარმის გარეგნულ სახეს.	9. ჩვეულებრივ სმარტფონს აქვს დაახლოებით პატენტი A. 250 B. 2500 C. 25000 D. 250000
5. დიზაინი: A. არის მთლიანი ნაწარმის ან მისი ნაწილის გარეგნული სახე. B. არ სჭირდება რეგისტრაცია მის სრულად დასაცავად. C. უნდა ჰქონდეს მხატვრული ღირებულება. D. ჩვეულებრივ, დიდი კომერციული ღირებულება არ გააჩნია.	10. ავტომობილი დაცულია ... A. პატენტებით. B. სასაქონლო ნიშნით და რეგისტრირებული დიზაინით. C. საავტორო უფლებით. D. ზემოთ ჩამოთვლილი ყველა პასუხი სწორია.

სწორი პასუხები: 1-D, 2-D, 3-D, 4-C, 5-A, 6-B, 7-D, 8-D, 9-D, 10-D.

ბლოკი 4

განახორციელე

მიზნები/სწავლის შედეგები

მოსწავლეები გაეცნობიან სამეწარმეო პროექტებთან დაკავშირებულ ზოგიერთ პრაქტიკულ ასპექტს: როგორ, როდის და რომელ მომხმარებელს უნდა შესთავაზონ პროდუქტი ან მომსახურება, როგორ უნდა შეადგინონ საბაზისო ბიზნესგეგმა.

აქტივობის მონახაზი

ბიზნესგეგმის შედგენამდე მოსწავლეები შეავსებენ კითხვარს თავიანთი სამეწარმეო წამოწყების ზოგიერთი პრაქტიკული დეტალის შესახებ.

რესურსები

კითხვარის ასლი თითოეული მოსწავლისთვის.

მეთოდური რეკომენდაციები

მოთელვა: აუხსენით კლასს, რომ მნიშვნელოვანია განსაზღვრონ, თუ ვისკენ იქნება მიმართული მათი პროდუქტი ან მომსახურება – მომხმარებელს ხომ განსაკუთრებული როლი აქვს ბიზნესის წარმატებაში. ამასთანავე, მათ უნდა განსაზღვრონ, როგორ და სად აპირებენ თავიანთი პროდუქციის გაყიდვას. შეგიძლიათ განუმარტოთ მოსწავლეებს, რომ სარიცხო წამოწყებაში დროისა და ფულის ინვესტირებამდე მეტად მნიშვნელოვანია პოტენციური მომხმარებლების გამოკითხვა ბაზრის შესწავლის მიზნით.

ძირითადი დავალება: დაარიგეთ კითხვარი „იცნობდე შენს მომხმარებელს“; სთხოვეთ მოსწავლეებს, რომ შეავსონ აღნიშნული კითხვარი ინდივიდუალურად.

აქტივობის განვრცობა: მოსწავლეებს შეუძლიათ ჩაატარონ გამოკითხვა კონკრეტულად იმ პროდუქტის ან მომსახურების გარშემო, რომლის შექმნაც სურთ.

შეჯამება: მოსწავლეებს შეუძლიათ ერთმანეთს შეადარონ მიღებული პასუხები; შემდეგ კი იმსჯელონ, თუ რამდენად სასარგებლოა შეგროვებული ინფორმაცია და როგორ გამოიყენებენ მას ბიზნესის დასაწყებად.



ბლოკი 4 – საშუალო ფურცალი 1

> კითხვარი „იცნობდა შენს მომხმარებელს“

შემოსაზეთ პასუხები:

1. ვის გსურთ, მიჰყიდოთ თქვენი პროდუქტი?

კაცები	თინეიჯერი ბიჭები	ბავშვები	მშობლები
ქალები	თინეიჯერი გოგონები	უფროსი ასაკის მოქალაქეები	მარტოხელა პირები

სხვა:

2. როგორ აღწერდით თქვენს მომხმარებლებს?

თავგადასავლების მოყვარული	მოდური	კარგ ფორმაში მყოფი	ცალმხრივი შეხედულებების მქონე
თანამდგომი	მშვიდი	აქტიური მოქალაქე	ფიზიკურად არააქტიური
საკუთარ თავზე ორიენტირებული	კრეატიული	ცხოველების მოყვარული	კვების პრობლემით შეწყუბებული
გლობალურ პრობლემებში გარკვეული	ცხოველების მოძულე	არაჯანსაღი საკვების მომხმარებელი	პრობლემებისადმი გულგრილი

სხვა:

3. როგორ გეგმავთ პროდუქტის ან მომსახურების გაყიდვას?

კარდაკარ	მაღაზიებში	სახლში მიწოდებით	ტელეგაყიდვებით
ინტერნეტში	საქონლის კატალოგით	გამოფენებსა და ბაზრობებზე	

სხვა:

4. როგორ გსურთ თქვენი პროდუქტის ან მომსახურების რეკლამირება?

ინტერნეტში	რადიოში	ბუკლეტებით	ჟურნალებსა და გაზეთებში	სარეკლამო დაფებზე
ადგილობრივ ტელე-ვიზიაში	საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტების მიერ	ავტობუსებზე გაკრული განცხადებებით	ავტობუსის გაჩერებებზე	ადგილობრივი ბიზნესგუგულების შეხვედრებში მონაწილეობით
ადგილობრივ ბაზრობებზე	ფლაერებზე განთავსებული ფასდაკლების კუპონებით	E-mail მარკეტინგით	ყვითელ პრესაში	

სხვა:

5. თუ მომავალში სხვა ადამიანებთან ერთად მუშაობა დაგჭირდებათ, რა თვისებებით უნდა გამოირჩეოდნენ ისინი?

კომუნიკაბელური	იუმორით სავსე	სერიოზული	პასუხისმგებელიანი
მდიდარი წარმოსახვის	კრეატიული	ემპათიური	მზრუნველი
ანტრეპრენერული	მეგობრული	გონიერი	კომპეტენტური
თანამშრომლური	სანდო	მრომისმოყვარე	

სხვა:

> დაწერეთ თქვენი ბიზნესგეგმა

მეთოდური რეკომენდაციები

მიზნები / სწავლის შედეგები

ამ აქტივობის დასასრულს მოსწავლეებს ეცოდინებათ, თუ რა არის ბიზნესგეგმა, როგორია ამ დოკუმენტის სტრუქტურა, შინაარსი და მიზანი.

აქტივობის მონახაზი

ქვემოთ წარმოდგენილი შაბლონის მიხედვით მოსწავლეები შეიმუშავებენ ბიზნესგეგმას თავიანთი კომერციული ან სოციალური საწარმოსთვის.

რესურსები

ბიზნესგეგმის შაბლონის ასლები მოსწავლეთა თითოეული წყვილისთვის ან ინდივიდუალურად ყოველი მოსწავლისთვის; ინტერნეტთან წვდომა.

მეთოდური რეკომენდაციები

მოთელვა: აუხსენით მოსწავლეებს, რომ ბიზნესგეგმის შესამუშავებლად მათ თავი უნდა მოუყარონ საუკეთესო იდეებსა და ინფორმაციას გავლილი აქტივობებიდან. იმაში დასარწმუნებლად, რომ მოსწავლეებმა კარგად გაიგეს დავალება, შეგიძლიათ დაუსვათ შემდეგი შეკითხვები:

- რა არის ბიზნესგეგმა?
ეს არის იმ მომავალი ბიზნესის წერილობითი აღწერილობა, რომლის შექმნასაც გეგმავთ. გეგმაში უნდა ჩანდეს, თუ როგორ აპირებთ ამ წამოწყების ხორცშესხმას.
- რატომ უნდა დაწეროთ ბიზნესგეგმა?
თუ ინვესტიციას ეძებთ, ეს დოკუმენტი დაგეხმარებათ საკუთარი ხედვის იმ აღამიანებისთვის წარდგენაში, ვინც შეიძლება ინვესტიცია ჩადოს თქვენს ბიზნესში.
- რა უნდა გაითვალისწინოთ ბიზნესგეგმაში?
თქვენი ბიზნესის მიზნები, განხორციელების სტრატეგიები, შესაძლო პრობლემები და მათი გადაწყვეტები, საქმიანობის სტრუქტურა და ფინანსური საკითხები.
- რა არის ბიზნესგეგმის რეზიუმე ანუ მოკლე შინაარსი?
ეს უნდა იყოს მკაფიო მონახაზი იმისა, თუ რას ყიდით – ამ ნაწილში არ უნდა ჩაუღრმავდეთ ზედმეტ დეტალებს. ეს ის პუნქტია, რომლითაც თქვენ იპყრობთ მკითხველის ყურადღებას და ყიდით თქვენს სამეწარმეო იდეას. უთხარით პოტენციურ ინვესტორებს/მომხმარებლებს, თუ რას აკეთებთ და რას სთავაზობთ მათ როგორც ინვესტორებს ან პარტნიორებს – მოიფიქრეთ კარგი კაუჭები სიტუაციის აღწერით ან საინტერესო ამბის მოყოლით.

ძირითადი დავალება: მიეცით მოსწავლეებს შაბლონის ნაბეჭდი ასლი ან კომპიუტერში შესავსები ციფრული ფაილი. გამოუყავით საკმარისი დრო შაბლონის შესავსებად. მოსწავლეთა ნაწილისთვის ზოგი დავალება შეიძლება საკმაოდ რთული აღმოჩნდეს, ამიტომ მზად იყავით მათ მხარდასაჭერად ან შესთავაზეთ, რომ დახმარებისთვის ინტერნეტი გამოიყენონ.

შეჯამება: აქტივობის ბოლოს წახალისეთ მოსწავლეები, ნამუშევარი თანატოლებს გააცნონ და მიიღონ უკუკავშირი იმის შესახებ, თუ როგორ გააუმჯობესებდნენ ბიზნესგეგმას.

ბლოკი 4 – სამუშაო ფურცელი 2

კონფიდენციალური

აქ ჩაწერეთ თქვენი კომპანიის დასახელება

თქვენი სლოგანი

ბიზნესგეგმა

მომზადდა (თარიღი)

ლოგო



საკონტაქტო

სახელი და გვარი

ელ-ფოსტა

ტელეფონის ნომერი

ვებგვერდი

მისამართი

ბიზნესგეგმა

- რეზიუმე / მოკლე შინაარსი 46
 - შესაძლებლობები
 - მოლოდინები
- შესაძლებლობები 47
 - პრობლემები და გადაწყვეტები
 - სამიზნე ბაზარი
 - კონკურენტები
 - რისკები
- განხორციელება 48
 - ინტელექტუალური საკუთრების უფლებები
 - მარკეტინგი და გაყიდვები
- კომპანია 49
 - მიმოხილვა
 - პერსონალი და რესურსები
- ფინანსური გეგმა 50
 - პროგნოზი
 - ფინანსები

რეზიუმე / მოკლე შინაარსი

> დაიმასხოვრეთ, რომ ეს ნაწილი უნდა იყოს რაც შეიძლება მოკლე და ლაკონური
– დეტალები მოგვიანებით. <

შესაძლებლობები

- მოკლედ შეაჯამეთ ის პრობლემა, რომელსაც თქვენი იდეები გადაუჭრის კლიენტებს/მომხმარებლებს.
.....
.....
- რას გააკეთებს თქვენი კომპანია ამ პრობლემის გადასაჭრელად?
.....
.....
- მოკლედ აღწერეთ თქვენი ბაზარი, ვინ არიან თქვენი მომხმარებლები?
.....
.....
- რომელ კომპანიებს ან ორგანიზაციებს უწევთ კონკურენციას?
.....
.....
- აღწერეთ ბუნდი, რომელიც დგას ამ წამოწყების უკან; ახსენით, თუ რატომ არის ეს ჯგუფი ტალანტების საუკეთესო კომბინაცია.

მოლოდინები

- რამდენ ფულს გამოიმუშავებთ გაყიდვებით/შემოსავლებით?
.....
.....
- როგორ მოიპოვებთ თქვენი ბიზნესის გაფართოვებას?
.....
.....
- რა ფინანსები დაგჭირდებათ თქვენი ბიზნესის გასაზრდელად?
.....
.....

შესაძლებლობები

> აქ დაამატებთ დეტალებს. <

პრობლემები და მათი გადაწყვეტა

.....

.....

.....

.....

სამიზნე ბაზარი

.....

.....

.....

.....

კონკურენტები

.....

.....

.....

.....

რისკები

.....

.....

.....

.....

კომპანია

მიმოხილვა

პერსონალი და რესურსები

ბლოკი 5

> თქვენი იდეის გაყიდვა

მიზნები / სწავლის შედეგები

ამ აქტივობის დასასრულს მოსწავლეებს შეეძლება იდეების დამუშავება და აუდიტორიისთვის წარდგენა.

აქტივობის მონახაზი

ბიზნესიდეაზე ან სოციალური საწარმოს იდეაზე გულმოდგინედ მუშაობის შემდეგ მოსწავლეებისთვისა და მთელი სასკოლო საზოგადოებისთვისაც სასარგებლო იქნება, თუკი პროექტებს კლასს/სკოლას წარუდგენენ მეწარმეობისადმი მიძღვნილი სპეციალური ღონისძიების ფარგლებში.

რესურსები

- შეარჩიეთ კლიპები ინტერნეტში განთავსებული ყველაზე შესაფერისი ვიდეოებიდან;
- დაამუშავეთ სამუშაო ფურცლის ასლები;
- მოიწვიეთ ბიზნესმენები ან მშობლები ჟიურის წევრებად (ტალანტების შოუსთვის);
- შეარჩიეთ დრო და ადგილი აქტივობის განხორციელებისთვის (ტალანტების შოუ).

მეთოდური რეკომენდაციები

მოთელვა: „დრაკონთა ბუნაგი“ (Dragons' Den) არის სატელევიზიო რეალითი შოუ, სადაც მეწარმეები თავიანთ ბიზნესიდეებს აცნობენ ე.წ. „დრაკონებს“ (ინვესტორებს) ინვესტიციის მოზიდვის იმედით. სანაცვლოდ „დრაკონები“, როგორც წესი, ითხოვენ წილს ბიზნესში (საკუთრების პროცენტს და/ან მოგების წილს). თითოეული „დრაკონი“ ინდივიდუალური ინვესტორია. ეს შოუ სხვადასხვა ქვეყანაში „შარქ თენქის“ სახელითაა ცნობილი.

„კანდიდატი“ (The Apprentice) არის სატელევიზიო რეალითი შოუ, რომელშიც ახალბედა მეწარმეები ცდილობენ მასპინძლის, ბიზნესმაგნატის შეგირდის როლის მოპოვებას; ჩვეულებრივ, წარმატებული კანდიდატები ინვესტიციას იღებენ საკუთარი ბიზნესიდეისთვის. კონკურსანტები მუშაობენ გუნდებად, რათა თავი გაართვან მათთვის მიცემულ ბიზნესამოცანებს (მათ შორის, პროდუქციის გაყიდვასა და სარეკლამო კამპანიის წარმართვას). კონკურსი რამდენიმე რაუნდს მოიცავს და თითოეული რაუნდის დაწყებისას ინიშნება გუნდის მენეჯერი. ყოველ კვირას ერთი გუნდი იმარჯვებს და საკუთარი როლის ყველაზე სუსტ შემსრულებელს შემაჯამებელ საბჭოს სხდომაზე პროექტიდან ათავისუფლებენ. არსებობს ტელეშოუს სხვადასხვა საერთაშორისო ვერსია. საქართველოში ეს ტელეპროექტი მეორე არხზე გადიოდა სახელწოდებით „კანდიდატი“ (იხ. ვიდეო: <https://www.youtube.com/watch?v=eecEz5CuHRI&t=595s>).

- აჩვენეთ მოსწავლეებს პრეზენტაციების რამდენიმე ვიდეო „შარქ თენქიდან“. ამავდროულად, მოსწავლეებსაც შეუძლიათ ინტერნეტში ვიდეოების მოძიება და გაზიარება. „შარქ თენქ საქართველო“ შეგიძლიათ ნახოთ შემდეგ ვებმისამართზე: <https://1tv.ge/show/shark-saqartvelo/>. ასევე გამოგადგებათ შემდეგი ინფორმაცია:

შარქ თენქის ვებ გვერდი – <https://1tv.ge/show/shark-saqartvelo/>

შარქ თენქის FB გვერდი – <https://www.facebook.com/SharkTank.1tv.ge/>

არხის გამოწერა იუთუბზე – https://www.youtube.com/channel/UC2dWDtj2PqYQxkm_j-nPqzA

არ დაგავიწყდეთ, რომ ამ საიტებზე განთავსებული ვიდეოები წარმოადგენს საზოგადოებრივი მაუწყებლის საკუთრებას. მათი გავრცელება შეგიძლიათ მხოლოდ ბმულის გაზიარებით. დაუშვებელია მასალის ჩამოტვირთვა და სხვაგან ატვირთვა, ამ შემთხვევაში მაუწყებელი უფლებას იტოვებს მიმართოს შესაბამის ზომებს.

გამოიყენეთ ეს მასალა. მაგალითად, ამსჯელეთ მოსწავლეები იმის შესახებ, თუ რამ მუტანა წარმატება ქვემოთ მოცემულ პრეზენტაციებს:

> <https://www.youtube.com/watch?v=Yf4rmMtngoA> (გიორგი შეშაბერიძის პრეზენტაცია)

> <https://www.youtube.com/watch?v=Yf4rmMtngoA> (ანი გიგანის პრეზენტაცია)

> <https://www.youtube.com/watch?v=H9SgCVzDh7U> (სემ ჯოუნსის პრეზენტაცია ინგლისურ ენაზე)

აქტივობის განვრცობა 1: დაურიგეთ მოსწავლეებს „ასე ვაკეთებთ“ და „ასე არ ვაკეთებთ“ ბარათები პრეზენტაციის მომზადების რეკომენდაციებით. დაავალეთ, რომ სწორად გაანაწილონ ისინი კატეგორიების მიხედვით.

2: სთხოვეთ მოსწავლეებს, აღწერონ ე.წ. „ლიფტის სიტყვა“ (ეს უნდა იყოს გაყიდვაზე ორიენტირებული მეტად ლაკონური და დამაჯერებელი მიკროპრეზენტაცია, რომელიც ლიფტით მგზავრობის დროში ჩაეტევა) და იმსჯელონ იმის შესახებ, თუ რა ქმნის კარგ მიკროპრეზენტაციას, როგორ გავითვალისწინოთ მისი ვიზუალური და ენობრივი მახასიათებლები. მათ ასევე შეუძლიათ შეადგინონ იმ ძირითადი პუნქტების ჩამონათვალი, რომლებსაც ეს სიტყვა/მიკროპრეზენტაცია უნდა შეიცავდეს.

3: მოსწავლეები მოამზადებენ საკუთარ სიტყვებს/მიკროპრეზენტაციებს უკვე არსებული პროდუქტებისთვის (მაგალითად, ეს შეიძლება იყოს მიკროტალღური ღუმელი, ველოსიპედი, ფეისბუქი, სმარტფონი, რაკეტა და ა.შ.). შემდეგ პრეზენტაციას გააკეთებენ კლასის იმ ნაწილისთვის, რომელიც „შარქის“ როლს შეასრულებს. დაუსვით შარქებს შეკითხვები და გაარკვიეთ, განახორციელებენ თუ არა ინვესტიციას.

ძირითადი დავალება: აუხსენით მოსწავლეებს, რომ გარკვეულ მომენტში მათ მოუწევთ თავიანთი პროდუქტის ან მომსახურების შესაძლო ინვესტორის, პარტნიორის, საცალო მაღაზიის, გავლენიანი ბიზნესმენის, მედიასამუშალებებისთვის და ა.შ. „მიყიდვა“; ამიტომ არის საჭირო იმის ცოდნა, თუ როგორ კეთდება კარგი მიკროპრეზენტაცია. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია გასაყიდი პროდუქტის ან საქონლის რაც შეიძლება მოკლედ აღწერა. ავარჯიშეთ მოსწავლეები წყვილებში ან ჩაწერეთ მათი რეპრეზენტაცია, რათა ნახონ თავიანთი ძლიერი და სუსტი მხარეები. მოსწავლეებს შეუძლიათ მოამზადონ PowerPoint ფორმატის პრეზენტაცია და წარმოადგინონ თავიანთი გეგმები შედარებით ფორმალიზებულ გარემოში, „ლიფტის სიტყვის“ რეჟიმში, როდესაც დრო საკმაოდ შეზღუდულია.

გაგრძელება: იმისათვის, რომ მოსწავლეების მიერ შესრულებულმა სამუშაომ მაქსიმალური სარგებელი მოიტანოს, რეკომენდებულია სპეციალური ღონისძიების ჩატარება თემაზე „ტალანტების მოუ ახალგაზრდა მეწარმეებისთვის“. შესაძლო იდეები:



- „ლიფტის სიტყვები“, როგორც ტალანტების დღის/ტალანტების წლის ბოლოს შოუს ნაწილი;
- გამოფენა მოწვეული სტუმრებისთვის (ადგილობრივი ბიზნესმენებისთვის);
- კონკურსი „მარქ თენქის“ / „დრაკონთა ბუნაგის“ სტილში მოსწავლეებისთვის;
- დავალება „კანდიდატის“ სტილში. კლასში შექმნილი ჯგუფები შეასრულებენ სხვადასხვა დავალებას, ხოლო მასწავლებელი მოაწყობს გასაუბრების სხდომას და შეარჩევს გამარჯვებულ გუნდს;
- საპრეზენტაციო ვიდეოები სკოლის ვებგვერდზე;
- კონკურსი „შექმენი შენი ბურგერის დიზაინი“, რომელსაც კლასში წარდგენის შემდეგ შეფასდება სხვადასხვა კრიტერიუმით, მაგალითად: დასახელება, გაყიდვის უნიკალური წინადადება – USP/ორიგინალურობა, ლოგო, დამზადების ტექნიკა და ა.შ.;
- სკოლის ღია კარის დღის ერთ-ერთ ნაწილში ინტერაქციის წარმართვა მშობლებთან, როგორც „მომხმარებლებთან“. ახალგაზრდა მეწარმეებს შეუძლიათ გაყიდონ თავიანთი პროდუქცია ან მომსახურება; შესაძლებელია, რომ მოგების ნაწილი ქველმოქმედებასაც შესწირონ.

სავარაუდო პასუხები

ასა ვაკეთებთ	ასა არ ვაკეთებთ
მოკლე, ლაკონური, მკაფიო	კონკურენტების გვერდის ავლა, იგნორირება
საუბარი ფაქტებზე და ფაქტებით	ყურადღების გაფანტვა
პრობლემის გადაჭრა	ტექნიკური ტერმინებისა და აკრონიმების გამოყენება
შეკითხვების დასმა	ძალიან სწრაფად საუბარი
გარკვევით თქმა, თუ ვინ ხართ	რობოტიკით ლაპარაკი
იდეალური კაუჭის პოვნა	იდეის გადაჭარბებულ ფასად გაყიდვა
დასრულება საკონტაქტო ინფორმაციით	მხოლოდ იმპროვიზება

მომავლიანი მინიკრედიტის შიქმნა

ასე არ ვაკეთებთ

[illegible][illegible]

ინტელექტუალური საკუთრება ევროპის განათლების სისტემაში

პროექტი შექმნილია ახალგაზრდა ევროპელთა კრეატიულობის, ინოვაციებისა და მეწარმეობის წახალისებისა და გაძლიერების მიზნით

ხედვა და მიზნები

ყველაზე ღირებული აქტივი, რომელიც ჩვენ გვაქვს, არის ტვინი – კრეატიულობის, ინოვაციებისა და მეწარმეობის წყარო.

ჩვენ უნდა ვასწავლოთ ახალგაზრდა ევროპელებს, თუ როგორ დაიცვან შემოქმედებითობაში, ინოვაციებსა და მეწარმეობაში ჩადებული ინვესტიციების შედეგები. ინტელექტუალური საკუთრება წარმოადგენს ინსტრუმენტს თქვენი ინტელექტუალური შრომის შედეგების დასაცავად. ინტელექტუალური საკუთრების ობიექტებია: გამოგონება, სასაქონლო ნიშანი, დიზაინი, გეოგრაფიული აღნიშვნა, საავტორო უფლებები და ა.შ.

გლობალიზებულ და ციფრულ 21-ე საუკუნეში შემოქმედებითობა, ინოვაცია და მეწარმეობა, კიდევ უფრო მეტად, ვიდრე ოდესმე, წარმოადგენს ევროპის ეკონომიკური, კულტურული და სოციალური სიმდიდრის საფუძველს. საკუთარი ნამუშევრების დაცვა და სხვათა ნამუშევრების პატივისცემა სულ უფრო მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ყველა მოქალაქის პროფესიულ და პირად ცხოვრებაში.

შესაბამისად, იმისათვის, რომ ახალგაზრდებმა ფინანსური, სოციალური და კულტურული სარგებელი მიიღონ თავიანთი ინტელექტუალური შესაძლებლობებიდან, აუცილებელია ინტელექტუალური პოტენციალის ძირითადი პრინციპების ცოდნა. ეს პრინციპები ეფუძნება საკუთარი და სხვათა იდეების პატივისცემას, მათი ღირებულებისა და შესაძლებლობების გაცნობიერებას, მათ დახმარებას. ეს ყოველივე დრამად უნდა იყოს ფესვგადგმული ყველა ახალგაზრდის, 21-ე საუკუნის ევროპელის განათლებაში.

თუ გასურთ მეტი ინფორმაციის მიღება სკოლებში ინტელექტუალური საკუთრების სწავლების შესახებ, გთხოვთ დაგვიკავშირდეთ: IPinEducation@euipo.europa.eu

რატომაც არ ჩაბეჭდებიანათ

ინტელექტუალური საკუთრების დღე

თქვენს სკოლაში?

დამატებითი ინფორმაციისთვის გადმოწერეთ ჩვენი საინფორმაციო პაკეტი

 ideaspowered.eu/en

თვალი ადევნეთ იდეებს Powered @ School Awareness Day ვიდეო

 youtube.com/watch?v=qu_eR5K34k4

 euipo.europa.eu/ohimportal/en/web/observatory/ip-in-education

ბმულები მასწავლებლებისთვის

მიზნები / სწავლის შედეგები

> https://ec.europa.eu/education/policy/school/competences_en

მხარდაჭერა მასწავლებლებისთვის

> https://ec.europa.eu/growth/smes/supporting-entrepreneurship_en

მეწარმეობის სწავლება: გზამკვლევი პედაგოგებისთვის

> <https://www.schooleducationgateway.eu/en/pub/resources/publications/entrepreneurship-education---a.htm>

ევროკავშირის წარმატებული მეწარმეები

> <http://www.eu-startups.com/2017/05/20-of-europes-most-successful-entrepreneurs-under-30/>

ინტელექტუალური საკუთრების გზამკვლევი ევროკავშირში

> <https://intellectual-property-helpdesk.ec.europa.eu/system/files/2021-01/EU-IPR-Guide-IP-in-Europe-EN.pdf>

EUIPO ობსერვატორია

> <https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/web/observatory/ip-for-education-and-culture>

ჰორიზონტი ევროკავშირში

> https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-europe_en



დამატებითი ინფორმაციისთვის და მასალების ჩამოსატვირთად ეწვიეთ ბმულს:
euipo.europa.eu/ohimportal/en/web/observatory/educational-materials
ან დაგვიკავშირდით IPinEducation@euipo.europa.eu