



ევროკავშირისა და საქართველოს ერთობლივი
პროექტი ინტელექტუალური საკუთრების შესახებ

@SCHOOL

დავხმართ მოსწავლეებს კრეატიულობის დაფასებაში

<https://euipo.europa.eu/ohimportal/es/home>

<http://www.ideaspowered.eu> დამატებითი ინფორმაცია და ბმულები:

საკუთარი ნამუშევრის დაცვა და სხვა ადამიანების ნამუშევრის პატივისცემა სულ უფრო მნიშვნელოვანი ხდება ყველა მოქალაქის, განსაკუთრებით, ახალგაზრდა ევროპელების პროფესიულ და პირად ცხოვრებაში.

ინფორმაციისთვის გთხოვთ დაგვიკავშირდეთ:

IPinEducation@euipo.europa.eu

ევროპაში არსებული რესურსებიდან ყველაზე ფასეულია ჩვენი გონება – კრეატიულობის, ნოვატორობისა და მეწარმეობის წყარო.

ევროკავშირის სამუშაო ადგილების 38%-ს (82 მილიონი დასაქმებული) ქმნის ისეთი ინდუსტრიები, რომლებსაც ინტელექტუალური საკუთრების უფლებების გამოყენების საშუალოზე მეტი მაჩვენებელი აქვს.

ინდუსტრიები, რომლებიც ინტენსიურად სარგებლობენ ინტელექტუალური საკუთრების უფლებებით, სხვა ინდუსტრიებთან შედარებით, უფრო მაღალ ხელფასებს იხდიან.

ევროკავშირის მთლიანი ეკონომიკური აქტივობის 42%-ზე მეტს ქმნის ის ინდუსტრიები, რომლებიც ინტენსიურად სარგებლობენ ინტელექტუალური საკუთრების უფლებებით.

ყალბი პროდუქტების დამზადებისა და რეალიზების გამო ევროკავშირის ქვეყნებში ყოველწლიურად იკარგება 90 მილიარდი ევრო და ვერ იქმნება დაახლოებით 800000 სამუშაო ადგილი.



სასაქონლო ნიშანი (Trademarks) – ესაა განმასხვავებელი ნიშანი, რომლის ფუნქციაა ერთი კომპანიის საქონელი და მომსახურება მისი კონკურენტი კომპანიის საქონლისა და მომსახურებისგან განასხვავოს. ამა თუ იმ ბრენდის უკან დგანან ადამიანები, რომლებიც შრომობენ, დებენ ინვესტიციებს, იკვლევენ და ხვეწენ პროდუქტებსა და სერვისებს, რომლებიც ყოველდღიური ცხოვრების სხვადასხვა მხარეს გვიუმჯობესებს.

სასაქონლო ნიშნები:

- მობილური ტელეფონის სახელი
- ხმა ტელეფონის ჩართვისას
- ინსტაგრამის ლოგო



პატენტი (Patent). არიან ადამიანები, რომლებიც წლებსა და ათწლეულებსაც კი უძღვნიან გამოგონებას, რომელიც სამყაროს შეცვლიდა. ზოგს უცებ მოსდის თავში გენიალური იდეა და „ვერიკა!“, კიდევ ერთი აღმოჩენა იბადება! პატენტების (Patents) არსი ისაა, რომ მათი გამოგონების სანაცვლოდ, მძიმე შრომისა თუ მიხვედრისთვის გამოგონებლები სათანადოდ უნდა დაჯილდოვდნენ.

პატენტის მფლობელს ენიჭება თავისი გამოგონების დამზადებისა და გაყიდვის, ან რაიმე სხვა ხერხით გავრცელების ექსკლუზიური უფლებები.

პატენტები:

- მონაცემთა დამუშავების მეთოდები
- საოპერაციო სისტემები
- მომხმარებლის ინტერფეისის მოქმედება

იცოდით თუ არა, რომ: დღესდღეობით თანამედროვე სმარტფონებთან 250000-ზე მეტი მოქმედი პატენტია დაკავშირებული?



დიზაინი:

- მობილური ტელეფონის ფორმა
- ღილაკების ფორმა და განლაგება
- ეკრანის ფორმა და ადგილი

დიზაინი (Design) – ესაა ნებისმიერი პროდუქტის (ან თუნდაც მისი ნაწილის) გარეგნული სახე, მოყვანილობა და ფერი, მის დასამზადებლად გამოყენებული მასალა და შეფუთვა. ამრიგად, თითქმის ნებისმიერი დამზადებული საგანი შეიძლება დარეგისტრირდეს „დიზაინის“ კატეგორიაში. თუმცა, დიზაინი კიდევ უფრო ფართო ცნებაა! დიზაინში შედის ლოგოტიპები, რუკები, მრიფტები და მრავალი სხვა. არაა აუცილებელი, რომ დიზაინი ლამაზი, მიმზიდველი ან მხატვრული იყოს; ის უნდა იყოს უბრალოდ განსხვავებული.



- საავტორო უფლებები:
- პროგრამული უზრუნველყოფა
 - მომხმარებლის სახელმძღვანელო
 - ზარის ხმები
 - ფეისბუკი
 - გამოსახულებები

საავტორო უფლებები (Copyright) - ესაა წესების ერთობლიობა, რომელიც იცავს მხატვრულ და ლიტერატურულ ნაწარმოებებს, მაგალითად: ფილმებს, მუსიკას, ლექსებს, ნახატებს, კომიქსებს და სხვ. ძირითადად, ეს არის უფლება, იყო ერთადერთი, ვინც გადაწყვეტს, თუ ვის შეუძლია შენი ნამუშევრის გამოყენება. მაგალითად, დავუშვათ, თქვენ დაწერეთ სიმღერა. თქვენი ნებართვის გარეშე არავის შეუძლია, გაიმეოროს ან თავისად გამოაცხადოს ეს სიმღერა. ის მხოლოდ თქვენი საკუთრებაა. რა თქმა უნდა, სურვილისამებრ, შეგიძლიათ, სხვასაც მისცეთ თქვენი სიმღერის შესრულების ან ჩაწერის უფლება.



კომერციული საიდუმლოება (Trade Secret) – ესაა კონფიდენციალური ბიზნეს ინფორმაცია, რომელსაც კომერციული და ეკონომიკური ღირებულება აქვს და მისი საიდუმლოდ შენახვა ამა თუ იმ კომპანიას კონკურენტულ უპირატესობას ანიჭებს. კომერციული საიდუმლოება რეგისტრაციისა და ფორმალური ზომების მიღების გარეშეც დაცულია. ამგვარად, მისი დაცვა განუსაზღვრელი ვადითაა შესაძლებელი. იმისათვის, რომ ინფორმაცია „კომერციულ საიდუმლოებად“ განიხილებოდეს, ის უნდა იყოს საიდუმლო, უნდა ჰქონდეს კომერციული ღირებულება და მფლობელმა მის დასაცავად გონივრულ ზომებს უნდა მიმართოს. თუმცა, ეს პირობები სხვადასხვა ქვეყანაში სხვადასხვაა. კომერციული საიდუმლოების კარგი მაგალითია „კოკა-კოლას“ რეცეპტი.