

ინტელექტუალური საკუთრების კომერციალიზაცია

იოსებ ურუმაშვილი

ლაურა არზუმანიანი

მარი ფხოველიშვილი

ჯგუფი#34

*სამაგისტრო ნაშრომი წარმოდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ბიზნესის სკოლის ადმინისტრირების ფაკულტეტზე მენეჯმენტის მაგისტრის
აკადემიური ხარისხის მინიჭების შესაბამისად*

პროგრამა: ბიზნესის ადმინისტრირება (მენეჯმენტი)

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ირაკლი ღვალაძე, მოწვეული ლექტორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, (2017 წელი)

შესავალი	
აბსტრაქტი	1
შესავალი	3
ინტელექტუალური საკუთრების არსი	4
<i>ინტელექტუალური საკუთრების მსოფლიო ორგანიზაცია და საერთაშორისო თანამრომლობა ინტელექტუალური საკუთრების სფეროში</i>	5
კანონმდებლობა	6
ინტერნაციონალიზაცია.....	8
არაკეთილსინდისიერი კონკურენცია.....	8
პატენტები გამოგონებაზე.....	9
სასარგებლო მოდელები	12
სამრეწველო ნიმუშები	13
ინტელექტუალური საკუთრების კომერციალიზაცია.....	14
ინტელექტუალური საკუთრების მართვის საბაზისო პრინციპები.....	16
ინტელექტუალური საკუთრების დაცვა ადგილობრივ და საერთაშორისო დონეზე.....	22
ინტელექტუალური საკუთრების კომერციალიზაციის ცენტრი	24
რა არის სტარტაპი?	28
„სტარტაპი“ - მსოფლიოში.....	29
SKYPE	30
FACEBOOK	31
NJOY	32
VIBER.....	34
„სტარტაპი“ - საქართველოში	35
Edvex	37

ავტომობილის პარკირება ვერტიკალურ სივრცეში	37
CNICK – „ჭკვიანი ბეჭედი“	38
რა გვჭირდება საქართველოში სტარტაპების დასახვეწად	39
ინოვაციები და მეწარმეები	39
გარემო	40
ფონდები	40
„ფაბლაბ“-ები	41
სახელმწიფოს როლი ინტელექტუალური საკუთრების კომერციელიზაციის განვითარებაში სტარტაპის მაგალითზე	42
დასკვნები და რეკომენდაციები	45
ინფორმაცია	46
გამოყენებული ლიტერატურა	51

აბრევიატურის ჩამონათვალი

ისკ - ინტელექტუალური საკუთრების კომერციალიზაცია

მშპ - მილიანი შიდა პროდუქტი

ისმო - ინტელექტუალური საკუთრების მსოფლიო ორგანიზაცია

გაერო - გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია

ATRIP - პროფესორ-მასწავლებელთა საერთაშორისო ასოციაცია

CBA – (Centre for Bits and Atoms) - ბიტებისა და ატომების ცენტრი

აბსტრაქტი

სტატისტიკური მონაცემების და ჩვენი კვლევის მიხედვით, საქართველოში ინტელექტუალური საკუთრების კომერციალიზაციის შინაარსის ცოდნის თვალსაზრისით საგანგაშო მდგომარეობაა.

განსაკუთრებით საყურადღებოა ის ფაქტი, რომ ახალგაზრდა თაობაში გაუაზრებელია ინოვაციების მნიშვნელობა, მათთვის სიტყვა „სტარტაპი“, „ინტელექტუალური საკუთრების კომერციალიზაცია“, „კომერციალიზაციის ცენტრები“ და „ფაბლაბები“ უცხო ტერმინოლოგიაა, ან სმენიათ და შინაარსი ვერ გაუცნობიერებიათ.

თემის მიზანია დეტალურად შევისწავლოთ კომერციალიზაციის პრაქტიკა, გავანალიზოთ სხვადასხვა მონაცემები და პასუხი გავცეთ კითხვებს: რამდენად მნიშვნელოვანია ინოვაციების პოლიტიკა ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებისათვის; რამდენად ჩართულია საქართველოს მთავრობა/მოსახლეობა ინოვაციების დანერგვაში; რა კომპონენტი აკლია ქვეყანაში ინტელექტუალური საკუთრების კომერციალიზაციის დახვეწას; არის თუ არა არსებული სტატისტიკა საგანგაშო და რამდენად.

რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევის შედეგებმა ერთმანეთი შეავსო, რამაც საშუალება მოგვცა, წარმოგვედგინა ძირითადი მიგნებები და მათზე დაყრდნობით შემუშავებული რეკომენდაციები.

საკვლევ თემად აღებულია ინტელექტუალური საკუთრების კომერციალიზაცია სტარტაპის მაგალითზე. კვლევამ აჩვენა, რომ საქართველოში 100-ი გამოკითხულიდან 40%-ს არცკი სმენია აღნიშნულის შესახებ. ¹ამიტომ ვთვლით რომ, დიდი მნიშვნელობა აქვს მოსახლეობისთვის მოცემული ინფორმაციის ცოდნა, ჩვენს მიერ ჩატარებული კვლევა გვიჩვენებს, რომ გამოკითხულ სტუდენტთა უმრავლესობა განიცდის ინფორმაციის დეფიციტს, რაც ხელს უშლის სტარტაპების არსის და ფასეულობის აღქმას. აუცილებელია საზოგადოებას მიეწოდოს ხარისხიანი ინფორმაცია, რომელიც იქნება ღირებული. „ინფორმაციის ღირებულება“ განსაზღვრავს ამ ინფორმაციის საფუძველზე მიღებული ცოდნისა და გადაწყვეტილებების მნიშვნელობას, გადაწყვეტილებების

¹ წყარო: https://docs.google.com/a/iliauni.edu.ge/forms/d/e/1FAIpQLSd1OxRNjHqf_sNYL-P8SnmS6DjhiCcsv0BpOUS8Bihnda_cA/viewform?c=0&w=1

მნიშვნელობა კი თავის მხრივ, დამოკიდებულია პრიორიტეტულ მიზნებზე, რომელთა მისაღწევადაც მიიღება გადაწყვეტილებები.