ՊԱՏԿԵՐԱՑՈՒՄ ԱՐԴՅՈՒՆԱԲԵՐԱԿԱՆ ՍԵՓԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՄԱՍԻՆ

ՄՏԱՎՈՐ
ՍԵՓԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ
ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ
ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒԹՅՈՒՆ (ՄՍՀԿ)

Այս ստեղծագործությունը թարգմանվել եւ վերարտադրվել է հեղինակային իրավունքի իրավատեր Մտավոր սեփականության համաշխարհային կազմակերպության (ՄՍՀԿ) թույլտվությամբ՝ բնօրինակ անգլերեն տարբերակի հիման վրա: ՄՍՀԿ քարտուղարությունը պարտավորություն եւ պատասխանատվություն չի կրում թարգմանության կամ տվյալների որեւէ փոփոխության համար:

Բովանդակություն

Ներածություն 3

Մտավոր սեփականություն 3

Մտավոր սեփականության երկու ճյուղերը 4

Հեղինակային իրավունք 4

Արդյունաբերական սեփականություն 4

Գյուտերի արտոնագրեր 5

Օգտակար մոդելներ 8

Արդյունաբերական նմուշներ 9

Մտավոր սեփականությունը ինտեգրալ միկրոսխեմաների նկատմամբ 11

Ապրանքային նշաններ 12

Ֆիրմային անվանումներ 14

Աշխարհագրական նշումներ 14

Պաշտպանություն անբարեխիղճ մրցակցությունից 15

ՄՍՀԿ-ի դերը 16

ՄՍՀԿ-ի կողմից կառավարվող փաստաթղթերի եւ միջազգային պայմանագրերի ցանկ 18

Լրացուցիչ տեղեկատվություն 20

Ներածություն

Սույն գրքույկի նպատակն է սկսնակներին եւ ոչ մասնագետներին ծանոթացնել արդյունաբերական սեփականությանը: Հրատարակության մեջ հանգամանորեն ներկայացվում են արդյունաբերական սեփականության իրավունքի հիմնարար սկզբունքները: Գրքույկում ներկայացված են արդյունաբերական սեփականության ամենատարածված ձեւերը՝ ներառյալ գյուտերի արտոնագրերը եւ օգտակար մոդելները, արդյունաբերական նմուշները, ապրանքային նշանները եւ աշխարհագրական նշումները: Գրքույկում ներկայացվում են նաեւ այն միջոցները, որոնց օգնությամբ ստեղծագործողները կարող են պահպանություն ապահովել իրենց արդյունաբերական սեփականության նկատմամբ:

Չնայած գրքույկը չի տալիս պատասխաններ որոշակի իրավական կամ վարչական բնույթի հարցերին (օրինակ՝ ուր դիմել պահպանություն ստանալու համար կամ ինչպես վարվել արդյունաբերական սեփականության իրավունքների խախտման դեպքում), սակայն օգնում է կողմնորոշվելու եւ, անհրաժեշտության դեպքում, դիմելու մտավոր սեփականության ազգային գրասենյակ: Գրքույկի վերջում, «Լրացուցիչ տեղեկություններ» բաժնում ներկայացվում են հետաքրքիր կայքեր եւ հրատարակություններ այն ընթերցողների համար, ում ավելի մանրամասն տեղեկություններ են հարկավոր:

ՄՄՀԿ-ի մյուս գրքույկը՝ «*Պատկերացում հեղինակային իրավունքի եւ հարակից իրավունքների մասին» վերնագրով,* տեղեկություններ է ներկայացնում հեղինակային իրավունքի մասին:

Մտավոր սեփականություն
Արդյունաբերական սեփականության մասին օրենսդրությունը այն լայնածավալ իրավական նորմերի ամբողջության մասն է, որը կոչվում է մտավոր սեփականություն: Այդ սահմանումը վերաբերում է մարդու մտավոր ստեղծագործական գործունեության արդյունքներին: Մտավոր սեփականության իրավունքները պաշտպանում են ստեղծագործողների շահերը՝ նրանց ստեղծագործական գործունեության արդյունքների նկատմամբ գույքային իրավունքներ տրամադրելու միջոցով:

Մտավոր սեփականության համաշխարհային կազմակերպությունը հիմնադրող կոնվենցիան (1967թ.) չի տալիս մտավոր սեփականության սահմանումը, այլ թվարկում է ստորեւ ներկայացվող այն օբյեկտների ցանկը, որոնք պահպանվում են մտավոր սեփականության իրավունքներով.

- գրականության, գիտության եւ արվեստի ստեղծագործություններ,
- կատարողների կատարումներ, հնչյունագրեր եւ ռադիո-հեռուստատեսային հաղորդումներ,
- բոլոր բնագավառներում մարդու մտավոր գործունեությամբ ստեղծված գյուտեր,
- գիտական հայտնագործություններ,
- արդյունաբերական նմուշներ,
- ապրանքային նշաններ, սպասարկման նշաններ, ֆիրմային ու առեւտրային անվանումներ,
- պաշտպանություն անբարեխիղճ մրցակցությունից, եւ
- արդյունաբերության, գիտության, գրականության կամ արվեստի բնագավառներում մտավոր գործունեության արդյունքներին վերաբերող մյուս բոլոր իրավունքները:

Մտավոր սեփականությունը վերաբերում է տեղեկությունների եւ գիտելիքների այն

օբյեկտներին, որոնք կարող են մարմնավորվել եւ արտահայտվել անսահմանափակ կրկնօրինակների տեսքով, աշխարհի տարբեր վայրերում: Սեփականությունը ոչ թե կրկնօրինակներն են, այլ դրանց մեջ արտացոլված տեղեկություններն ու գիտելիքները: Մտավոր սեփականության իրավունքներն ունեն որոշակի սահմանափակումներ, ինչպիսիք են հեղինակային իրավունքի եւ արտոնագրերի գործողության ժամկետի սահմանափակումները:

Մտավոր սեփականության պահպանության կարեւորությունն առաջին անգամ ճանաչվեց *Արդյունաբերական սեփականության պահպանության մասին փարիզյան կոնվենցիայով (1883թ.),* ինչպես նաեւ *Գրական եւ գեղարվեստական ստեղծագործությունների պահպանության մասին Բեռնի կոնվենցիայով (1886թ.):* Երկու կոնվենցիաներն էլ կառավարվում են Մտավոր սեփականության համաշխարհային կազմակերպության (ՄՍՀԿ) կողմից:

Սովորաբար, տարբեր երկրներում մտավոր սեփականությունը պահպանող օրենքների ընդունումը պայմանավորվում է երկու հիմնական նպատակով: Առաջինը հեղինակների ստեղծագործությունների նկատմամբ անձնական ոչ գույքային եւ գույքային իրավունքների իրավական ձեւակերպման ապահովումն ու այդ ստեղծագործությունները հանրությանը հասանելի դարձնելն է: Երկրորդը՝ ստեղծագործական գործընթացի խթանումը, դրա արդյունքների տարածումը, պահպանությունը եւ բարեխիղճ առեւտրի խրախուսումն է, որը ներդրումներ է ապահովում տնտեսության եւ հասարակության զարգացման համար:

Մտավոր սեփականության երկու ճյուղերը
Մտավոր սեփականությունը սովորաբար բաժանվում է երկու ճյուղի՝ արդյունաբերական սեփականության եւ հեղինակային իրավունքի:

Հեղինակային իրավունք
Հեղինակային իրավունքի ոլորտին են վերաբերում գեղարվեստական ստեղծագործությունները, օրինակ՝ գրքերը, երաժշտությունը, կերպարվեստը, քանդակագործությունը, ֆիլմերը եւ տեխնոլոգիաների հիման վրա ստեղծված ստեղծագործությունները, ներառյալ՝ համակարգչային ծրագրերն ու տվյալների բազաները: Եվրոպական գրեթե բոլոր լեզուներում, բացառությամբ անգլերենի, հեղինակային իրավունք՝ «copyright», ասելով հասկանում են հեղինակի իրավունքները: «Copyright» արտահայտությունը (բառացիորեն՝ պատճենման իրավունք) գլխավորապես վերաբերում է այն գործողություններին, որոնք կարող են իրականացվել միայն գրական եւ գեղարվեստական ստեղծագործությունների հեղինակի կողմից կամ նրա թույլտվությամբ: Այդպիսի գործողություն է ստեղծագործությունների պատճենահանումը: «*Հեղինակի իրավունք»* արտահայտությունը վերաբերում է գեղարվեստական գործեր ստեղծողին, այսինքն՝ հեղինակին: Սա նշանակում է, որ երկրների օրենքներում մեծամասամբ ճանաչված են հեղինակի որոշակի, հատուկ իրավունքներ իր ստեղծագործությունների նկատմամբ, որոնք միայն նա կարող է իրականացնել (օրինակ՝ արգելել աղավաղված վերարտադրությունը): Այլ իրավունքները, հատկապես պատճենման իրավունքը, կարող են իրականացվել այլ անձանց, օրինակ՝ այն հրատարակչի կողմից, ով իր հերթին, հեղինակից ստացել է համապատասխան լիցենզիա:

Արդյունաբերական սեփականություն
«Արդյունաբերական» հասկացությունը լայն կիրառություն է ստացել *Արդյունաբերական սեփականության պահպանության մասին փարիզյան կոնվենցիայի*

(Հոդված 1 (3)) ընդունումից հետո. «Արդյունաբերական սեփականությունը պետք է հասկացվի ամենալայն իմաստով եւ պետք է վերաբերի ոչ միայն արդյունաբերությանն ու բուն առեւտրին, այլ նաեւ գյուղատնտեսական եւ արդյունահանող արդյունաբերությանն ու արտադրվող կամ բնական բոլոր ապրանքներին, օրինակ՝ գինիներին, հացահատիկին, ծխախոտին, մրգերին (նաեւ՝անասուններին), հանածոներին, հանքային ջրերին, գարեջրին, ծաղիկներին եւ այլն»:

Արդյունաբերական սեփականությունը գոյություն ունի բազմազան ձեւերով, որոնց հիմնական տեսակները կնկարագրվեն սույն գրքույկում: Դրանք ներառում են արտոնագրերը՝ գյուտերը պահպանելու համար եւ արդյունաբերական դիզայնը՝ արդյունաբերական նմուշների արտաքին տեսքի գեղագիտական լուծումը: Արդյունաբերական սեփականությունը ներառում է նաեւ ապրանքային նշանները, սպասարկման նշանները, ինտեգրալ միկրոսխեմաների տոպոլոգիաները, ֆիրմային եւ առեւտրային անվանումները, ինչպես նաեւ աշխարհագրական նշումները եւ անբարեխիղճ մրցակցությունից պաշտպանությունը: Նշվածներից մի քանիսում թեեւ առկա է մտավոր գործունեության տարր, բայց այն հստակ արտահայտված չէ: Այստեղ կարեւորն այն է, որ արդյունաբերական սեփականության օբյեկտը բաղկացած է նշաններից, որոնք տեղեկատվություն են փոխանցում մասնավորապես սպառողներին՝ շուկայում առաջարկվող ապրանքների եւ ծառայությունների վերաբերյալ: Պահպանությունն ուղղված է այդպիսի նշանների անօրինական օգտագործման դեմ, որոնք մոլորության մեջ են գցում սպառողներին, ինչպես նաեւ՝ այդպիսի գործունեության դեմ:

Գյուտերի արտոնագրերը

Գյուտերի պահպանությանն առնչվող օրենքների մեծ մասն իրականում չի սահմանում «գյուտ» հասկացությունը: Այդուհանդերձ, մի շարք երկրներ որպես գյուտ են ընդունում տեխնիկական խնդիրների նոր լուծումները: Խնդիրը կարող է լինել հին կամ նոր, սակայն լուծումը գյուտ կոչվելու համար պետք է լինի նոր: Պարզապես հայտնագործել մի բան, որն արդեն գոյություն ունի բնության մեջ, ինչպես, ասենք, նախկինում անհայտ բույսի տեսակը, դեռեւս գյուտ չէ: Անհրաժեշտ է նաեւ մարդու միջամտությունը: Ասենք, բույսից նոր նյութի ստացումը կարող է գյուտ դիտվել: Գյուտը իր կառուցվածքով պարտադիր չէ, որ բարդ լինի: Գնդասեղը գյուտ էր, որը լուծեց գոյություն ունեցող «տեխնիկական» խնդիրը: Նոր լուծումներն, ըստ էության, գաղափարներ են եւ պահպանվում են որպես այդպիսիք: Այսպիսով, գյուտերի պահպանությունն արտոնագրային օրենքով չի պահանջում, որ գյուտը ներկայացված լինի նյութականացված ձեւով:

Արտոնագրերը, որոնք կոչվում են նաեւ գյուտերի արտոնագրեր, գյուտարարների իրավունքների պահպանության ամենատարածված միջոցն են: Պետք է նշել, որ արտոնագիրը պետության կամ մի քանի պետությունների անունից գործող տարածաշրջանային գրասենյակի կողմից գյուտարարին շնորհված իրավունքն է, որը թույլ է տալիս գյուտարարին արգելելու որեւէ մեկին իր գյուտը առեւտրային շրջանառության մեջ դնել սահմանափակ ժամանակաշրջանում, որը, սովորաբար, կազմում է 20 տարի: Շնորհելով բացառիկ իրավունքներ՝ արտոնագրերը խթանում են անհատներին՝ նրանց ստեղծագործական ունակությունը ճանաչելու եւ շուկայական արժեք ունեցող գյուտերի համար նյութական պարգեւատրում ապահովելու միջոցով: Այդ խթանիչները նպաստում են նորարարական գործունեությանը, որն էլ, իր հերթին, օժանդակում է մարդկային կյանքի որակի շարունակական զարգացմանը: Գյուտարարը

պետք է արտոնագրված գյուտը բավարար չափով բացահայտի հանրության առջեւ, որպեսզի այլ անձինք կարողանան նոր գիտելիքներ ստանալ եւ հետագայում զարգացնել տեխնիկան: Այսպիսով, գյուտի բացահայտումն արտոնագիր շնորհելու գործընթացի ամենակարեւոր բաղկացուցիչն է: Արտոնագրային համակարգն այնպես է մշակված, որ հավասարակշռված ձեւով հաշվի առնվեն թե՛ գյուտարարների եւ թե՛ հանրության շահերը:

Արտոնագիրը պետական համապատասխան մարմնի կողմից տրված փաստաթուղթ է: Գյուտի արտոնագիր ստանալու համար գյուտարարը կամ այն իրավաբանական անձը, ում համար նա աշխատում է, հայտ է ներկայացնում ազգային կամ տարածաշրջանային արտոնագրային գրասենյակ: Հայտի մեջ գյուտարարը պետք է մանրամասն նկարագրի գյուտը եւ այն համեմատի տեխնիկայի միեւնույն բնագավառում նախկինում գոյություն ունեցող տեխնոլոգիաների հետ, որպեսզի ցուցադրի դրա նոր լինելը:

Ոչ բոլոր գյուտերն են ենթակա արտոնագրման: Օրենսդրությունը, սովորաբար, պահանջում է, որպեսզի գյուտը համապատասխանի այն պայմաններին, որոնք հայտնի են որպես **արտոնագրաունակության պայմաններ**: Դրանք են.

- *Արդյունաբերորեն կիրառելիությունը:* Գյուտը պետք է գործնականում օգտագործելի կամ արդյունաբերորեն կիրառելի լինի:

- *Նոր լինելը:* Այն պետք է ունենա որեւէ նոր հատկանիշ, որը հայտնի չէ տեխնիկայի տվյալ բնագավառում գոյություն ունեցող գիտելիքի մեջ (**prior art – տեխնիկայի նախնական մակարդակ**):

- *Գյուտարարական մակարդակը (ոչ ակնհայտություն):* Այն պետք է ցույց տա մի գյուտարարական մակարդակ, որին տեխնիկայի բնագավառին ծանոթ միջին մակարդակի անձը չի կարող եզրահանգել:

- *Արտոնագրաունակությունը:* Գյուտը պետք է ընդգրկված լինի ազգային օրենքով սահմանված արտոնագրման ենթակա օբյեկտների ցանկում: Տարբեր երկրներում այն տարբեր է: Շատ երկրներ արտոնագրաունակությունից բացառում են այնպիսի օբյեկտներ, ինչպիսիք են գիտական տեսությունները, մաթեմատիկական մեթոդները, բույսերի կամ կենդանիների տարբեր տեսակները, բնական նյութերի հայտնագործությունները, բժշկական բուժման մեթոդները (ի տարբերություն դեղորայքային արտադրանքի) եւ ցանկացած այլ գյուտեր, որոնց առեւտրային օգտագործման արգելումն անհրաժեշտ է հասարակական կարգը, մարդկանց բարոյականությունն ու առողջությունը պահպանելու համար:

Նորարարության եւ գյուտարարական մակարդակի (ոչ ակնհայտության) պայմանները պետք է առկա լինեն որոշակի թվականով, սովորաբար այն թվականով, երբ ներկայացվել է հայտը: Այս կանոնը, որպես բացառություն, թույլ է տալիս պաշտպանելու դիմողի **առաջնության իրավունքը** եւ կարգավորվում է *Արդյունաբերական սեփականության պահպանության մասին փարիզյան կոնվենցիայով:* Այս բացառությունը վերաբերում է միայն այն հայտերին, որոնք ներկայացվել են փարիզյան կոնվենցիայի անդամ երկրներում: Առաջնության իրավունքը նշանակում է, որ միեւնույն հայտատուն (կամ նրա իրավահաջորդը), արտոնագրային հայտ ներկայացնելով Փարիզյան կոնվենցիայի անդամ որեւէ երկրում, կարող է որոշակի ժամանակահատվածի ընթացքում, ցանկացած անդամ երկրում դիմել

տվյալ գյուտի պահպանության համար: Ավելի ուշ ներկայացված հայտերը կհամարվեն ներկայացված նույն թվականով, ինչ առաջին հայտը:

Օրինակ, եթե գյուտարարն արտոնագիր ստանալու հայտ է ներկայացնում նախ Ճապոնիայում, իսկ ավելի ուշ, երկրորդ հայտը միեւնույն գյուտի համար՝ Ֆրանսիայում, ապա ոչ ակնհայտության պայմանները գոյություն կունենան այն թվականով, որով ներկայացվել է ճապոնական հայտը: Այլ կերպ ասած, վերջին՝ ֆրանսիական հայտը այլ գյուտարարների գյուտի բնագավառին վերաբերող բոլոր մյուս հայտերի նկատմամբ առաջնություն է պահպանում, եթե դրանք ներկայացվել են գյուտարարի առաջին եւ երկրորդ հայտերի թվականների միջեւ ընկած ժամանակահատվածում:
Սակայն, երկու թվականների միջեւ ընկած ժամանակահատվածը չպետք է գերազանցի 12 ամիսը:

Սովորաբար, պետք է տարբերակել արտադրանք ներկայացնող գյուտերն այն գյուտերից, որոնք իրենցից եղանակ են ներկայացնում: Նոր համաձուլվածքի ստեղծումը արտադրանքի գյուտի օրինակ է: Արդեն հայտնի կամ նոր համաձուլվածքի պատրաստման նոր մեթոդի գյուտը եղանակի գյուտ է: Այդ արտոնագրերը համապատասխանաբար կոչվում են **արտադրանքի արտոնագիր** եւ **եղանակի արտոնագիր**:

Անձը, ում տրվում է արտոնագիր, հայտնի է որպես *արտոնագրատեր*՝ արտոնագրի սեփականատեր կամ արտոնագրի տեր: Երբ արտոնագիր է տրվում գյուտը որեւէ երկրում կիրառելու համար, ապա տվյալ երկրում գյուտը առեւտրային նպատակներով օգտագործել ցանկացողները պետք է ստանան արտոնագրատիրոջ թույլտվությունը: Փաստորեն, ցանկացած անձ, ով արտոնագրված գյուտն օգտագործում է առանց արտոնագրատիրոջ թույլտվության, կատարում է անօրինական գործողություն: Պահպանությունը տրվում է սահմանափակ ժամանակահատվածով, սովորաբար՝ 20 տարով:
Արտոնագրման ժամկետը լրանալուց հետո պահպանությունն ավարտվում է եւ գյուտը դառնում է հանրության սեփականություն: Արտոնագրատերն այլեւս բացառիկ իրավունքներ չի ունենում գյուտի նկատմամբ, այն դառնում է առեւտրային նպատակով օգտագործման համար բոլորին հասանելի:

Արտոնագրով շնորհված իրավունքները չեն սահմանվում հենց արտոնագրի մեջ: Այդ իրավունքները սահմանվում են այն երկրի արտոնագրային օրենքներում, որտեղ տրվում է արտոնագիրը: Արտոնագրի սեփականատիրոջ **բացառիկ իրավունքները,** սովորաբար, թույլ են տալիս՝

- *արտադրանքի արտոնագրի դեպքում*- երրորդ կողմին արգելել առանց սեփականատիրոջ համաձայնության պատրաստել, օգտագործել, վաճառքի հանել, վաճառել կամ այդ նպատակներով ներմուծել տվյալ արտադրանքը,

- *եղանակի արտոնագրի դեպքում*- երրորդ կողմին արգելել առանց սեփականատիրոջ համաձայնության օգտագործել տվյալ եղանակը, ինչպես նաեւ օգտագործել, վաճառքի հանել, վաճառել կամ այդ նպատակով ներմուծել այդ եղանակով ուղղակիորեն ստացված արտադրանքը:

Օրենքով, արտոնագրատիրոջն իրավունք է տրվում ոչ թե անձամբ օգտագործել իր գյուտը, այլ արգելել երրորդ անձանց օգտագործելու այն առեւտրային նպատակով: Նա կարող է այլ անձանց գյուտը փոխադարձաբար համաձայնեցված պայմաններով

օգտագործելու թույլտվություն կամ **լիցենզիա** տալ: Արտոնագրատերը կարող է նաեւ գյուտի նկատմամբ իր իրավունքները վաճառել այլ անձի, ով դրանից հետո դառնում է արտոնագրի նոր սեփականատերը:

Կան որոշակի բացառություններ այն սկզբունքից, ըստ որի արտոնագրված գյուտը չի կարող շահագործվել առանց արտոնագրատիրոջ թույլտվության: Այդ բացառությունները պահպանում են արտոնագրատիրոջ եւ հանրության շահերի միջեւ հավասարակշռությունը: Արտոնագրային օրենքները կարող են նախատեսել դեպքեր, երբ արտոնագրված գյուտը կարող է օգտագործվել առանց արտոնագրատիրոջ թույլտվության, օրինակ՝ պետության շահերի համար կամ կառավարության անունից, կամ հարկադրական լիցենզիայի հիման վրա:

Հարկադրական լիցենզիան գյուտն օգտագործելու թույլտվություն է, որը տրվում է պետական մարմնի կողմից: Սովորաբար, այն տրվում է միայն օրենքով սահմանված հատուկ դեպքերում եւ միայն այն ժամանակ, երբ արտոնագրված գյուտն օգտագործել ցանկացող իրավաբանական անձը չի կարողանում ստանալ գյուտի սեփականատիրոջ թույլտվությունը: Հարկադրական լիցենզիա տալու պայմանները մանրամասն կարգավորվում են այդ լիցենզիաները տրամադրելու վերաբերյալ օրենքներով: Հարկադրական լիցենզիա տալու մասին որոշումը պետք է համապատասխան փոխհատուցում ապահովի արտոնագրատիրոջ համար: Այս որոշումը կարող է բողոքարկվել:

Օգտակար մոդելներ

Թեեւ **օգտակար մոդելներն** այնքան լայնորեն տարածված չեն, որքան արտոնագրերը, սակայն դրանք նույնպես օգտագործվում են գյուտերի պահպանության նպատակով:

Օգտակար մոդելները պահպանվում են ավելի քան 30 երկրների օրենքներով, ինչպես նաեւ Աֆրիկյան տարածաշրջանային արդյունաբերական սեփականության կազմակերպության (ARIPO) եւ Մտավոր սեփականության աֆրիկյան կազմակերպության (OAPI) տարածաշրջանային համաձայնագրերով: Բացի դրանից, որոշ երկրներում, ինչպես Ավստրալիայում եւ Մալայզիայում, պահպանության փաստաթղթեր՝ **արտոնագրեր են տրվում նորարարությունների կամ օգտակար նորարարությունների համար, որոնք նմանվում են օգտակար մոդելներին**: Այլ երկրներ, ինչպես Հոնգ Կոնգը, Իռլանդիան եւ Սլովենիան, ունեն կարճաժամկետ արտոնագիր, որը համարժեք է օգտակար մոդելին:

«Օգտակար մոդել» արտահայտությունը պարզապես որոշակի գյուտի, ինչպես, ասենք, մեխանիկայի բնագավառում կատարվող գյուտերն են, պահպանության փաստաթղթին տրված անվանումն է: Օգտակար մոդելները սովորաբար կիրառվում են տեխնիկապես ոչ բարդ գյուտերի կամ այն գյուտերի համար, որոնք առեւտրային կարճ կյանք ունեն: Օգտակար մոդելի պահպանության համար իրականացվող ընթացակարգը սովորաբար ավելի կարճ է եւ պարզ, քան արտոնագիր ստանալու ընթացակարգը: Գործող օրենքների շրջանակներում գոյություն ունեցող էական եւ ընթացակարգային պահանջները բավականին տարբեր են օգտակար մոդելի համակարգ ունեցող երկրներում եւ տարածաշրջաններում, սակայն օգտակար մոդելները գյուտերի արտոնագրերից տարբերվում են հիմնականում հետեւյալ առումներով.

- Օգտակար մոդելին ներկայացվող անհրաժեշտ **պահանջներն** այնքան խիստ չեն, ինչպես արտոնագրերինը: Չնայած «նորության» պահանջը այդ դեպքում նույնպես պետք է պահպանվի, սակայն «գյուտարարական մակարդակի» կամ «ոչ ակնհայտության» հանդեպ պահանջն ավելի մեղմ է կամ նույնիսկ բացակայում է: Գործնականում, օգտակար մոդելի պահպանությունը հաճախ անհրաժեշտ է ոչ կատարյալ նորարարությունների համար, որոնք չեն համապատասխանում արտոնագրաունակության չափանիշներին:

- Օգտակար մոդելի համար օրենքով սահմանված **պահպանության** առավելագույն **ժամկետը,** սովորաբար, ավելի կարճ է, քան գյուտի արտոնագրի համար օրենքով սահմանված առավելագույն ժամկետը (սովորաբար՝ 7-10 տարի):

- Իրավունք ստանալու եւ պահպանելու համար անհրաժեշտ **տուրքերը** սովորաբար ավելի ցածր են, քան՝ արտոնագրերինը:

Արդյունաբերական նմուշներ

Ընդհանուր առմամբ, արդյունաբերական նմուշը օգտակար իրի գեղարվեստա-էսթետիկական լուծումն է: Այն կարող է որոշվել իրի ձեւով, արտաքին տեսքով, ուրվագծերով կամ գույնով: Նմուշը պետք է արտաքուստ հրապուրիչ լինի եւ արդյունավետորեն կատարի իր նպատակային գործառույթը: Ավելին, պետք է հնարավոր լինի վերարտադրել այն արդյունաբերական եղանակով. սա է նմուշի հիմնական նպատակը, որի պատճառով էլ այն կոչվում է «արդյունաբերական»:

Արդյունաբերական նմուշն իրավական առումով նշանակում է գրանցման համակարգի միջոցով շատ երկրներում տրվող իրավունք՝ դիզայներական գործունեության արդյունք հանդիսացող արտադրանքի յուրօրինակ, գեղարվեստական եւ ոչ ֆունկցիոնալ հատկանիշները պահպանելու համար:

Արտաքին տեսքն այն հիմնական գործոններից է, որն ազդում է սպառողների՝ մի արտադրանքը մյուսից գերադասելու եւ ընտրության վրա: Երբ տարբեր արտադրողների կողմից առաջարկվող արտադրանքի տեխնիկական բնութագրերը մոտավորապես նույնն են, սպառողներն իրենց ընտրությունը կատարում են ելնելով գնից եւ գեղագիտական տեսքից: Ուստի, արդյունաբերական նմուշը գրանցելիս արտադրողները պահպանում են շուկայում հաջողություն ապահովող տարբերակիչ գծերից մեկը:

Նոր արդյունաբերական նմուշներ ստեղծելու ջանքերի համար ստեղծագործողներին պարգեւատրելու հետ միասին, այս օրինական պահպանությունը խթանում է նաեւ նմուշների համար միջոցների ներդրումները: Արդյունաբերական նմուշների պահպանության հիմնական նպատակներից մեկը խթանի ստեղծումն է, որն ուղղված է զարգացնելու արտադրության գեղարվեստա-էսթետիկական տարրը: Այդ պատճառով, արդյունաբերական նմուշների վերաբերյալ օրենքները, սովորաբար, ապահովում են միայն այն նմուշների պահպանությունը, որոնք կարող են օգտագործվել արդյունաբերության մեջ կամ կարող են արտադրվել մեծ քանակությամբ: Օգտագործելիության այս պայմանն արդյունաբերական նմուշը հեղինակային իրավունքից տարբերող կարեւոր առանձնահատկությունն է, քանի որ վերջինս վերաբերում է միայն գեղարվեստական ստեղծագործություններին:

Որպես կանոն, արդյունաբերական նմուշների պահպանություն նախատեսվում է այն դեպքում, երբ դրանք **նոր են**: Նմուշները չեն համարվում նոր կամ յուրօրինակ, եթե զգալիորեն չեն տարբերվում արդեն հայտնի նմուշներից կամ դրանց համադրություններից:

Արդյունաբերական նմուշների վերաբերյալ օրենքների մեծ մասում գեղարվեստա-կոնստրուկտորական լուծումները, որոնք թելադրված են բացառապես արտադրանքի գործառույթով, պահպանության ենթակա չեն: Եթե արտադրանքի **դիզայնը**, ասենք՝ պտուտակահանի, որն արտադրվում է բազմաթիվ արտադրողների կողմից, թելադրված է բացառապես այն գործառույթով, որը կատարում է պտուտակահանը, այդ դեպքում լուծման պահպանությունը մյուս բոլոր արտադրողներին կարգելեր արտադրել նույն գործառույթը կատարող արտադրանք: Այդպիսի արգելանքը արդարացվում է միայն այն դեպքում, երբ նմուշը բավարարում է նոր լինելու եւ գյուտարարական մակարդակի բոլոր պայմանները՝ արտոնագրային պահպանության համար:

Այլ խոսքով, արդյունաբերական նմուշների օրինական պահպանությունը վերաբերում է միայն այն գեղարվեստա-կոնստրուկտորական լուծմանը, որը կիրառվում է տվյալ նմուշի նկատմամբ կամ որը մարմնավորված է տվյալ նմուշի մեջ: Այսպիսի պահպանությունը չի արգելում այլ արտադրողներին արտադրել նման իրեր կամ ապրանքներ, կամ վաճառել դրանք, եթե դրանք պահպանվող նմուշների վերարտադրություն, կամ մարմնավորում չեն:

Արդյունաբերական նմուշում արտահայտված գեղարվեստա-էսթետիկական լուծման պահպանությունն անօրինական օգտագործումից ապահովվում է արդյունաբերական նմուշի գրանցման միջոցով: Այն նմուշը տիրապետող անձին **բացառիկ իրավունք է** վերապահում՝ պատրաստել, արտահանել, վաճառել, վարձակալել կամ վաճառքի հանել իրեր, որոնց վրա պատկերված կամ որոնցում մարմնավորված է նմուշը:

Տարբեր երկրներում արդյունաբերական նմուշի նկատմամբ իրավունքի գործողության ժամկետը տարբեր է: Սովորաբար, **առավելագույն ժամկետը** 10-ից 25 տարի է, հաճախ սահմանվում են մի քանի որոշակի ժամկետներ, որոնք սեփականատերը վերագրանցում եւ երկարաձգում է:
Պահպանության համեմատաբար կարճ ժամանակահատվածը վերաբերում է այն նմուշներին, որոնք ընդհանրանում են նորաձեւության հետ եւ որոնց մասսայականությունը կամ հաջողությունն անցողիկ բնույթ ունեն հատկապես նորաձեւությունից կախված այնպիսի ճյուղերում, ինչպիսիք են հագուստի կամ կոշկեղենի արտադրությունները:

Մտավոր սեփականության կիրառելիությունը ինտեգրալ միկրոսխեմաների նկատմամբ

Ինտեգրալ միկրոսխեմաների արտաքին ձեւավորմանը կամ տոպոգրաֆիային տրվող պահպանության տեսակը համեմատաբար նոր է: Չնայած էլեկտրական սխեմաների պատրաստի բաղադրամասերը էլեկտրասարքավորումների (օրինակ՝ ռադիոընդունիչների) արտադրության մեջ օգտագործվել են վաղուց, սակայն շատ փոքր տարրի մեջ էլեկտրական ֆունկցիաների բազմազանության մեծամասշտաբ ինտեգրումը հնարավոր դարձավ կիսահաղորդչային տեխնոլոգիաների առաջընթացի շնորհիվ: Ինտեգրալ միկրոսխեմաներն արտադրվում են մանրակրկիտ նախագծերին կամ տոպոլոգիաներին համապատասխան:

Ինտեգրալ միկրոսխեմաների տոպոլոգիաների արտաքին ձեւավորումները ստեղծագործական մտքի արդյունք են: Սովորաբար, դրանք թե՛ փորձագիտական եւ թե՛ ֆինանսական ռեսուրսների խոշոր ներդրումների հետեւանք են:
Արտաքին նոր ձեւավորումների մշակման անընդհատ պահանջարկ կա, որը կնվազեցնի գոյություն ունեցող ինտեգրալ միկրոսխեմաների չափերը եւ միաժամանակ կավելացնի նրանց գործառույթների արդյունավետությունը:
Որքան փոքր է ինտեգրալ միկրոսխեմա, այնքան ավելի քիչ նյութ կպահանջվի նրա արտադրության համար եւ այնքան ավելի քիչ տեղ կզբաղեցնի այն: Ինտեգրալ միկրոսխեմաներն օգտագործվում են բազմաթիվ արտադրատեսակներում, ներառյալ ամենօրյա գործածության իրերը (ժամացույց, հեռուստացույց, լվացքի մեքենա, ավտոմեքենա, բարդ համակարգիչ, սպասարկիչ եւ այլն):
Ինտեգրալ միկրոսխեմաների նոր տոպոլոգիաների ձեւավորման մշակումը խոշոր ներդրում է պահանջում, իսկ այդպիսի տոպոլոգիայի պատճենումը հնարավոր է նվազագույն ծախսերով:

Պատճենումը կատարվում է ինտեգրալ միկրոսխեմայի յուրաքանչյուր շերտը լուսանկարելու եւ ստացված լուսանկարների հիման վրա ինտեգրալ միկրոսխեմայի արտադրության համար կաղապարներ պատրաստելու միջոցով: Տոպոլոգիաների մշակման բարձր արժեքը եւ դրա պատճենման համեմատաբար դյուրին հնարավորությունը տոպոլոգիայի պահպանության անհրաժեշտության հիմնական պատճառներն են:

Ինտեգրալ միկրոսխեմաների տոպոլոգիաները արդյունաբերական նմուշներ չեն համարվում այն օրենքների իմաստով, որոնք ապահովում են այդ նմուշների գրանցումը: Դա բացատրվում է նրանով, որ տոպոլոգիաները բնորոշում են ինտեգրալ միկրոսխեմաների ոչ թե արտաքին տեսքը, այլ էլեկտրոնային գործառույթ ունեցող յուրաքանչյուր տարրի ֆիզիկական տեղը ինտեգրալ միկրոսխեմայի ներսում: Բացի այդ, ինտեգրալ միկրոսխեմաների տոպոլոգիաները, սովորաբար, չեն դիտվում որպես արտոնագրաունակ գյուտ, քանի որ դրանց ստեղծումը լիովին չի ներառում գյուտարարական մակարդակ, չնայած փորձագետից զգալի աշխատանք է պահանջում:
Իսկ հեղինակային իրավունքով պահպանությունը նույնպես չի կարող կիրառվել, եթե ազգային օրենքով արտաքին ձեւավորումները հեղինակային իրավունքով չեն պահպանվում:

Տոպոլոգիաների պահպանության ոլորտում անորոշությունը վերացնելու նպատակով, 1989թ. մայիսի 26-ին ՄՄՀԿ հովանու ներքո ընդունվեց *Ինտեգրալ միկրոսխեմաների վերաբերյալ մտավոր սեփականության համաձայնագիրը*: Համաձայնագիրն ուժի մեջ դեռ չի մտել, սակայն նրա գլխավոր դրույթները հղումների տեսքով ընդգրկվել են *Մտավոր սեփականության իրավունքների առեւտրին առնչվող ասպեկտների*

համաձայնագրում (TRIPS), որը կնքվել է 1994 թվականին:

Ապրանքային նշաններ

Ապրանքային նշանը այն նշանն է կամ նշանների համակցությունը, որոնցով որեւէ անձի ապրանքները եւ ծառայությունները համապատասխանաբար տարբերվում են այլ անձանց համանման ապրանքներից եւ ծառայություններից:

Որպես այդպիսի նշաններ կարող են օգտագործվել բառեր, տառեր, թվեր, նկարներ, ձեւեր ու գույներ, ինչպես նաեւ նշվածների համակցությունը: Մեծ թվով երկրներ ներկայումս թույլատրում են նաեւ ապրանքային նշանների ոչ այնքան ընդունված ձեւերը, ասենք, ծավալային նշանները (օրինակ՝ Կոկա-կոլա-ի շիշը կամ Թոբլերոն շոկոլադի սալիկը), ձայնային նշանները (հնչյուններ, օրինակ՝ առյուծի մռնչյունը, որը նախորդում է MGM-ի արտադրության ֆիլմերին) կամ հոտառական նշանները (հոտեր, օրինակ՝ օծանելիքը): Սակայն շատ երկրներ սահմանափակել են որպես ապրանքային նշան գրանցվող օբյեկտների ցանկը՝ թույլատրելով գրանցել միայն այն նշանները, որոնք տեսողության համար ընկալելի են կամ կարող են ներկայացվել գրաֆիկական տեսքով:

Ապրանքային նշանն օգտագործվում է ապրանքների վրա կամ ապրանքների վաճառքի դեպքում: Ապրանքային նշանը պատկերվում է ոչ միայն հենց ապրանքների, այլեւ այն տարաների կամ փաթեթների վրա, որոնցով վաճառվում են ապրանքները: Երբ ապրանքային նշանն օգտագործվում է ապրանքների վաճառքի ժամանակ, նշանը կարող է տեղադրվել գովազդային հայտարարություններում, օրինակ՝ թերթերում կամ գովազդվել հեռուստատեսությամբ, կամ տեղադրվել այն խանութների ցուցափեղկերին, որտեղ վաճառվում է ապրանքը:

Այն ապրանքային նշանների կողքին, որոնք նշում են ապրանքների կամ ծառայությունների առեւտրային սկզբնաղբյուրը, գոյություն ունեն նաեւ նշանների մի քանի այլ դասեր: **Կոլեկտիվ ապրանքային նշանները** որեւէ ասոցիացիայի սեփականություն են, ինպես, ասենք՝ հաշվապահների կամ ինժեներների ասոցիացիաների նշանները, որոնց անդամներն օգտագործում են այդ նշանները, որպեսզի տարբերվեն իրենց ծառայությունների որակի մակարդակով կամ այլ պահանջներով: **Հավաստագրային ապրանքային նշանները**, ինչպես, ասենք՝ Wool-mark-ը, տրվում են որպես սահմանված չափանիշներին համապատասխանության հավաստագրում, սակայն կապված չեն որեւէ անդամակցության հետ: Ծառայությունների բնագավառում օգտագործվող ապրանքային նշանը կոչվում է **սպասարկման նշան:** Սպասարկման նշաններն օգտագործվում են, օրինակ, հյուրանոցների, ռեստորանների, ավիափոխադրումների, տուրիստական գործակալությունների, ավտոմեքենաների վարձակալության գրասենյակների, լվացքատների կամ քիմմաքրման ծառայությունների կողմից: Ապրանքային նշաններին ներկայացվող վերոնշյալ պահանջներն ամբողջությամբ կիրառելի են նաեւ սպասարկման նշանների նկատմամբ:

Ընդհանուր առմամբ, ապրանքային նշանները կատարում են հետեւյալ չորս հիմնական **գործառույթները**: Դրանք անհրաժեշտ են, որպեսզի տարբերակեն ապրանքային նշանով ներկայացված ապրանքները կամ ծառայությունները, տեղեկացնեն դրանց առեւտրային ծագման ու որակի մասին եւ նպաստեն շուկայում դրանց առաջխաղացմանը, մասնավորապես՝

- **տարբերակելու համար** մի ձեռնարկության արտադրանքը եւ ծառայությունները մեկ այլ ձեռնարկության արտադրանքից եւ ծառայություններից: Ապրանքային նշանները հեշտացնում են սպառողների ընտրությունը որոշակի արտադրանք գնելիս կամ որոշակի ծառայություններից օգտվելիս: Ապրանքային նշանն օգնում է սպառողին ճանաչելու որեւէ արտադրանք կամ ծառայություն, որն արդեն հայտնի է իրեն կամ գովազդվել է: Որեւէ նշանի տարբերակիչ բնույթը պետք է գնահատվի ելնելով այն ապրանքներից կամ ծառայություններից, որոնց նկատմամբ այն կիրառվում է: Օրինակ՝ «խնձոր» բառը կամ խնձորի պատկերը չի կարող տարբերակել խնձորները, բայց այն տարբերակիչ է համակարգիչների համար: Ապրանքային նշանները ոչ միայն տարբերակում են արտադրանքը կամ ծառայությունները որպես այդպիսիք, այլեւ դրանք տարբերակում են այն ձեռնարկությունը, որից ծագում է արտադրանքը կամ ծառայությունները:

- տեղեկություններ տրամադրել շուկայում արտադրանք կամ ծառայություններ առաջարկող կոնկրետ ձեռնարկության մասին, որը պարտադիր չէ որ հայտնի լինի սպառողին: Այսինքն, ապրանքային նշանները տարբերակում են **մեկ աղբյուրից** ծագած արտադրանքը կամ ծառայությունները այլ աղբյուրներից ծագած նույնատիպ կամ համանման ապրանքներից կամ ծառայություններից: Այս գործառույթը կարեւոր է ապրանքային նշանների պահպանության շրջանակները հստակ որոշելու համար:

- տեղեկություններ տրամադրել արտադրանքի կամ ծառայության կոնկրետ որակի վերաբերյալ, որպեսզի սպառողը կարողանա վստահել տվյալ նշանի տակ առաջարկվող ապրանքի հաստատուն որակին: Սովորաբար, այս գործառույթը կոչվում է ապրանքային նշանների **երաշխիքի գործառույթ:** Ապրանքային նշանը միշտ չէ, որ օգտագործվում է միայն մեկ ձեռնարկության կողմից, քանի որ ապրանքային նշանի սեփականատերը կարող է տվյալ ապրանքային նշանը օգտագործելու լիցենզիա շնորհել այլ ձեռնարկությունների եւս: Հետեւաբար, կարեւոր է, որ լիցենզառուները պահպանեն ապրանքային նշանի սեփականատիրոջ *որակի չափանիշները:* Բացի այդ, առեւտրային ձեռնարկությունները հաճախ ապրանքային նշաններն օգտագործում են այնպիսի ապրանքների համար, որոնք ձեռք են բերում տարբեր աղբյուրներից: Այդպիսի դեպքերում ապրանքային նշանի սեփականատերը պատասխանատու է ոչ թե այդ ապրանքի արտադրության համար, այլ, ավելի շուտ (եւ սա հավասարապես կարեւոր է)՝ այն ապրանքներն ընտրելու համար, որոնք համապատասխանում են որակի իր չափանիշներին եւ պահանջներին: Այս մասին է խոսում նաեւ այն փաստը որ, նույնիսկ այն դեպքում, երբ ապրանքային նշանի սեփականատերը որեւէ արտադրանք արտադրող է, նա հաճախ օգտագործում է այնպիսի մասեր, որոնք ինքը չի արտադրել, սակայն ինքն է ընտրել:

- նպաստել ապրանքների՝ շուկա հանելուն ու վաճառքին, ծառայությունների շուկա հանելուն ու մատուցելուն: Ապրանքային նշաններն օգտագործվում են ոչ միայն որեւէ կոնկրետ ձեռնարկություն կամ կոնկրետ որակ տարբերակելու կամ մատնանշելու, այլեւ վաճառքը խթանելու համար: Ապրանքային նշանի այս գործառույթի իրականացումը կախված է նրանից, թե ինչքան մանրակրկիտ է ընտրված ապրանքային նշանը: Այն պետք է գրավի սպառողին, հետաքրքրություն առաջացնի եւ վստահություն ներշնչի: Ահա թե ինչու այն երբեմն կոչվում է *գրավելու գործառույթ:*

Գրանցված ապրանքային նշանի սեփականատերն իր նշանի նկատմամբ ունի **բացառիկ իրավունք**: Դա նրան իրավունք է տալիս նշանն օգտագործել եւ արգելել թույլտվություն չունեցող երրորդ կողմին՝ օգտագործելու այդ նշանը կամ այդ նշանին շփոթելու աստիճան նման մեկ այլ նշան, որպեսզի խուսափեն սպառողին եւ, ընդհանրապես, հանրությանը մոլորեցնելուց: Պահպանության ժամանակահատվածը տարբեր է, սակայն ապրանքային նշանի սեփականատերը կարող է անընդհատ երկարաձգել դրա պահպանությունը՝ մուծելով համապատասխան տուրքերը: Ապրանքային նշանի պաշտպանությունն իրականացվում է դատարանների կողմից, որոնք համակարգերի մեծ մասում ապրանքային նշանի խախտումը կանխելու լիազորություն ունեն:

Ֆիրմային անվանումներ

Արդյունաբերական սեփականության մեկ այլ կատեգորիա են կազմում ֆիրմային եւ առեւտրային անվանումները: Առեւտրային կամ ֆիրմային անվանումն այն անունն է կամ նշումը, որը մատնանշում է տվյալ ձեռնարկությունը: Շատ երկրներում ֆիրմային անվանումները գրանցվում են պետական ատյանում: Այնուամենայնիվ, *Արդյունաբերական սեփականության պահպանության մասին փարիզյան կոնվենցիայի 8-րդ* հոդվածի համաձան, ֆիրմային անվանումը պետք է պահպանվի առանց հայտի պարտադիր ներկայացման կամ գրանցման եւ անկախ նրանից՝ այն ապրանքային նշանի մաս հանդիսանում է, թե՝ ոչ:
Ֆիրմային անվանման պահպանությունը նշանակում է, որ մի ձեռնարկության ֆիրմային անվանումը չի կարող օգտագործվել մեկ այլ ձեռնարկության կողմից որպես իր ֆիրմային անվանում կամ ապրանքային, կամ սպասարկման նշան, ինչպես նաեւ որեւէ այլ ձեռնարկություն չի կարող օգտագործել այդ ֆիրմային անվանմանը նման ֆիրմային անվանում, եթե այդպիսի օգտագործումը կարող է շփոթեցնել/մոլորեցնել հանրությանը:

Աշխարհագրական նշումներ

Աշխարհագրական նշումը մի նշան է, որն օգտագործվում է այն ապրանքների վրա, որոնք ունեն որոշակի աշխարհագրական ծագում եւ այնպիսի հատկություններ կամ ճանաչում, որոնք բնորոշ են ծագման տվյալ վայրին:

Գյուղատնտեսական արտադրանքներին բնորոշ են այնպիսի հատկանիշներ, որոնք կախված են դրանց արտադրության վայրից եւ որոնց վրա իրենց ազդեցությունն են թողնում այնպիսի *տեղային գործոններ,* ինչպիսիք են կլիման եւ հողը:
Այն հարցը, թե, արդյոք, նշանը գործում է որպես նշում, կախված է ազգային օրենսդրությունից եւ սպառողի ընկալումից: Աշխարհագրական նշումները կարող են օգտագործվել գյուղատնտեսական տարատեսակ արտադրանքների նկատմամբ, ինչպես, օրինակ՝ «Tuscany»-ն Իտալիայի որոշակի տարածքում արտադրված ձիթապտղի ձեթի, կամ «Roquefort»-ը՝ Ֆրանսիայի որոշակի շրջանում արտադրված պանրի համար:

Աշխարհագրական նշումների օգտագործումը չի սահմանափակվում գյուղատնտեսական արտադրանքներով: Դրանք կարող են նաեւ ընդգծել արտադրանքի այն առանձնահատկությունները, որոնք պայմանավորված են արտադրանքի ծագման վայրին բնորոշ *մարդկային գործոնի* ազդեցությամբ, ինչպիսիք

են արտադրական յուրահատուկ հմտությունները եւ ավանդույթները: Ծագման վայրը կարող է լինել գյուղ կամ քաղաք, շրջան կամ երկիր: Օրինակ՝ Շվեյցարիան, որն ամենուր ընկալվում է որպես աշխարհագրական նշում Շվեյցարիայում արտադրված ապրանքների, հատկապես՝ ժամացույցների համար:

Ծագման տեղանունը աշխարհագրական նշման յուրահատուկ տեսակ է, որն օգտագործվում է այն ապրանքների վրա, որոնք ունեն ապրանքների արտադրման աշխարհագրական միջավայրին բացառապես կամ էապես բնորոշ յուրահատուկ որակ: Աշխարհագրական նշում հասկացությունն ընդգրկում է նաեւ ծագման տեղանունը: «Habana»-ն՝ Կուբայի Հավանա տարածքում աճող ծխախոտի, կամ «Tequila»-ն՝ Մեքսիկայի հատուկ շրջաններում արտադրվող սպիրտի համար այնպիսի ծագման տեղանվան օրինակներ են, որոնք պահպանվում են «Ծագման տեղանունների պահպանության եւ դրանց միջազգային գրանցման մասին» Լիսաբոնի համաձայնագրի մասնակից-երկրներում:

Աշխարհագրական նշումները պահպանվում են տարբեր ոլորտներին վերաբերող ազգային օրենքներով, ինչպիսիք են անբարեխիղճ մրցակցության դեմ պայքարի, սպառողների իրավունքների պաշտպանության, հավաստագրային նշանների պահպանության մասին օրենքները կամ աշխարհագրական նշումների կամ ծագման տեղանունների պահպանության մասին հատուկ օրենքները: Ըստ էության, աշխարհագրական նշումն օգտագործելու թույլտվություն չունեցող անձինք չեն կարող օգտագործել դա, եթե այդպիսի օգտագործումը կարող է մոլորեցնել հանրությանը արտադրանքի իրական ծագման հարցում: Նման խախտումների դեպքում կիրառվում են տարբեր պատժամիջոցներ՝ սկսած չթույլատրված օգտագործումն արգելող դատական վճիռներից, վնասների հատուցում, տուգանքներ կամ կալանք՝ լուրջ խախտումների դեպքում:

Պաշտպանություն անբարեխիղճ մրցակցությունից

Արդյունաբերական սեփականության պահպանության մասին Փարիզյան Կոնվենցիայի 10 bis հոդվածը պահանջում է իր անդամ-երկրներից՝ ապահովել արդյունաբերական սեփականության պաշտպանությունն անբարեխիղճ մրցակցությունից: Այս հոդվածն ուղղված է մրցակցության այն գործողությունների դեմ, որոնք հակասում են արդյունաբերության մեջ կամ առեւտրային գործերում արմատավորված ազնիվ սովորույթներին: Փարիզյան կոնվենցիան ներկայացնում է անբարեխիղճ մրցակցության հետեւյալ գործողությունները արդյունաբերական սեփականության նկատմամբ.

- բոլոր գործողությունները, որոնք որեւէ ձեւով կարող են շփոթություն առաջացնել մրցակցի ձեռնարկությունների, ապրանքների, առեւտրային կամ արդյունաբերական գործունեության նկատմամբ,

- առեւտրային գործունեություն իրականացնելիս բոլոր կեղծ հայտարարությունները, որոնք կարող են վարկաբեկել մրցակցի ձեռնարկությունները, ապրանքները, առեւտրային կամ արդյունաբերական գործունեությունը,

- նշումները կամ պնդումները, որոնց օգտագործումն առեւտրային գործունեություն իրականացնելիս որոշակի ապրանքների բնութագրերի նկատմամբ կարող է մոլորեցնել հանրությանը:

Անբարեխիղճ մրցակցությունից պաշտպանությունը լրացնում է գյուտերի, արդյունաբերական նմուշների, ապրանքային նշանների եւ աշխարհագրական նշումների պահպանությունը: Այն հատկապես կարեւոր է գիտելիքի, տեխնոլոգիայի կամ տեղեկատվության պահպանության համար, որոնք չեն պահպանվում արտոնագրերով, բայց կարող է անհրաժեշտ լինել արտոնագրված գյուտի էլ ավելի արդյունավետ օգտագործման համար:

ՄՄՀԿ-ի դերը

Մտավոր սեփականության համաշխարհային կազմակերպությունը (ՄՄՀԿ) միջազգային կառույց է, որի գործունեությունն ուղղված է ամբողջ աշխարհում ստեղծագործողների եւ մտավոր սեփականության սեփականատերերի իրավունքների պահպանության ապահովմանը, ինչպես նաեւ իրենց ստեղծագործական արդյունքների պահպանության միջոցով գյուտարարների ու հեղինակների խրախուսմանն ու ճանաչմանը:

ՄՄՀԿ-ն Միավորված ազգերի մասնագիտացված կազմակերպություն է եւ իր անդամ-պետությունների համար ծառայում է որպես ֆորում՝ մտավոր սեփականության իրավունքների պահպանության **կանոնների մշակման ու պրակտիկայի ներդաշնակեցման գործում:** Արդյունաբերորեն զարգացած շատ երկրներում պահպանության համակարգերը դարերի հնություն ունեն: Դրանց կողքին նորաստեղծ եւ զարգացող երկրները հիմա են ստեղծում արտոնագրերի, ապրանքային նշանների եւ հեղինակային իրավունքի մասին իրենց օրենքներն ու համակարգերը: Վերջին տասնամյակում, առեւտրի ոլորտի արագ գլոբալիզացիայի պայմաններում ՄՄՀԿ-ն վճռորոշ առաքելություն է իրականացնում. աջակցում է այդ նոր համակարգերի զարգացմանը՝ պայմանագրեր կնքելու վերաբերյալ բանակցություններ վարելու, իրավական եւ տեխնիկական օժանդակություն ցուցաբերելու, տարբեր ասպարեզներում, ներառյալ մտավոր սեփականության իրավունքների պաշտպանության ոլորտում, ուսուցողական բազմազան ծրագրեր իրականացնելու միջոցով:

ՄՄՀԿ-ն նաեւ **գրանցման միջազգային համակարգեր** է ապահովում արտոնագրերի, ապրանքային նշանների, ծագման տեղանունների եւ արդյունաբերական նմուշների համար: Դրանք զգալիորեն հեշտացնում են մտավոր սեփականության միաժամանակյա պահպանության անխափան գործընթացը մեծ թվով երկրներում: Այդ համակարգերը բազմաթիվ լեզուներով արտոնագրային հայտեր ներկայացնելու փոխարեն դիմողներին մեկ լեզվով հայտ ներկայացնելու եւ մեկ հայտի համար վճարելու հնարավորություն են տալիս: ՄՄՀԿ-ի կողմից կառավարվող միջազգային պահպանության համակարգերը ներառում են արդյունաբերական սեփականության որոշակի իրավունքների պահպանության չորս տարբեր մեխանիզմներ.

- Արտոնագրային համագործակցության մասին պայմանագիրը (PCT) մի քանի երկրներում արտոնագրային հայտ ներկայացնելու համար:
- Նշանների միջազգային գրանցման մասին Մադրիդյան համակարգը ապրանքային եւ սպասարկման նշանների համար:
- Արդյունաբերական նմուշների միջազգային գրանցման համար Հաագայի համակարգը:
- Ծագման տեղանունների միջազգային գրանցման մասին Լիսաբոնյան համակարգը:

Արտոնագրի համար դիմող կամ ապրանքային նշան կամ նմուշ գրանցող ցանկացած անձ, թե միջազգային եւ թե ազգային մակարդակներում պետք է ճշտի՝ արդյոք իր ստեղծագործությունը նոր է, թե սեփականացված կամ հայտարարված է մեկ ուրիշի անունով: Այս հարցերը ճշտելու համար պետք է հսկայական տեղեկատվություն ուսումնասիրել: ՄՍՀԿ չորս համաձայնագրերը ստեղծել են **դասակարգման համակարգեր,** որոնք արագ որոնում իրականացնելու նպատակով արդյունաբերական սեփականության տարբեր ճյուղերի վերաբերյալ տեղեկատվությունը դասաբաշխում են ըստ ինդեքսներով ապահովված կառավարելի կառուցվածքի.

- Միջազգային արտոնագրային դասակարգման մասին Ստրասբուրգյան համաձայնագիրը:
- Նշանների գրանցման համար ապրանքների եւ ծառայությունների միջազգային դասակարգման Նիցայի համաձայնագիրը:
- Նշանների պատկերային տարրերի միջազգային դասակարգումը հիմնադրող Վիեննայի համաձայնագիրը:
- Արդյունաբերական նմուշների միջազգային դասակարգումը հիմնադրող Լոկարնոյի համաձայնագիրը:

ՄՍՀԿ-ն ստեղծել է նաեւ **Արբիտրաժի եւ միջնորդության կենտրոն,** որն իր ծառայություններն է առաջարկում մտավոր սեփականության բնագավառում մասնավոր կողմերի միջեւ ծագած միջազգային առեւտրային վեճերի լուծման գործում: Այդպիսի գործընթացների առարկա կարող են լինել ինչպես պայմանագրային վեճերը (ինչպիսիք են գյուտերի եւ համակարգչային ծրագրերի լիցենզիաները, ապրանքային նշանների համաձայնագրերը, գիտահետազոտական եւ զարգացման համաձայնագրերը), այնպես էլ այն վեճերը, որոնք չեն բխում պայմանագրային պարտավորություններից (ինչպիսին է արտոնագրի խախտումը):

Կենտրոնը ներկայումս ճանաչված է որպես առաջնակարգ մարմին, որը կարգավորում է Ինտերնետում դոմենի անվան հարկադիր գրանցման եւ օգտագործման հետեւանքով առաջացող վեճերը:

Արդյունաբերական սեփականության պահպանություն.
ՄՄՀԿ-ի կողմից կառավարվող գործիքներն ու միջազգային համաձայնագրերը

Պահպանության գործիքներ	Ինչ են պահպանում	Համապատասխան միջազգային համաձայնագրեր
Արտոնագրեր եւ օգտակար մոդելներ	Գյուտեր	Արդյունաբերական սեփականության պահպանության մասին փարիզյան կոնվենցիա (1883) Արտոնագրային համագործակցության մասին պայմանագիր (1970) Արտոնագրային գործընթացի նպատակներով միկրոօրգանիզմների ավանդադրման միջազգային ճանաչման մասին Բուդապեշտի պայմանագիր (1977) Միջազգային արտոնագրային դասակարգման մասին Ստրասբուրգյան համաձայնագիր (1971) Արտոնագրային օրենքի մասին պայմանագիր (2000)
Արդյունաբերական նմուշներ	Անկախ ստեղծված արդյունաբերա-կան նմուշներ, որոնք նոր են կամ ինքնատիպ	Արդյունաբերական նմուշների միջազգային գրանցման մասին Հաագայի համաձայնագիր (1934) Արդյունաբերական նմուշների միջազգային դասակարգումը հիմնադրող Լոկարնոյի համաձայնագիր (1968)

Պահպանության գործիքներ	Ինչ են պահպանում	Համապատասխան միջազգային համաձայնագրեր
Ապրանքային նշան, հավաստագրային ապրանքային նշան եւ կոլեկտիվ ապրանքային նշան	Նշանների եւ խորհրդանիշերի տարբերակում	Նշանների միջազգային գրանցման մասին Մադրիդյան համաձայնագիր (1891) Նշանների միջազգային գրանցման մասին Մադրիդյան համաձայնագրին կից արձանագրություն (1989) Նշանների գրանցման համար ապրանքների եւ ծառայությունների միջազգային դասակարգման Նիցայի համաձայնագիր (1957) Նշանների պատկերային տարրերի միջազգային դասակարգումը հիմնադրող Վիեննայի համաձայնագիր (1973) Մադրիդի համաձայնագիրը ապրանքների ծագման կեղծ կամ շփոթեցնող նշումների արգելման վերաբերյալ (1891) Ապրանքային նշանների մասին օրենքի պայմանագիր (1994)
Աշխարհագրական նշումներ եւ ծագման տեղանուններ	Երկրի, տարածքի կամ բնակավայրի աշխարհագրական անուն	Ծագման տեղանունների պահպանության եւ նրանց միջազգային գրանցման մասին Լիսաբոնի համաձայնագիր (1958)
Ինտեգրալ միկրոսխեմաներ	Տեղադրման դիզայն	Մտավոր սեփականության մասին Վաշինգտոնյան պայմանագիրը (1989) ինտեգրալ միկրոսխեմաների նկատմամբ,
Պաշտպանություն անբարեխիղճ մրցակցությունից	Բարեխիղճ պրակտիկա	Արդյունաբերական սեփականության պահպանության մասին փարիզյան կոնվենցիա (1883)

Լրացուցիչ տեղեկատվություն

Արդյունաբերական սեփականության բոլոր բնագավառների մասին լրացուցիչ տեղեկատվությունը, ներառյալ համաշխարհային գրանցման համակարգերի վերաբերյալ մանրամասն տեղեկատվությունը մատչելի է ՄՍՀԿ ինտերնետային կայքում եւ ՄՍՀԿ մի շարք հրատարակություններում: Այդ հրատարակություններից շատերը կարելի է անվճար ներբեռնել ինտերնետից:

www.wipo.int ՄՍՀԿ-ի ինտերնետային կայքը.

www.wipo.int/treaties կայք՝ մտավոր սեփականության պահպանությունը կանոնակարգող բոլոր համաձայնագրերի ամբողջական տեքստերի համար.

www.wipo.int/ebookshop կայք՝ ՄՍՀԿ էլեկտրոնային գրախանութից հրատարակումներ գնելու համար.
Դրանք են՝

- Մտավոր սեփականությունը տնտեսական աճի հզոր գործիք, հեղինակ՝ Քամիլ Իդրիս, հրատարակություն N 888
- ՄՍՀԿ մտավոր սեփականության տեղեկատու, հրատարակություն N 489
- Մտավոր սեփականության գաղտնիքները: Ուղեցույց փոքր եւ միջին ձեռնարկությունների համար, հրատարակություն N ITC/P163

www.wipo.int/publications անվճար հրատարակությունները ինտերնետից ներբեռնելու համար,
Այդ թվում՝

- Նշանի պատրաստում: Ընդհանուր գիտելիքներ ապրանքային նշանների մասին փոքր ու միջին ձեռնարկությունների համար, հրատարակություն N 900
- Ձգտում կատարելությանը: Ընդհանուր գիտելիքներ արդյունաբերական նմուշների մասին փոքր ու միջին ձեռնարկությունների համար, հրատարակություն N 498
- Կերտիր ապագան: Ընդհանուր գիտելիքներ արտոնագրերի/գյուտերի մասին փոքր ու միջին ձեռնարկությունների համար, հրատարակություն N 917

www.wipo.int/new/en/links/addresses/ip/index.htm մտավոր սեփականության ազգային գրասենյակների ինտերնետային կայքերին կապվելու համար:

Լրացուցիչ տեղեկությունների համար կարող եք դիմել
Մտավոր սեփականության համաշխարհային կազմակերպություն.(WIPO)

Հասցեն՝
34, chemin des Colombettes
P.O. Box 18 CH-1211 Geneva 20 Switzerland
Telephone: +41 22 338 91 11
Fax: +41 22 733 54 28
e-mail: wipo.mail@wipo.int

կամ՝ Մտավոր սեփականության գործակալություն

Հասցեն՝
Գլխավոր պողոտա, կառավարական 3 շենք
Երեւան 0010, Հայաստանի Հանրապետություն
Հեռախոս +37410 52 06 73
Ֆաքս +37410 54 34 67
Էլ. փոստ www.cright@aipa.am

Այցելեք ՄՄՀԿ ինտերնետային կայքը
www.wipo.int եւ պատվիրեք ՄՄՀԿ էլեկրոնային գրախանութից
www.wipo.int/ebookshop

WIPO Publication No. 895(E) ISBN