

ՏՆՏԵՍԱԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆ

ՄՏԱՎՈՐ ՍԵՓԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԵՎ ԻՐԱՑՄԱՆ ՁԵՎԵՐԸ

ՄԱՐԳԻՍ ՂԱՆԹԱՐՁՅԱՆ

Ինովացիաների դերը ժամանակակից աշխարհում հսկայական է: Համաձայն ամերիկյան աղբյուրների՝ արդյունաբերական, ճարտարագիտական և առևտրային ֆիրմաների կապիտալի արժեքի 30-40 %-ը բաժին է ընկնում ոչ նյութական ակտիվներին, այսինքն՝ մտավոր սեփականությանը (ՄՄ)¹:

Մտավոր սեփականությունը միշտ էլ եղել է հասարակության զարգացման կարևոր շարժիչ ուժերից մեկը, և տարեցտարի դրա դերը ավելի է մեծանում: Առաջ է եկել այսպես կոչված «մտավոր սեփականության ինդուստրիան», որն ապահովում է ազգային արդյունքի զգալի մասը:

Ըստ «Gorlin Group Consulting Economists» ֆիրմայի ամփոփած տվյալների՝ այսօր արդյունաբերական սեփականության արժեքային ծավալը 1.75 անգամ գերազանցում է հեղինակային և հարակից իրավունքների ծավալները²:

Քանի որ վերջին տարիներին տեղեկատվական տեխնոլոգիաների ճյուղերը զարգանում են արագ տեմպերով, մտավոր սեփականության դերը ազգային տնտեսություններում ավելի է մեծանում: Այդ իսկ պատճառով իմաստ ունի պարզել, թե որոնք են այն նախադրյալները, որոնք ամրագրված են մտավոր սեփականության պահպանմանը վերաբերող ազգային օրենսդրական ակտերում և զուգահեռ անցկացնել դրանց և այդ ոլորտի միջազգային օրենսդրության միջև:

«Մտավոր սեփականություն» հասկացությունը ընդհանուր առմամբ ներառում է գյուտերի, արդյունաբերական նմուշների, ապրանքային և սպասարկման նշանների, առևտրային ու ֆիրմային անվանումների, անբարեխիղճ մրցակցության դեմ պաշտպանության, ինչպես նաև գրականության, գիտության և արվեստի բնագավառներում մտավոր գործունեությանը վերաբերող օրենքով ամրագրված բոլոր իրավունքները³:

¹ Տե՛ս **Holyoak & Torremans**. Intellectual Property Law, 5th edition., Oxford University Press, 2008:

² Տե՛ս **J. J. Gorlin**. The economic Importance of copyright. ICI WIPO Seminar for CIS Countries. Washington D. C. June 24, 2006:

³ Տե՛ս «Մտավոր սեփականության համաշխարհային կազմակերպության կոնվենցիա», կնքվել է Ստոկհոլմում 1967 թ. հուլիսի 14-ին, ուժի մեջ է մտել 1970 թ.:

Մտավոր սեփականության օբյեկտներ են համարվում գիտական, գեղարվեստական և գրական ստեղծագործությունները, արտադրության բնագավառում՝ ստեղծագործական գործունեության արդյունքները, այդ թվում՝ հայտնագործությունները, գյուտերը, արդյունաբերական նմուշները, համակարգչային ծրագրերը, տվյալների բազաները, առևտրային գաղտնիքները, ֆիրմային անվանումները և սպասարկման նշանները:

«Մտավոր սեփականության օբյեկտ» հասկացությունը ներառում է «Հեղինակային իրավունքի օբյեկտ» և «Արդյունաբերական սեփականության օբյեկտ» հասկացությունները:

Հեղինակային իրավունքը գրականության, երաժշտության և արվեստի ոլորտներում գործող հեղինակներին օժտում է որոշակի իրավունքներով, որոնք հնարավորություն են տալիս որոշակի սահմանափակ ժամկետում թույլատրելու կամ սահմանափակելու իրենց ստեղծագործությունների օգտագործումը: Հեղինակային իրավունքի օբյեկտ է գրականության, գիտության և արվեստի բնագավառներում հեղինակի ինքնուրույն կամ այլ հեղինակների հետ իրականացրած ստեղծագործական աշխատանքի յուրօրինակ արդյունքը (ստեղծագործությունը), որն արտահայտված է բանավոր, գրավոր կամ այլ օբյեկտիվ ձևով, ներառյալ՝ մշտապես կամ ժամանակավոր պահպանվող էլեկտրոնային ձևը, անկախ ստեղծագործության ծավալից, նշանակությունից, արժանիքներից ու ստեղծման նպատակից⁴:

«Հեղինակային իրավունք» հասկացության հիմքում դրվում է ստեղծագործության հեղինակի անձը, ինչը ընդգծում է բազմաթիվ երկրների օրենսդրություններում ամրագրված այն փաստը, որ հեղինակը որոշակի իրավունքներ ունի իր ստեղծագործության նկատմամբ: Օրինակ՝ խոչընդոտել դրա անօրինական օգտագործումը, և թույլ տալ օգտագործել երրորդ անձի կողմից համապատասխան լիցենզիայի առկայության դեպքում: Տվյալ փաստը ամրագրված է «Հեղինակային իրավունքի և հարակից իրավունքների մասին» ՀՀ օրենքում, որում հեղինակի գույքային իրավունքները կարող են պայմանագրով փոխանցվել կամ զիջվել այլ անձի՝ վերջինիս և հեղինակի, նրա ժառանգների կամ նրանց ապագա իրավահաջորդների հետ կնքված պայմանագրով: Այդ պատճառով հեղինակային իրավունքների ճիշտ ձևակերպումը կարեւոր է ոչ միայն հեղինակի վարձատրություն ստանալու հնարավորության ապահովման առումով, այլ նաև սեփականության իրավունքների և ստեղծագործության օգտագործման իրավունքի փոխանցման փաստի հաստատման:

«Արդյունաբերական սեփականությունը» ենթադրում է գյուտի,

⁴ Տե՛ս «Հեղինակային իրավունքի և հարակից իրավունքների մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենք, 04 հուլիսի 2006 թ., ՀՕ-142:

արտոնագրի, որոշակի առևտրային շահերի պաշտպանությունը՝ արդյունաբերական նմուշների, ապրանքային նշանների և ապրանքային անվանումների վերաբերյալ օրենսդրական ակտերի օգնությամբ: Արդյունաբերական սեփականության օբյեկտները (ԱՍՕ), ըստ արդյունաբերական սեփականության պաշտպանության Փարիզի կոնվենցիայի, իրավական պաշտպանության օբյեկտներն են՝ գյուտերը, օգտակար մոդելները, արդյունաբերական նմուշները, ապրանքային նշանները, ֆիրմային անվանումները և աշխարհագրական ցուցումները⁵: Արդյունաբերական սեփականության օբյեկտների ստեղծման, իրավական պաշտպանության և օգտագործման հետ կապված հարաբերությունները Հայաստանի Հանրապետությունում կարգավորվում են գյուտերի, ֆիրմային անվանումների, ապրանքային և սպասարկման նշանների, ապրանքների ծագման տեղանունների մասին Հայաստանի Հանրապետության համապատասխան օրենքներով, ինչպես նաև միջպետական համաձայնագրերով, միջազգային պայմանագրերով և Հայաստանի Հանրապետության գործող օրենսդրության այլ նորմատիվ ակտերով:

Մակայն գործող օրենքներով ամրագրված իրավունքներից և առավելություններից օգտվելու համար անհրաժեշտ է իմանալ դրանց առանձնահատկությունները: Այդ իսկ պատճառով այս հոդվածում փորձ է արվել կատարելու իրավաբանական փաստաթղթերի հատկանիշների համեմատություն՝ արդյունաբերական սեփականության տարբեր օբյեկտների նկատմամբ:

Գյուտը գաղափար է, որը հնարավոր է դարձնում տեխնիկական ոլորտում կոնկրետ խնդրի լուծում: Որպես կանոն՝ գյուտը պաշտպանվում է արտոնագրերով, որոնք անվանվում են «**գյուտի արտոնագրեր**»: Դրանցով ապահովվող իրավունքները սահմանվում են արտոնագիր տվող պետության օրենսդրությամբ: Այդ իրավունքները, որոնք սովորաբար անվանվում են «օգտագործման բացառիկ իրավունքներ», ենթադրում են՝

1. արտադրանքին տրվող գյուտի արտոնագրի դեպքում՝ պատրաստելու, օգտագործելու, վաճառելու և գյուտը ներառող արտադրանքը ներմուծելու իրավունքներ,

2. Արտադրության մեթոդներին տրվող գյուտի արտոնագրի դեպքում՝ գյուտը պարունակող մեթոդը կիրառելու, ինչպես նաև այդ մեթոդի օգնությամբ արտադրանք ստեղծելու, օգտագործելու, վաճառելու և ներմուծելու իրավունքներ⁶:

Գյուտի արտոնագիրը գործում է հայտը ներկայացնելու օրվանից մինչև 20 տարին լրանալը, եթե տրվել է գյուտի ըստ էության փորձա-

⁵ Տե՛ս «Արդյունաբերական սեփականության պաշտպանության Փարիզի կոնվենցիա», ստորագրվել է 1883 թվականին, ուժի մեջ է մտել 1884 թվականի հուլիսի 14-ին:

⁶ Տե՛ս **H. Olsson**. Введение в право интеллектуальной собственности // WIPO/CNR/S/91/1, Международное бюро ВОИС. *Элементы промышленной собственности* // WIPO/IP/WDH/93/1:

քննության հիման վրա (հիմնական արտոնագիր), կամ մինչև 10 տարին լրանալը, եթե տրվել է առանց գյուտի ըստ էության փորձաքննության (նախնական արտոնագիր):⁷

Գյուտերի պաշտպանության երկրորդ ձևը «**օգտակար մոդելի**» արտոնագրի գրանցումը կամ տրամադրումն է: «Օգտակար մոդել» արտահայտությունն օգտագործվում է որոշակի տեսակի գյուտերն անվանելու համար: Դրանց վերաբերյալ դրույթներ պարունակող ազգային շատ օրենսդրություններում այդ կատեգորիային են պատկանում մեխանիկայի ոլորտի գյուտերը: Օգտակար մոդելների օբյեկտ են սարքերը, հարմարանքները և օգտակար իրերը: Օգտակար մոդելները կոչված են խթանելու գյուտարարներին և ներդրողներին՝ ներդնելու սեփական գիտելիքները և միջոցները տեխնիկական կատարելագործումների մշակման և պաշտպանության մեջ, որոնք չեն բավարարում գյուտի արտոնագրաունակության պայմանները: Ընդ որում՝ պաշտպանության այս ձևի արժեքը ավելի ցածր է, իսկ գործընթացը՝ ավելի արագացված: Որպես արդյունք՝ օգտակար մոդելները հետաքրքրություն են առաջացնում փոքր և միջին արտադրողների համար և զարգացող երկրների տեխնիկական առաջընթացի գործիք են: Այն դեպքում, երբ որոշ գյուտեր չեն համապատասխանում արտոնագրաունակության պայմաններին, օրինակ՝ չեն ունենում գյուտարարական անհրաժեշտ մակարդակ, ապա հատուկ որոշմամբ գրանցվում են որպես օգտակար մոդելներ: Օգտակար մոդելի արտոնագիրը գործում է 10 տարի ժամկետով:

«**Արդյունաբերական նմուշը**» կարելի է ներկայացնել որպես օգտակար սարքի արտաքին տեսքի ձևավորում, որը ներառում է սարքի տեսքը, գույնը և բաղադրիչները: Ընդ որում՝ արդյունաբերական նմուշը պետք է ակնհասճ լինի և բավարարի սերիական արտադրության պահանջները:

Ըստ բազմաթիվ երկրների օրենսդրությունների՝ որպեսզի արդյունաբերական նմուշը պաշտպանվի, պետք է լինի նոր և որոշ դեպքերում՝ նաև յուրահատուկ: Դրանք սովորաբար առանց թույլտվության արգելվում է օգտագործել և կրկնօրինակել, իսկ պաշտպանման ժամկետը 5, 10 և 15 տարի է:

«**Ապրանքային նշանը**» ցանկացած նշան է, որը անհատականացնում է տվյալ ձեռնարկության ապրանքը և օգնում դա տարբերել մրցակցի արտադրանքից: Ապրանքը սպառողի համար անհատականացնելու նպատակով ապրանքային նշանը պետք է տեղեկացնի դրա ծագման մասին: Այն տվյալ ապրանքին տալիս է այնպիսի որակներ կամ ինքնատիպություն, որոնցով տարբերվում է մյուսներից: Այսօր ապրանքային նշանները լայնորեն կիրառվում են ամբողջ աշխարհում՝

⁷ Տե՛ս «Արտոնագրերի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենք, 29 դեկտեմբերի 2004 թ., ՀՕ ՎՆ 175ՎՆ-Ն:

գարգացող և արդյունաբերական գարգացած երկրներում, շուկայական և պլանային տնտեսություններում ու կարևոր դեր են խաղում շուկաներում և առևտրում: Ապրանքային նշաններով հավասարապես հետաքրքրված են ինչպես շուկայում ապրանքներ և ծառայություններ առաջարկողները, այնպես էլ սպառողները, պետական մարմինները և տնտեսությունն ամբողջությամբ:

Ապրանքային նշանը օգտագործող ընկերությունը հնարավորություն է տալիս պոտենցիալ գնորդների ուշադրությունը սևեռելու ապրանքի գոյության վրա և դրան ծանոթանալուց հետո տարբերելու շուկայում առկա այլ ապրանքներից: Այսպիսով՝ ընկերությունը համբավ է ձեռք բերում որպես տվյալ ապրանքային նշանով ապրանքներ արտադրող:

«Ֆիրմային անվանումները» պարունակում են տերմիններ կամ անվանումներ, որոնց նշանակությունը ընկերությունը և նրա գործունեությունը այլ արտադրողներից տարբերելն է⁸: Այն դեպքում, երբ ապրանքային նշանները տարբերում են մեկ արտադրողի ապրանքներն ու ծառայությունները մյուսից, ընկերության անվանումը մատնանշում են բոլոր ձեռնարկությունները՝ անկախ դրանց կողմից շուկայում իրացվող ապրանքներից ու ծառայություններից, և այն համապատասխան ընկերության համբավի խորհրդանիշ է: Այսպիսով՝ ընկերության անվանումը նրա ամենաարժեքավոր ակտիվներից մեկն է, ինչպես նաև սպառողների համար օգտակար տեղեկության աղբյուր, հետևաբար ֆիրմային անվանումների պահպանությունը բխում է և՛ արտադրողների, և՛ սպառողների շահերից:

Ֆիրմային անվանումները պաշտպանության օբյեկտներ են շատ երկրներում, սակայն դրանց օգտագործումը կարգավորող իրավական մեխանիզմները խիստ տարբերվում են: Որպես կանոն՝ դրանց պաշտպանությունը կարգավորվում է քաղաքացիական օրենսգրքով, առևտրային, ինչպես նաև ընկերությունների գործունեությունը, ապրանքների և ծառայությունների օգտագործումը և անբարեխիղճ մրցակցությունը կարգավորող օրենսդրությամբ:

Ժամանակակից առևտրում սպառողներին մատուցվում են ոչ միայն ապրանքների լայն տեսականի, այլև ծառայությունների բազմաթիվ տեսակներ, որոնք ավելի հաճախ են առաջարկվում ազգային և միջազգային շուկաներում: Այդ իսկ պատճառով առաջանում է այն նշանների ամրագրման կարիք, որոնք սպառողներին հնարավորություն են տալիս ընտրություն կատարելու բազմաթիվ ծառայությունների միջև: Այս նշանները անվանվում են **«ծառայության նշաններ»** և կատարում են նույն ծագումը բնութագրող և յուրահատկությունը մատնանշող գործառույթներ: Ընդհանուր առմամբ՝ ծառայության նշանների պաշտպա-

⁸ Տե՛ս «Ֆիրմային անվանումների մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենք, ընդունվել է 2008 թ. հունիսի 6-ին:

նությունը նույնքան է անհրաժեշտ, որքան ապրանքային նշաններինը, և ժամանակակից օրենսդրությունը դրանց պաշտպանության համար կիրառում է միևնույն լծակները:

Առևտրային գաղտնիքին վերաբերող տեղեկատվությունը որոշվում է յուրաքանչյուր ձեռնարկության ներքին կանոնակարգով: Միայն ձեռնարկությանն է հայտնի առևտրային գաղտնիքի մասին տեղեկությունը: Գաղտնի բնույթի (առևտրային գաղտնիք), ինչպես նաև գյուտի, օգտակար մոդելի կամ արդյունաբերական նմուշի վերաբերյալ տեղեկության հրապարակումը կարգավորվում է ՀՀ քաղաքացիական օրենսգրքի 68-րդ գլխի 1164 հոդվածով, ըստ որի՝ «տեխնիկական, կազմակերպչական կամ առևտրային տեղեկատվությունը՝ ներառյալ արտադրության գաղտնիքները (նոու-հաու), որոնք անհայտ են երրորդ անձանց (չբացահայտված տեղեկատվություն), օրինաչափ տիրապետող անձն իրավունք ունի պահպանել ապօրինի օգտագործումից»⁹:

Վերը նկարագրված արդյունաբերական սեփականության օբյեկտները օրինական պաշտպանող փաստաթղթերը հաստատում են տվյալ օբյեկտների օգտագործման արտոնագրատիրոջ առավելությունը և բացառիկ իրավունքը: Այսինքն՝ տվյալ օբյեկտները կարելի է օգտագործել միայն արտոնագրատիրոջ պաշտոնական թույլտվությամբ (լիցենզիայով): Փաստորեն սա մենաշնորհի բացառիկ ձևերից է, որը խթանվում է պետության կողմից, և առանց որի հնարավոր չէ շուկայական հարաբերությունների զարգացումը արդյունաբերական արտադրության ոլորտում:

Արդյունաբերական սեփականության օբյեկտները ձեռնարկությունում կարող են յուրացվել երկու հիմնական ձևով՝

- որպես ներդրում ձեռնարկության հիմնադիր կապիտալում,
- որպես ոչ նյութական ակտիվ ձեռնարկության տնտեսական գործունեության մեջ:

Կազմակերպության ոչ նյութական ակտիվների շարքին են դասվում տնտեսական գործունեության մեջ երկար ժամանակահատվածում օգտագործվող և եկամուտ բերող իրավունքները, որոնք բխում են՝

1. գիտության, գրականության, արվեստի ստեղծագործությունների, համակարգչային ծրագրերի, սովյալների բազայի և հեղինակային ու այլ պայմանագրերից,

2. հայտնագործություններից, արդյունաբերական նմուշներից, ապրանքային նշաններից, ֆիրմայի անվանման վկայագրերից և դրանց օգտագործման արտոնագրային պայմանագրերից,

3. «նոու-հաու»-ի իրավունքից և այլն¹⁰:

⁹ «Հայաստանի Հանրապետության քաղաքացիական օրենսգիրք», մաս 10, գլուխ 2, Հ Օ – 239, 05.05.1998 թ.:

¹⁰ Տե՛ս «Հայաստանի Հանրապետության հաշվապահական հաշվառման և հաշվետվության մասին կանոնադրությունը հաստատելու մասին» ՀՀ կառավարության որոշում, № 147, 02.05.1996 թ.:

Մտավոր սեփականության օգտագործումը հիմնադիր ֆոնդում մտավոր սեփականության ստեղծողներին (հեղինակներին) և ձեռնարկությանը տալիս է հետևյալ գործնական առավելությունները.

- էական չափերի հիմնադիր ֆոնդի ձևավորում՝ առանց դրամական միջոցների շեղման, և բանկային փոխառությունների ու ներդրումների ապահովում (ՄՄ-ն կարելի է օգտագործել որպես ձեռնարկության ցանկացած այլ սեփականություն),

- մտավոր սեփականության փոխարինում իրական դրամական միջոցներով (ՄՄ-ի կապիտալացում): Ընդ որում՝ այս դեպքում մաշվածքը օրինական հիմքերով ներառվում է արտադրանքի ինքնարժեքի մեջ (չի գանձվում եկամտահարկ),

- մտավոր սեփականության սեփականատեր հեղինակների և ձեռնարկության դուստր ընկերությունների և ինքնուրույն ընկերությունների հիմնադրումը՝ առանց դրամական միջոցների տեղաշարժի:

Մտավոր սեփականության օգտագործումը տնտեսական գործունեության մեջ հնարավորություն է տալիս.

- փաստաթղթորեն ապացուցել սեփականության իրավունքները և հաշվեկշռում ցույց տալ մտավոր սեփականության օբյեկտները որպես ձեռնարկության ունեցվածք,

- ստանալ լրացուցիչ եկամուտ ՄՄ օգտագործման իրավունքների փոխանցման շնորհիվ, ինչպես նաև ապահովել նորարարական գործունեության արդյունքների գների կարգավորման հնարավորություն՝ պայմանավորված փոխանցվող ՄՄ օգտագործման իրավունքների ծավալով,

- կատարել հեղինակային վճարումներ՝ դրանք ներառելով ծախսերը ինքնարժեքի մեջ:

Դրանից բացի, սեփականության իրավունքների և ՄՄ օգտագործման իրավունքների փաստաթղթային հաստատումը, ինչպես նաև պաշտոնական պահպանման փաստաթղթերի ստացումը հնարավորություն են ընձեռում ապահովելու վերահսկողություն շուկայի նկատմամբ և օրենքով հետապնդելու անբարեխիղճ մրցակիցներին ու ապօրինի օգտագործողներին:

Ինչպես երևում է այս հակիրճ վերլուծություննից, ՀՀ-ում իրոք ստեղծված է լիարժեք իրավական դաշտ, որն ապահովում է մտավոր սեփականության օբյեկտների սեփականատերերի և հեղինակների պաշտպանությունը: Ցավոք, նույն եզրակացությունը չի կարելի տարածել ՄՄ շուկայացման գործընթացի վրա:

Բանալի բառեր – մտավոր սեփականություն, հեղինակային իրավունք, սեփականության իրավունք, արտոնագիր, առևտրային գաղտնիք

ՏԱՐԿԻՏ ԿԱՆՏԱՐԺՅԱՆ – *Особенности интеллектуальной собственности и формы их реализации.* – В статье обобщены различные определения объектов интеллектуальной собственности (ОИС), взятые из соответствующих международных и республиканских законов, устанавливающих порядок их регистрации и правовой охраны. Особое внимание уделяется объектам, защищаемым авторскими правами. Отмечается, что в республике имеются необходимые предпосылки для развертывания работ по коммерциализации ОИС.

Ключевые слова: *интеллектуальная собственность, авторское право, право собственности, патент, коммерческая тайна*

SARKIS KHANTARJIAN – *Features of Intellectual Property and Forms of Their Implementation.* – The paper summarizes the different definitions of objects of intellectual property (OIP), taken from the relevant international and national laws establishing the procedure for their registration and legal protection. Particular attention is paid to the objects protected by copyright

It is noted that the country has the necessary prerequisites for the development of work on the commercialization of the OIP.

Key words: *intellectual property, copyright, property rights, patent, trade secrets*