


मह, चाँदीका गहना र जडिबुटी र सारतेलसंग सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्ति सम्बन्धी अधिकार

Supported by



प्रकाशक :	
Deutsche Gesellschaft für	
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH	
व्यापार प्रवर्द्धन कार्यक्रम	
पो.ब.नं. १४५७	
काठमाडौँ, नेपाल	
फोन : +९७७-१-५५५५२८९	
फ्याक्स : +९७७-१-५५२१७१२	
ईमेल: trade@giz.org.np	
वेबसाइट: www.nepaltrade.org	
प्रत्यायोजन गर्ने :	
	
प्रकाशन २०१४	
तयार गर्ने :	
स्वाती	
सम्पादन गर्ने :	
रवि भट्टराई (वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय)	
लीलाधर अधिकारी (व्यापार प्रवर्द्धन कार्यक्रम)	
तस्विर :	
आवरण पृष्ठ : जी.आइ.जेड.	
कम्प्यूटर सज्जा :	
काजी स्टुडियो	
स्रोतलाई साभार गर्ने र व्यापार प्रवर्द्धन कार्यक्रमलाई एक प्रति प्रदान गर्ने सर्तमा प्रतिलिपि वाहकको अनुमतिबिना यस प्रकाशनलाई पूर्ण वा आंशिक रूपमा र कुनै पनि स्वरूपमा पुनः उत्पादन गर्न सकिनेछ ।	

विषय सूची

१. बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी अधिकार	१
१.१. पृष्ठभूमि	१
१.२. बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी अधिकारको महत्व	१
१.३. बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकार अन्तर्गत के के पर्दछ,	१
१.३.१ नैतिक हक	१
१.३.२ आर्थिक हक	१
१.४. बौद्धिक सम्पत्तिका प्रकार	१
१.४.१. प्रतिलिपि अधिकार (Copyright)	१
१.४.१.१ प्रतिलिपि अधिकार संरक्षण हुने अवस्था	१
१.४.२. पेटेण्ट (Patent)	१
१.४.२.१ युटिलिटी मोडल (Utility Model)	१
१.४.३. ट्रेडमार्क (Trade Mark)	१
१.४.४. औद्योगिक ढाँचा (Indutrial Design)	१
१.४.५. भौगोलिक संकेत (Geographical Indication)	१
१.४.६ इन्टिग्रेटेड सर्किटको प्रस्तुतिपूर्ण ढाँचा	१
१.४.७ व्यावसायिक गोप्य सूचना (Trade Secret)	१
१.४.८. परम्परागत ज्ञान (Traditional Knowledge)	१
२. कानूनी व्यवस्था	१
२.१. विश्व व्यापार संगठन अन्तर्गतको व्यापारसँग सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारसम्बन्धी सम्झौता (TRIPS Agreement)	१
२.१.१ अति सौविध्यप्राप्त मुलुकसम्बन्धी नियम	१
२.१.२. राष्ट्रिय व्यवहारको नियम	१
२.१.३. न्यूनतम सुरक्षाको सिद्धान्त	१
२.१.४ बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकार लागु गर्ने प्रक्रियाको स्वतन्त्रताको सिद्धान्त	१
२.१.५. बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारको समाप्ति (Exhaustion of Intellectual Property Rights) को सिद्धान्त	१
२.१.६. अपवाद	१
२.१.७. संरक्षण गरिएका बौद्धिक सम्पत्तिहरु	१
३. महलाई विश्व बजारमा थप प्रतिस्पर्धी बनाउन प्रयोग गर्न सकिने बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारहरु एवं त्यस्तो अधिकार प्राप्तिको विधिहरु	१
३.१. पृष्ठभूमि	१
३.२. ट्रेडमार्क	१
४ चाँदीका गहनालाई विश्व बजारमा थप प्रतिस्पर्धी बनाउन प्रयोग गर्न सकिने बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारहरु एवं त्यस्तो अधिकार प्राप्तिको विधिहरु	१
४.१. पृष्ठभूमि	१
४.२. ट्रेडमार्क	१
४.३. औद्योगिक ढाँचा	१
४.४. प्रतिलिपि अधिकार	१
५. जडिबुटी र सारतेललाई विश्व बजारमा थप प्रतिस्पर्धी बनाउन प्रयोग गर्न सकिने बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारहरु एवं त्यस्तो अधिकार प्राप्तिको विधिहरु	१
५.१. पृष्ठभूमि	१
५.२. ट्रेडमार्क	१
५.३. औद्योगिक ढाँचा	१
५.४. प्रतिलिपि अधिकार	१
६. अनुसूची	१
३.३. औद्योगिक ढाँचा	१
३.४. भौगोलिक संकेत	१
३.५ प्रतिलिपि अधिकार	१

यो प्रकाशन व्यापार प्रवर्द्धन कार्यक्रमको सहयोगमा तयार गरिएको हो ।

व्यापार प्रवर्द्धन कार्यक्रम वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालयको मार्गनिर्देशन तथा जर्मन सङ्घीय आर्थिक सहयोग तथा विकास मन्त्रालयको तर्फबाट जी.आइ.जेडको प्राविधिक सहायताअन्तर्गत संयुक्त नेपाली-जर्मन पहल हो ।



१. बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी अधिकार

१.१. पृष्ठभूमि

मानव मस्तिष्कमा उद्भव हुने मौलिकता तथा ज्ञानको प्रयोगबाट सृजना गरिने नयाँ एवं उपयोगी आविष्कार, निर्माण वा प्रस्तुतिलाई बौद्धिक सम्पत्ति भनिन्छ । बौद्धिक सम्पत्तिको (Intellectual Property) निर्माण मानवको मौलिक उत्पादन र विचारहरूको संयोजन, व्यवस्थापन, प्रस्तुति एवं उपयोगबाट गरिन्छ । यस अर्थमा कुनै पनि व्यक्तिले आफ्नो मौलिकता, ज्ञान, सीप र विवेकको प्रयोगबाट संरचना गर्ने वस्तु वा पद्धति नै बौद्धिक सम्पत्ति हो ।

वास्तवमा व्यक्तिमा निहित ज्ञान, विवेक, सीप तथा समाजको परम्परागत ज्ञान र पद्धतिलाई मानवीय विकासको इतिहास देखि नै सम्मान गर्ने र पुरस्कृत गर्ने परम्परा रहँदै आएको पाइन्छ । आधुनिक समयमा समेत व्यक्तिको आफ्नो ज्ञान, सीपबाट निर्माण गरिएको नयाँ, मौलिक एवं उपयोगी लेख, कला, औद्योगिक

पद्धतिआदिको सुरक्षाको निम्ति कानून निर्माण भएको छ । आफ्नो विशेष ज्ञान, सीपबाट निर्माण वा रचना गरिने वस्तु, कला, लेख वा अन्य विधिलाई रचनाकर्ता वा उत्पादनकर्ताले अरु सम्पत्तिभै आफ्नै एकाधिकार प्रचलन गर्न पाउनेगरी कानूनले बौद्धिक सम्पत्तिको अवधारणा विकास गरेको छ ।

कुनै नयाँ सोच, कला, पद्धति वा अन्य ज्ञानको रचयितालाई आफ्नो रचनाको प्रयोग गर्ने सम्बन्धमा एकाधिकार हुनु स्वाभाविक हुन्छ । त्यसमाथि कसैको परिश्रम र ज्ञानको कारणबाट निर्माण हुने वस्तु वा पद्धतिलाई विना रोक सार्वजनिक रूपमा निःशुल्क प्रयाग गर्ने सुविधा प्रदान गर्दा त्यस्तै अरु नयाँ वस्तु वा पद्धतिको रचना वा निर्माण गर्न अरु व्यक्तिलाई प्राप्ताहन हुँदैन र मानव जातिकै खोज र नयाँ आविष्कार गर्ने परम्परा एवं रहरमा नकरात्मक असर पर्न सक्दछ । यसका अतिरिक्त

बौद्धिक सम्पत्तिको सम्बन्ध अर्थतन्त्रको विकासमा समेत उत्तिकै गहिरो रहेको हुन्छ ।

बौद्धिक सम्पत्तिले देशको आर्थिक क्षेत्र, व्यवसाय, कला एवं उद्योगमार्फत् अहम् भूमिका खेल्न सक्ने हुनाले आज देशको बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी संरचनालाई हेरेर त्यो देशको आर्थिक समृद्धिको आँकलन गर्न सकिन्छ । वास्तवमा आर्थिक एवं साँस्कृतिक रुपमा समृद्ध राष्ट्रमा त्यहाँको बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी व्यवस्था पनि सबल तथा सफल रहेको देखिन्छ । त्यस्तो समाजमा बौद्धिक सम्पत्तिको प्रयोग पनि भरपुर भएको हुन्छ । आफ्नो भौतिक सम्पत्ति घर, जग्गा जमीन आदिलाई दिए जस्तै प्रकारको सुरक्षा बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी कानूनले बौद्धिक सम्पत्तिलाई प्रदान गर्ने भएवाट त्यस्तो बौद्धिक सम्पत्तिका धनीले आफ्नो अधिकार र सम्बन्धित कानूनको बारेमा जानकारी राख्नु बाञ्छनीय हुन्छ ।

उद्योग, विज्ञान, कला तथा लेखनीको क्षेत्रमा बौद्धिक कार्यको प्रयोगवाट बौद्धिक सम्पत्तिको सिर्जना हुने हुँदा, कानूनतः बौद्धिक सम्पत्तिअन्तर्गत विशेष प्रकृतिको अमूर्त (intangible)सम्पत्ति पर्दछ । तसर्थ बौद्धिक सम्पत्तिको धनीको आफ्नो भौतिक (tangible) सम्पत्तिको माथि आर्थिक हक भए जस्तै बौद्धिक सम्पत्तिमा पनि सम्पत्ति हस्तान्तरण, सम्पत्ति विक्री गर्ने हक हुन्छ । साथै सो बौद्धिक सम्पत्तिको निर्माणकर्ता वा आविष्कारकको रुपमा परिचित हुन पाउने हक समेत बौद्धिक सम्पत्तिको हकमा समावेश भएको हुन्छ ।

वास्तवमा बौद्धिक सम्पत्ति अमूर्त सम्पत्ति भएपनि व्यक्तिको भौतिक सम्पत्तिमाथि हुने धेरैजसो हकहरु बौद्धिक सम्पत्तिको हकमा पनि समाविष्ट भएको हुन्छ । उदाहरणको लागि, कुनै बौद्धिक सम्पत्तिको धनीले आफ्नो बौद्धिक सम्पत्ति अरु कसैलाई बेच्न एवं भोग गर्न हस्तान्तरण गर्न सक्दछ । त्यसका अतिरिक्त बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी अधिकारको उद्देश्य बौद्धिक सम्पत्तिको निर्माणकर्ता वा उत्पादकको सो बौद्धिक सम्पत्ति एवं सो सम्पत्तिको प्रयोग गर्ने प्रक्रियामाथिको नियन्त्रण सुनिश्चित गर्नु समेत रहेकोले यस्तो हकले यसको सर्जकलाई आफ्नो बौद्धिक सम्पत्ति प्रयोग भएको वस्तुको व्यापारिक प्रयोग गर्न सघाउँदछ । बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारले बौद्धिक सम्पत्तिमाथि सो सम्पत्तिको धनीको एकाधिकार (monopoly) स्थापित गर्दछ ।

अर्कोतर्फ बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारको दुरुपयोग हुँदा एवम् जीवन-यापनका अत्यावश्यक वस्तु र जैविक सम्पदालाई

बौद्धिक अधिकारको संरक्षण प्रदान गर्दा भने बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारले नकरात्मक प्रभाव पार्दछ । सामन्यतया कुनै रचनाकारले आफ्नो रचनालाई लुकाई राखेमा वा आफ्नो प्रविधिको विकासमा बन्देज गरेमा पनि बौद्धिक अधिकारको दुरुपयोग हुन जान्छ । त्यस्तै जैविक सम्पदालाई बौद्धिक अधिकारको रुपमा संरक्षण गर्दा त्यस्तो जैविक सम्पदामाथि निर्भर व्यक्तिहरूको जीवन-यापनमा कठिनाई आउन सक्दछ । विपेशगरी कृषकहरूले प्रयोग गर्ने रैथाने बीउविजन वा अन्य रैथाने जैविक सम्पदामाथि कसैको बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकार संरक्षण गरिएमा कृषकहरूमा तथा कृषि उत्पदनमा नकरात्मक प्रभाव पर्दछ । त्यस्तै समाजमा रहेका परम्परागत ज्ञानको प्रयोग गरेर बौद्धिक सम्पत्ति दर्ता गर्दासमेत समाजको बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारको दुरुपयोग हुन जान्छ ।

बौद्धिक सम्पत्तिलाई विशेषगरी दुई भागमा विभाजित गर्न सकिन्छ । पहिलो, प्रतिलिपि अधिकार (Copyright) र दोस्रो, औद्योगिक सम्पत्ति (Industrial Property) । औद्योगिक सम्पत्तिले कुनै विशेष सम्पत्तिलाई नजनाई विभिन्न बौद्धिक सम्पत्तिहरु जस्तै: पेटेण्ट (Patent), औद्योगिक ढाँचा (Industrial Design), व्यापार चिन्ह तथा नाम (Trademark), व्यापारिक गोपनीयता (Trade Secret), भौगोलिक संकेत (Geographical Indication), एकीकृत ढाँचा (Integrated Circuit) आदिलाई जनाउछ ।

बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकार

- प्रतिलिपि अधिकार (Copyright)

- औद्योगिक सम्पत्ति अधिकार (Industrial Property Rights)

- पेटेण्ट (Patent)

- औद्योगिक ढाँचा (Design)

- व्यापार चिन्ह तथा नाम (ट्रेडमार्क) (Trademark)

- व्यापारिक गोपनीयता (Trade Secret)

- एकीकृत ढाँचा (Integrated Circuit)

- भौगोलिक संकेत (Geographical Indication)

१.२. बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी अधिकारको महत्व

बौद्धिक सम्पत्ति सम्बन्धी अधिकारका निम्न बमोजिमका महत्वहरु हुन्छन्:

क) भौतिक सम्पत्ति भैं बौद्धिक सम्पत्ति पनि सो सम्पत्तिको धनीले आफ्ना ज्ञान, सीप र परिश्रमले आर्जेको भएकोले सो सम्पत्तिमाथि तेस्रो व्यक्तिको हस्तक्षेपलाई रोक्न बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी अधिकारको महत्व रहन्छ ।

ख) ज्ञान, सीप र परिश्रमवाट नयाँ वस्तु वा पद्धतिको रचना वा निर्माण गर्न बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी अधिकारले प्रोत्साहन गर्दछ ।

ग) अन्तर्राष्ट्रिय तथा राष्ट्रिय बजारमा आफ्नो वस्तुलाई थप प्रतिस्पर्धी बनाउन बौद्धिक सम्पत्तिले सहयोग गर्दछ । बौद्धिक सम्पत्तिले कुनै वस्तुको विशेष गुण वा आयामलाई झल्काई सो वस्तुलाई प्रतिस्पर्धी बनाउँदछ । जस्तै: नेपाली महको प्रतिस्पर्धी आधार त्यसमा अन्तरनिहित नेपालीपन हुन सक्दछ । बौद्धिक सम्पत्तिको संरक्षणवाट त्यस्ता वस्तुहरुको नेपाली पहिचान स्थापित हुन मद्दत गर्दछ एवं सो पहिचान अरुवाट अनधिकृतरुपमा प्रयोग हुने कार्यलाई निप्तेज गर्न सकिन्छ ।

घ) बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारले ज्ञान, सीपको प्रयोगवाट कुनै वस्तु वा पद्धति निर्माण गर्ने कार्यको सम्मान गरी त्यस्तो वस्तु वा पद्धतिको सर्जकको समेत सम्मान गर्दछ ।

ङ) बौद्धिक सम्पत्तिको रचनाको निमित्त आवश्यक लगानी बापतको प्रतिफल प्राप्त गर्न बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारले सहयोग गर्दछ ।

१.३. बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकार अन्तर्गत के के पर्दछ

साधारणतया बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारअन्तर्गत भौतिक सम्पत्तिको जस्तै आर्थिक हकहरु पर्दछ । त्यसका अतिरिक्त भौतिक सम्पत्तिको सन्दर्भमा प्राप्त नहुने नैतिक हकसमेत बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारअन्तर्गत पर्दछ । आर्थिक तथा नैतिक हकहरुलाई निम्न बमोजिम विवेचना गरिएको छ ।

१.३.१ नैतिक हक (Moral Rights)

विशेषगरी प्रतिलिपि अधिकार तथा सम्बन्धित अधिकारहरुको¹ सन्दर्भमा नैतिक हक लागु हुन्छ । नैतिक हक अन्तर्गत कुनै बौद्धिक सम्पत्तिको धनीले त्यस्तो सम्पत्ति निजले रचना वा निर्माण गरेको हो भन्ने परिचयात्मक (Recognition) हक पर्दछ । उदाहरणको लागि कुनै व्यक्तिले रचेको गीतको सन्दर्भमा सो गीत बौद्धिक सम्पत्ति हुन्छ भने सो गीत रचना गर्ने व्यक्तिको पहिचान गरिनु सो रचनाकर्ताको नैतिक हक हुन्छ ।

नैतिक हकले बौद्धिक सम्पत्तिको धनीलाई आफूले रचना गरेको बौद्धिक सम्पत्तिसँग आफ्नो परिचय जोड्न सहयोग गर्दछ । यसरी नैतिक हकले बौद्धिक सम्पत्तिको धनीको सामाजिक, कानूनी, प्राज्ञिक तथा कला क्षेत्रमा परिचय स्थापित गरी सो बौद्धिक सम्पत्तिको गलत फाइदा लिनवाट अरुलाई प्रतिबन्धित गर्दछ ।

१.३.२ आर्थिक हक (Economic Rights)

जसरी भौतिक सम्पत्तिलाई सो सम्पत्तिको धनीले विक्री गर्ने, हस्तान्तरण गर्ने, प्रयोग गर्ने वा नास गर्ने अधिकार प्राप्त गरेको हुन्छ, त्यसरी नै बौद्धिक सम्पत्तिको धनीले पनि आफ्नो बौद्धिक सम्पत्तिलाई आफ्नो निर्णयमा विक्री-वितरण गर्ने, हस्तान्तरण गर्ने, प्रयोग गर्ने अधिकार प्राप्त गरेको हुन्छ । यिनै अधिकारलाई समग्रमा आर्थिक अधिकार भनिन्छ ।

आर्थिक हकको कारणवाट बौद्धिक सम्पत्तिको धनीले आफूखुशी आफ्नो बौद्धिक सम्पत्ति प्रयोग गर्नको साथै अरुलाई त्यस्तो सम्पत्तिको अनधिकृत प्रयोग गर्नवाट प्रतिबन्धित गर्न सक्दछ । आर्थिक हककै कारणवाट बौद्धिक सम्पत्तिको धनीले एकाधिकारपूर्ण उपभोग गरी आफ्नो बौद्धिक सम्पत्तिको प्रयोग गर्न सक्दछ । बौद्धिक सम्पत्तिको प्रयोग गर्दा बौद्धिक सम्पत्तिको धनीले आफ्नो सम्पत्तिलाई व्यापारिक तवरवाट प्रयोग गर्न पनि सक्दछ । उदाहरणको लागि आफूले रचना र दर्ता गराएको ट्रेडमार्कलाई आफ्नो उत्पादनसँग जोडेर बजारमा व्यापार गर्न सक्दछ । आफूले प्रयोग गर्न नचाहेमा बौद्धिक सम्पत्तिको धनीले आफ्नो बौद्धिक सम्पत्तिलाई अरु कोहीलाई हस्तान्तरण गर्न सक्दछ ।

साधारणतया बौद्धिक सम्पत्तिको धनीले आफ्नो बौद्धिक सम्पत्तिलाई हस्तान्तरण गर्दा केवल आर्थिक हक मात्र हस्तान्तरण हुन्छ । बौद्धिक सम्पत्तिको हस्तान्तरण सामान्यतया

^[1] सम्बन्धित अधिकार अन्तर्गत मुख्य प्रतिलिपि अधिकार रहेको रचनाको प्रस्तुति गर्ने प्रस्तोता (performer) लगायत ध्वनिअंकन उत्पादक (phonogram producers) र प्रसारण संस्था (broadcasting organization) को अधिकार पर्दछ ।

दुई प्रकारबाट हुन सक्दछ । पहिलो, विक्री-वितरणबाट हुने हस्तान्तरण । विक्रीबाट हुने हस्तान्तरणमा बौद्धिक सम्पत्तिको धनीले त्यस्तो सम्पत्तिको आर्थिक हक अरु कसैलाई हस्तान्तरण गर्दछ । यसरी हस्तान्तरण गर्दा धनीले पूर्ण रुपमा वा आंशिक रुपमा सम्पत्ति हस्तान्तरण गर्न सक्दछ । पूर्ण रुपमा बौद्धिक सम्पत्ति हस्तान्तरण गर्दा नैतिक हकवाहेक सो सम्पत्तिमाथिको सबै हक पहिलो धनीबाट क्रेतामा हस्तान्तरण हुन्छ । तर आंशिकरुपमा बौद्धिक सम्पत्ति हस्तान्तरण गर्दा पहिलो धनीले क्रेतालाई सो सम्पत्तिको प्रयोग गर्दा विभिन्न सर्त तोक्न सक्दछ । आंशिक हस्तान्तरणको उदाहरणको रुपमा कुनै ट्रेडमार्कको धनीले ट्रेडमार्क हस्तान्तरण गर्दा ट्रेडमार्क परिवर्तन गर्न बन्देज लगाउनु, ट्रेडमार्कको प्रयोगमा संख्यात्मक (quantitative) बन्देज गर्ने, समयको सीमा तोक्नु आदि पर्दछन् ।

दोस्रो, लाइसेन्स मार्फत् हस्तान्तरण गरिने बौद्धिक सम्पत्तिको प्रयोग । लाइसेन्सबाट बौद्धिक सम्पत्तिको हस्तान्तरण गर्दा सर्जकले करारको प्रावधानको अधीनमा रही केही समयको लागि लाइसेन्स प्राप्त गरी आफ्नो बौद्धिक सम्पत्तिको प्रयोग गर्न चाहने व्यक्तिलाई बौद्धिक सम्पत्ति हस्तान्तरण गर्न सक्दछ । उदाहरणको लागि कुनै ट्रेडमार्क दर्ता गराएको व्यक्तिले आफ्नो ट्रेडमार्क अरुलाई समेत केही समय प्रयोग गर्न स्वीकृति दिनु लाइसेन्सबाट बौद्धिक सम्पत्ति हस्तान्तरण गर्न हो ।

१.४. बौद्धिक सम्पत्तिका प्रकार

१.४.१. प्रतिलिपि अधिकार (Copyright)

लेख, कला, संगीत, ध्वनि रेकर्डिङ्ग, चलचित्र, प्रसारण आदिमा प्राप्त हुने बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकार प्रतिलिपि अधिकार हो । प्रतिलिपि अधिकारले विचार वा ज्ञानको प्रस्तुतिको मात्र संरक्षण गर्दछ, विचार र ज्ञानको संरक्षण प्रतिलिपि अधिकार अन्तर्गत प्राप्त हुदैन । त्यसैले प्रतिलिपि अधिकारले कसैको नयाँ कृति जसलाई भौतिक रुपमा प्रस्तुत गरिएको हुन्छ त्यस्तो कृतिलाई मात्र संरक्षण प्रदान गर्दछ ।

प्रतिलिपि अधिकारको प्रयोग विभिन्न तरिकाले गर्न सकिन्छ । प्रतिलिपि अधिकारको धनीले आफ्नो प्रतिलिपि अधिकार प्रयोग गर्दा विशेषगरी आर्थिक एवं नैतिक हक प्रयोग गर्दछ । आर्थिक हक अन्तर्गत प्रतिलिपि अधिकारको धनीले आफ्नो कृतिको पुर्नउत्पादन, प्रकाशन, वितरण, प्रसारण आदि गर्न

सक्दछ । नैतिक हक अन्तर्गत आफ्नो कृतिको सन्दर्भमा सो बौद्धिक सम्पत्तिको धनीले आफ्नो कृतिमा आफ्नो पहिचान जोड्ने अधिकार प्राप्त गर्दछ ।

यसले आफ्नो बौद्धिक क्षमता, ज्ञान, सीप र दक्षतालाई लेख, कला, संगीत र विज्ञानको क्षेत्रमा मौलिक रुपमा प्रस्तुत गरेको कुनै पनि सिर्जना र प्रस्तुतिलाई कुनै किसिमको कानूनी औपचारिकता बिना नै साधारणतया सर्जकको जीवनभर र निजको मृत्युपश्चात् ५० वर्षसम्म संरक्षण प्रदान गर्दछ । यसरी प्राप्त प्रतिलिपि अधिकार सर्जकको मृत्यु पश्चात उसले इच्छाएको वा कानूनी हकवालाले विधिवत् प्राप्त गर्दछ । प्रतिलिपि अधिकारले सर्जकलाई आफ्नो बौद्धिक सम्पत्ति संरक्षण गर्न र उपयोग गर्न विशेषाधिकार तथा एकाधिकार प्रदान गरेको हुन्छ । यसै कारण, सर्जकले आफ्नो प्रतिलिपि अधिकारको प्रचलन गरेवाट आर्थिक तथा नैतिक हक प्राप्तगरी अरुलाई आफ्नो सिर्जनाको हुबहु नक्कल गर्न, अनुमतिबिना कानूनले निर्दिष्ट गरेका तरिका र क्षेत्रबाहिर गई उपयोग गर्न निषेध गरेको हुन्छ । तर, माथि उल्लेख भए भैं प्रतिलिपि अधिकारको क्षेत्राधिकार विचारको प्रस्तुतिमा मात्र सीमित भएकोले यसले स्वतन्त्र सिर्जनालाई भने निषेध गर्दैन । प्रतिलिपि अधिकारले रचनाजन्य अधिकार, प्रस्तोतासम्बन्धी अधिकार, ध्वनिअङ्कन उत्पादक तथा प्रसारण संस्थाको अधिकारको सम्बन्धमा व्यवस्था गरी सो अधिकारहरुको संरक्षण गर्दछ ।

यसले आफ्नो बौद्धिक क्षमता, ज्ञान, सीप र दक्षतालाई लेख, कला, संगीत र विज्ञानको क्षेत्रमा मौलिक रुपमा प्रस्तुत गरेको कुनै पनि सिर्जना र प्रस्तुतिलाई कुनै किसिमको कानूनी औपचारिकता बिना नै साधारणतया सर्जकको जीवनभर र निजको मृत्युपश्चात् ५० वर्षसम्म संरक्षण प्रदान गर्दछ ।

नेपालमा प्रतिलिपि अधिकारको कानूनी संरक्षण पहिलो पटक प्रतिलिपि अधिकार ऐन, २०२२ बाट भएको हो । सो ऐनलाई प्रतिलिपि अधिकार ऐन, २०५९ ले प्रतिस्थापन गरी हाल प्रतिलिपि अधिकार ऐन, २०५९ कार्यान्वयनमा रहेको छ । त्यस्तै, अन्तर्राष्ट्रिय स्तरमा लेख तथा कलात्मक कार्यको संरक्षणसम्बन्धी बर्न महासन्धि (The Berne Convention



for the Protection of Literary and Artistic Works, 1886), विश्व बौद्धिक अधिकार संगठनअन्तर्गतको प्रतिलिपि अधिकार सन्धि (The World Intellectual Property Organization, Copyright Treaty (WCT), प्रस्तोता, फोनोग्राम उत्पादक तथा ब्रोडकास्टिङ संस्थाहरुको संरक्षणसम्बन्धी अन्तर्राष्ट्रिय महासन्धि (The International Convention for the Protection of Performers, Producers of Phonograms and Broadcasting Organizations (The Rome Convention), विश्व व्यापार संगठनअन्तर्गतको व्यापारसँग सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी सम्झौता Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS) आदि सन्धि-सम्झौताले प्रतिलिपि अधिकारको सम्बन्धमा व्यवस्था गरेको पाइन्छ ।

१.४.१.२.प्रतिलिपि अधिकार संरक्षण हुने अवस्था

माथि उल्लेख गरे जस्तै साहित्य, कला, ज्ञान, संगीत एवं अन्य क्षेत्रमा मौलिक एवं बौद्धिक रुपले प्रस्तुत भएको रचनालाई प्रतिलिपि अधिकारअन्तर्गत संरक्षण गर्न सकिन्छ । प्रचलित कानून अनुसार, यसरी प्रतिलिपि अधिकारको संरक्षण गर्न तीन वटा आधारभूत तत्वहरु समावेश भएको हुनुपर्छ । ती तत्वहरु हुन्: मौलिकता, बौद्धिकता तथा वस्तुगत माध्यममा प्रस्तुति ।

प्रतिलिपि अधिकार कानूनको निम्ति कुनै रचना मौलिक हुनका लागि रचयिताले रचना गर्दा आफ्नो कला, श्रम र सीपको अभ्यास गरेको हुनुपर्दछ । यसरी भएको रचना स्वयम् सर्जकबाट नै सिर्जना भएको हुनुपर्दछ । तथापि रचना आफैँमा नवीन वा अनुसन्धानात्मक हुनु चाहिँ जरुरी नभएपनि उक्त रचना आफैँमा स्वतन्त्र रुपमा सिर्जना गरिएको चाहिँ हुनुपर्दछ । जस्तै, कुनै रचनाले मौलिकता प्राप्त गर्नका लागि अनुशरण गरिने श्रम र सीप फरक-फरक किसिमको हुन सक्दछ । अनुशरण

गर्दा माध्यमको परिवर्तन, संक्षेपीकरण तथा छनौट र प्रबन्धनमा भिन्नताले समेत नयाँ रचनालाई प्रतिलिपि अधिकारको संरक्षणको योग्य बनाउँदछ ।

कुनै रचना बौद्धिक हुनको निम्ति सर्जकले आफ्नो रचना प्रस्तुत गर्दा वा कुनै कुराको प्रस्तुतिमा माध्यमको परिवर्तन, संक्षेपीकरण र छनौट र प्रबन्धन गर्दा आफ्नो स्वतन्त्र ज्ञान, सीप एवं श्रमको प्रयोग गरेको हुनुपर्दछ । अन्त्यमा रचना प्रस्तुत भएको हुनलाई रचनाकारले आफ्नो विचार, ज्ञान, कला, संगीत आदि वस्तुगत रुपमा व्यक्त गरेको वा प्रस्तुत गरेको हुनुपर्दछ । अर्थात्, रचना छापिएको, दृश्याकन गरिएको वा प्रामाणिक रुपले राखिएको, रेकर्ड गरिएको, वितरण गरिएको वा स्थिर राखिएको हुनुपर्दछ ।

प्रस्तुतीकरण, संकलन वा अभिव्यक्तिको दृष्टिकोणबाट मौलिक रुपमा प्रस्तुत भएको अनुवाद, संयोजन, क्रमबद्ध संयोजन, रचना वा कृतिकारको संग्रहलाई यन्त्रको सहाराले वा यन्त्रको सहाराबेगर पढ्न सकिने गरी संकलन गरिएको तथ्यांक वा तथ्यांककाधार (database), लौकिक अभिव्यक्तिको विद्या अन्तर्गतका उखान, लोक कथा, लोक गीत वा अन्य कुनै लोक अभिव्यक्तिमा आधारित व्युत्पन्न रचनालाई मूल रचनाको प्रतिलिपि अधिकारमा प्रतिकूल असर नपुऱ्याउने गरी मौलिक रचनासरह नै प्रतिलिपि अधिकारको संरक्षण प्राप्त हुन्छ । तर कुनै विचार, धर्म, समाचार, सञ्चालन विधि, अवधारणा, सिद्धान्त, अदालतका फैसला, प्रशासनिक निर्णय, लोक गीत, लोक कथा, उखान र सामान्य तथ्यांकजस्ता कुराहरुलाई व्यक्त, वर्णन वा व्याख्या गरिएका वा कुनै रचनामा समावेश गरिएको भएपनि त्यस्तो रचनाले प्रतिलिपि अधिकारको संरक्षण प्राप्त गर्न सक्दैन । प्रचलित कानून बमोजिम प्रतिलिपि अधिकारको संरक्षण प्राप्त गर्न आफ्नो रचना दर्ता गराउनु वा अरु कुनै

आधिकारिक कार्यविधि पूरा गरेको हुनु पर्दैन, यो स्वतः प्राप्त हुन्छ । तर रचनाकर्ताले चाहेको अवस्थामा आफ्नो रचना स्वेच्छाले दर्ता गराउन भने सक्दछ ।

१.४.२. पेटेण्ट (Patent)

पेटेण्ट भन्नाले कुनै आविष्कारकलाई आफ्नो आविष्कारको विना स्वीकृति व्यापारिक उपयोग गर्नबाट अरुलाई कानूनले तोकेको समयसम्म पूर्ण बन्देज लगाउने अधिकार भन्ने बुझिन्छ । अर्थात् पेटेण्टले कुनै पनि आविष्कारकलाई आफ्नो आविष्कार प्रयोग गर्ने सन्दर्भमा पूर्ण एकाधिकार प्रदान गर्दछ। विज्ञान र प्रविधिको क्षेत्रमा गरिएको नवीन अन्वेषण एवं आविष्कारको वैज्ञानिक उपलब्धिलाई पेटेण्टले संरक्षण प्रदान गर्दछ। यसरी संरक्षण प्रदान गर्दा सामान्यतया २० वर्षसम्मका लागि विशेषाधिकारयुक्त पूर्ण स्वामित्व प्रदान गर्ने गरिन्छ (नेपालमा भने यो अवधि २१ वर्ष रहेको छ) । पेटेण्टको संरक्षण प्राप्त गर्न साधारणतया कुनै पदार्थ वा पदार्थ समूहको बनावट, सञ्चालन वा प्रसारको नयाँ उपाय वा तरिकासम्बन्धी वा कुनै नयाँ सिद्धान्त वा सूत्रद्वारा पत्ता लगाइएको वा आविष्कार गरिएको वस्तु वा प्रक्रिया हुनुपर्दछ ।

माथि उल्लेख गरे जस्तै, पेटेण्टको अधिकार प्राप्त गर्न आविष्कार गरिएको वस्तु वा प्रक्रियाका निम्न बमोजिमका विशेषताहरु हुनुपर्दछ:

१. मौलिकता/नवीन आविष्कार: आविष्कार नवीन हुनको निमित्त सो आविष्कार दर्ता गर्ने समयभन्दा अगाडि सो आविष्कारजस्तै अरु आविष्कार दर्ता भएको वा सार्वजनिक रुपमा रहेको कुनै ज्ञानको प्रयोगगरी आविष्कार गरिएको हुनु हुदैन । साथै सो आविष्कारको पूर्ण खुलासा वा प्रकाशन गरिएको हुनु हुदैन ।

२. औद्योगिक रुपमा उपयोगी: कुनै आविष्कारलाई औद्योगिक स्तरमा प्रयोग गर्ने सम्भावना रहेमा सो आविष्कार औद्योगिक रुपमा उपयोगी रहेको मानिन्छ ।

३. वैज्ञानिक प्रक्रियाद्वारा सिर्जना गरिएको: कुनै आविष्कार वैज्ञानिक प्रक्रियाद्वारा सिर्जना गरिएको हुनलाई सो आविष्कार अनुसन्धानात्मक-तहगत क्रियाकलाप समावेश गरी (inventive step) आविष्कार गरिएको हुनुपर्दछ । यसको अर्थ सो आविष्कार सम्बन्धित क्षेत्रका जानकार व्यक्तिका लागि सहज भएको हुनु हुदैन ।

माथि उल्लेखित आधारहरु बाहेक कानूनले पेटेण्ट अधिकार प्रदान गर्दा पेटेण्ट दर्ता हुन आएका विषयवस्तु कानूनत संरक्षण गर्न मिल्ने वा संरक्षणयुक्त छ,कि छैन भनेर जाँच गर्न सक्दछ । सामान्यतया, कानूनले खोज-अनुसन्धानबाट पत्ता लगाएका विषयवस्तु, राष्ट्रिय हित र स्वार्थका लागि संरक्षित विषय एवं सर्वसाधारणको स्वास्थ्य, सदाचार वा नैतिकता विपरितका विषय पेटेण्ट संरक्षणबाट वञ्चित गरेको हुन्छ ।

पेटेण्टसँग सम्बन्धित राष्ट्रिय कानून सम्बन्धित देशभित्र मात्र सीमित हुन्छ। अर्थात्, पेटेण्ट अधिकार राष्ट्रिय सीमामा सीमित रहेको हुन्छ। यसरी जुन देशमा आफ्नो आविष्कार संरक्षण गर्न जरुरी लाग्छ, ती सबै देशहरुमा छुट्टाछुट्टै पेटेण्ट निवेदन दिन जरुरी हुन्छ। एक देशभन्दा बढी देशमा पेटेण्ट दर्ता गर्न चाहने आविष्कारकले एउटा देशमा निवेदन दर्ता गरेको मितिबाट १ वर्षभित्र आफूले संरक्षण लिन चाहेको अन्य राष्ट्रहरुमा पेटेण्ट दर्ताको निवेदन दिइसक्नु पर्दछ ।

१.४.२.१ युटिलिटी मोडल (*Utility Model*)

युटिलिटी मोडलले पेटेण्टजस्तै नवीन आविष्कारमाथि बौद्धिक सम्पत्तिको हक स्थापित गर्दछ । युटिलिटी मोडलको प्रकृति पटेण्टको जस्तै हुने भएकोले यसलाई “Petty Patent” वा “Innovation Patent” पनि भन्ने गरिन्छ । तर यसको दर्ता गर्न भने पेटेण्टभन्दा सजिलो हुन्छ । साधारणतया युटिलिटी मोडलको संरक्षण प्राप्त गर्न आविष्कार नवीन भए पर्याप्त हुन्छ; पेटेण्टमा जस्तो औद्योगिक रुपमा उपयोगी वा वैज्ञानिक प्रक्रियाद्वारा सिर्जना गरिएको हुन आवश्यक छैन । तसर्थ नयाँ तर पूर्ण रुपमा परिष्कृत भइनसकेको आविष्कार पनि युटिलिटी मोडलअन्तर्गत दर्ता गर्न सकिन्छ ।

युटिलिटी मोडलअन्तर्गत संरक्षण प्राप्त गरेपश्चात आविष्कारकले आफ्नो आविष्कारको व्यापारिक प्रयोग गर्न अरुलाई बन्देज गर्न सक्दछ । यसरी युटिलिटी मोडलले कुनै आविष्कारमाथि एकाधिकार उपभोगको हक प्रदान गर्दछ। उस्तै विषयवस्तुसँग सम्बन्धित भएपनि पटेण्टको तुलनामा युटिलिटी मोडलअन्तर्गतको संरक्षण प्राप्त गर्न व्यवहारिक रुपमा सरल हुन्छ । यो खास गरी राष्ट्रभित्र प्रविधिको विकास एवम् साना तथा मझौला उद्योगको संरक्षणको निमित्त प्रयोग गरिन्छ र यसमा पेटेण्ट जाँचलाई मनसायपूर्व नै तुलनात्मकरुपमा सरल बनाइएको हुन्छ ।

१.४.३. ट्रेडमार्क (Trade Mark)

ट्रेडमार्क भन्नाले कुनै वस्तु वा सेवालाई अन्य वस्तु वा सेवाबाट फरक गर्न प्रयोग हुने चिन्ह वा चिन्हहरुको समूहलाई बुझ्नुपर्दछ । ट्रेडमार्कअन्तर्गत चिन्हमा व्यक्तिगत नाम, अक्षर, सुगन्ध, ध्वनि, अङ्क, प्रतिकात्मक चित्र (figurative element), त्रिआयामिक (three dimensional) चिन्ह एवं रङहरुको समिश्रणसमेत पर्दछ ।

ट्रेडमार्क कुनै प्रतिष्ठानको व्यवसायिक क्षेत्रमा रहेको ख्यातिलाई सुव्यवस्थित एवं संरक्षण गर्ने बौद्धिक सम्पत्तिको एउटा प्रकार हो । प्रतिष्ठानको उत्पादनको विशेषता, स्रोत, गुण आदिको ख्यातिलाई प्रतिष्ठानले आफ्नो उत्पादनमा ट्रेडमार्कको प्रयोग गरी बजारमा ल्याउने हुँदा यसले व्यवसायिक ख्यातिको छायाँको काम गर्छ। त्यसैले अन्य प्रतिष्ठानले अनाधिकृत रुपमा अरुको ट्रेडमार्क प्रयोगगरी आफ्नो वस्तु वा सेवा बजारमा लिएर जाँदा अर्काको व्यवसायिक ख्यातिको गलत प्रयोग गरी उपभोक्तालगायत वास्तविक प्रतिष्ठानलाई नकरात्मक असर पुऱ्याउन सक्दछ ।

ट्रेडमार्क कुनै प्रतिष्ठानको व्यवसायिक क्षेत्रमा रहेको ख्यातिलाई सुव्यवस्थित एवं संरक्षण गर्ने बौद्धिक सम्पत्तिको एउटा प्रकार हो ।

ट्रेडमार्कले एउटा प्रतिष्ठानको वस्तु वा सेवालाई अन्य प्रतिष्ठानको वस्तु वा सेवाबाट छुट्याउन उपभोक्तालाई सहयोग गर्दछ । यसरी प्रतिष्ठानको ट्रेडमार्कले गर्दा आफ्नो वस्तु वा सेवाको गुणस्तर एवं प्रकृतिको आधारबाट बजारमा प्रतिष्ठानहरुले प्रतिस्पर्धा गर्न सक्दछन् । साथै ट्रेडमार्कको कारणबाट प्रतिष्ठानहरुले उपभोक्तासमक्ष गुणस्तरको विश्वास दिलाउन सक्दछन् । वास्तवमा आफ्नो मौलिकताको प्रयोगगरी उत्पादन गरिएका विभिन्न वस्तु वा सेवालाई बजारमा उपभोक्तासमक्ष परिचित गराउन सो वस्तु वा सेवा उत्पादन गर्ने प्रतिष्ठानले आफ्नो प्रतिनिधित्व गर्न वा आफ्नो वस्तु वा सेवाको गुणस्तरको प्रतिबद्धता जाहेर गर्न ट्रेडमार्कको प्रयोग गर्दछन् ।



ट्रेडमार्कको संरक्षण प्राप्त गर्न सक्ने चिन्ह

आफ्नो वस्तु वा सेवाको गुणस्तर र प्रकृतिको प्रतिनिधित्व गर्ने हुँदा एक प्रतिष्ठानको ट्रेडमार्क अर्को प्रतिष्ठानको ट्रेडमार्कसँग हुबहु मिल्ने वा अर्को प्रतिष्ठानको ट्रेडमार्कसँग भ्रम सिर्जना गर्ने किसिमको भएमा ट्रेडमार्कको व्यवस्था गरिनुको औचित्य रहँदैन ।

कानून अनुसार ट्रेडमार्क तोकिएको समयसम्म र त्यसपछि नवीकरण गरिरहेसम्म प्रयोग गर्न सकिन्छ । त्यसका अतिरिक्त ट्रेडमार्कको रुपमा कानूनी संरक्षण प्राप्त गर्न ट्रेडमार्कले निम्न बमोजिमका केही आधारभूत शर्तहरु पालना गरेको हुनुपर्दछ:

१ पहिलो, ट्रेडमार्क दृश्यावलोकन युक्त चिन्ह हुनुपर्दछ । अर्थात् ट्रेडमार्क भौतिक रुपमा हेर्न मिल्ने हुनुपर्दछ ।

२ दोस्रो, ट्रेडमार्कको विशिष्ट चिन्ह हुनुपर्दछ । अर्थात् ट्रेडमार्कको रुपमा मान्यता प्राप्त गर्न, कुनै चिन्ह वा संकेतले स्वभाविक वा प्रयोगबाट विशिष्टता हासिल गरेको हुनुपर्दछ ।

३ तेस्रो, ट्रेडमार्क रेखाचित्रद्वारा प्रतिनिधित्व गरिएको वा वस्तु वा सेवामा उपयोग गर्दा सतहमा उपयोग गर्न सकिने प्रकृतिको हुनुपर्दछ । अन्त्यमा ट्रेडमार्क व्यवसायिक वस्तु वा सेवामा उपयोग गरिएको हुनुपर्दछ ।

व्यवहारमा विभिन्न तरिकाबाट वा प्रकारका ट्रेडमार्क प्रयोग गरिन्छ। सामान्य ट्रेडमार्कको उद्देश्य बाहेक कुनै वस्तु वा सेवाको कुनै व्यवसायिक विशेषताको प्रमाणीकरणको लागि प्रमाणिक चिन्ह (certification mark) को रुपमा पनि ट्रेडमार्कको प्रयोग गर्न सकिन्छ । त्यस्तै, कुनै व्यवसायिक सामुहिक सम्बद्धता व्यक्त गर्न ट्रेडमार्कलाई सामुहिक चिन्हको (collective mark)

को रुपमा प्रयोग गर्न सकिन्छ । विशेषगरी समान प्रकारका वस्तु वा सेवा उत्पादन गर्ने व्यवसायीहरूको हकमा सामुहिक चिन्हको उपयोगिता रहन्छ । व्यवसायिक प्रतिष्ठानको व्यापारिक नाम (trade name), आफ्नो व्यवसायिक उत्पादनको समग्र व्यापारिक पोशाक अर्थात प्रारुप (trade dress) आदिको रुपमा समेत ट्रेडमार्कको प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

१.४.४. औद्योगिक ढाँचा (डिजाइन) (Design)

औद्योगिक ढाँचा भन्नाले आँखाले हेरेर मूल्याङ्कन गर्न सकिनेगरी कुनै पनि समतलीय वा ठोस वस्तुमा औद्योगिक प्रक्रिया उपयोग गरेर स्वतन्त्र रुपमा तयार गरिएको नवीन तथा मौलिक आकृति, बनौट, प्रतिमा वा अलंकरणको विशेषता वा लक्षण हो । आकृति कुनै रेखाहरूको संयोजन, रंगहरूको संयोजन, रेखा र रंग दुवैको संयोजनद्वारा वा कुनै सामाग्री जोडेर वा बुनेर तयार गरिएको वा कुनै माटो, ढुंगा, काठ वा धातुजस्ता ठोस पदार्थमा कुँदैको रुपमा हुन सक्दछ । तर औद्योगिक ढाँचा वस्तु नभई उक्त वस्तुमा उपयोग गरिएको धारणामात्र हो ।

ट्रेडमार्कजस्तै आफ्नो वस्तु वा सेवालाई समकक्षी उत्पादकबाट उत्पादन हुने वस्तु वा सेवासँग प्रतिस्पर्धी बनाउनका लागि उपभोक्ताको ध्यानाकर्षण गर्ने हेतु आफ्नो वस्तुमा उपयोग गरिने आकारलाई बौद्धिक सम्पत्ति अन्तर्गत औद्यो गिक डिजाइनसम्बन्धी कानूनले व्यवस्थित गरी संरक्षण प्रदान गर्दछ । यसरी डिजाइन संरक्षण प्राप्त गर्न आफ्नो उत्पादनमा उपयोग गरिने आकार नवीन र मौलिक हुनुपर्दछ । तथापि सो आकार उत्पादित वस्तु वा सेवाको मुख्य प्रयोजन (function) अथवा प्राकृतिक स्वरुपसँग सम्बन्धित हुनु हुँदैन ।



डिजाइनको संरक्षण प्राप्त गर्न सक्ने आकृति

प्रचलित कानून बमोजिम डिजाइनको संरक्षण प्राप्त गर्न निम्न बमोजिमको आधारहरु आवश्यक पर्दछन्:

क) डिजाइन नवीन र मौलिक हुनुपर्दछ ।

ख) सो डिजाइन कुनै वस्तुमा उपयोग गरिएको हुनुपर्दछ ।

ग) डिजाइनलाई आँखाले हेरेर मूल्याङ्कन गर्न सकिने हुनुपर्दछ ।

घ) डिजाइनले सदाचार वा नैतिकताको विपरित सन्देश प्रवाह गरेको हुनु हुदैन ।

ङ) आधारभूत उपयोगको वस्तु, नमुना तथा ट्रेडमार्क डिजाइन अन्तर्गत पर्दैनन् ।

१.४.५. भौगोलिक संकेत (Geographical Indication)

कुनै वस्तुको गुणस्तर, ख्याति वा अन्य विशेषताहरु सो वस्तु उत्पादन गरेको वा उत्पत्ति भएको स्थानसँग समेत सम्बन्धित हुन सक्दछ । यस सन्दर्भमा भौगोलिक संकेत भन्नाले कुनै वस्तुको परिचय वा प्रकृतिलाई कुनै भौगोलिक स्थानसँग जोडने व्यवस्था हो । भौगोलिक संकेतले वस्तुको गुणस्तर, ख्याति एवं प्रकृतिलाई सो वस्तु उत्पत्ति भएको स्थानसँग जोडेर प्रस्तुत गरी सो भौगोलिक सम्बन्धलाई अन्य स्थानमा उत्पादन भएको वस्तुले प्रयोग गर्न नसक्ने गरी संरक्षण प्रदान गर्दछ ।

विश्व व्यापार संगठनको व्यापारसँग सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी सम्झौताले भौगोलिक संकेतलाई यसरी परिभाषित गरेको छ: “भौगोलिक संकेत त्यस्तो संकेत हो जसले त्यस्तो वस्तुलाई संकेत गर्दछ जुन वस्तु कुनै सदस्य राष्ट्रको भौगोलिक क्षेत्रभित्र एवं त्यस क्षेत्रअन्तर्गतको इलाका अथवा समुदायको भुभागमा उत्पन्न भई सोही भुभागसँग सम्बन्धित गुणस्तर, ख्याति वा अन्य विशेषताहरुबाट प्रभावित भएको हुन्छ ।”

विशेषगरी कृषि तथा वनजन्य (भुवनस्पतिक) वस्तु उत्पादनमा सम्बन्धित स्थानको विशेषता एवं गुण समाहित हुने गर्दछ । हावा-पानी, माटो तथा अन्य स्थानीय परम्परा, संस्कृति, सामाजिक व्यवहारका कारणहरुबाट कृषिजन्य उत्पादनमा भौगोलिक अवस्थाका कुराहरुले विशेष गुण सिर्जना गरिदिएका हुन्छन् । यस अतिरिक्त कुनै स्थानमा उत्पादन हुने वस्तु सो स्थानको कारणबाट प्रख्यात भएमा भौगोलिक संकेतको आधारबाट समेत सो वस्तु भिन्न वा विशेष हुन सक्दछ ।

ट्रेडमार्कले जस्तै भौगोलिक संकेतले बजारमा वस्तुको प्रतिस्पर्धी क्षमता बढाउन मद्दत पुऱ्याउँदछ । विशेषगरी भौगोलिक संकेतले वस्तुको प्रतिस्पर्धी क्षमता बढाउन निम्न अनुसार सहयोग पुऱ्याएको हुन्छ:

क) वस्तुको उत्पत्तिलाई ठम्याउन ।

ख) वस्तुको गुणस्तर सुनिश्चित गर्न ।

ग) वस्तुको भौगोलिक विशेषतालाई मूल्यवान व्यापारिक सरोकारको विषय बनाउन ।

कतिपय वस्तुहरुले उत्पादन हुने स्थानको कारणबाट छुट्टै पहिचान प्राप्त गरेका हुन्छन् । जस्तै मुस्ताङको स्याउ, इलामको चिया आदि प्रख्यात हुनुको कारण भौगोलिक सम्बन्ध पनि हो । मुस्ताङको स्याउ भन्ने वित्तिकै छुट्टै स्वाद र विशेषता सम्झ्न सकिन्छ । उपभोक्ताले पनि त्यहाँको स्याउ वा इलामको चियालाई अरु स्थानको स्याउ वा चियाभन्दा भिन्न रुपले हेर्न सक्दछन् । तसर्थ भौगोलिक सम्बन्धकै कारणबाट कुनै वस्तु बजारमा बढी वा कम प्रतिस्पर्धा हुन सक्दछन् । तसर्थ भौगोलिक संकेतलाई बौद्धिक सम्पत्तिको रुपमा प्रयोग गरेबाट उपभोक्ताले बजारमा प्राप्त वस्तुहरुको सही मूल्याङ्कन गर्नसक्ने

भारतमा the Geographical Indications of Goods

(Registration and Protection) Act, 1999 अनुसार

भौगोलिक संकेत दर्ता गरिन्छ । यही कानून अनुसार

भारतीय चिया बोर्डले दार्जेलिङ चियाको भौगोलिक संकेत

दर्ता गराएको छ । भौगोलिक संकेत अन्तर्गत दर्ता भएको

कारण अन्य भु-भाग वा राष्ट्रहरुले आफ्नो चियालाई

दार्जेलिङ चिया भनी व्यापार गर्न गैरकानूनी भएको छ ।

यसरी भौगोलिक संकेतअन्तर्गत संरक्षण प्राप्त

गरेका कारण संसार भरि दार्जेलिङ चियाले आफ्नो

विशिष्ट पहिचान कायम गरिरहन सक्दछ साथै अन्य

चियाले दार्जेलिङ चियाको नाममा बजारमा प्रवेश गर्न

सक्दैनन् । तसर्थ भौगोलिक संकेतले बजारमा दार्जेलिङ

चियाको प्रतिस्पर्धी क्षमता बढाउँदछ ।

तथा विशेष भौगोलिक विशेषताका वस्तुहरु अरु वस्तुहरुभन्दा भिन्न तरिकाले बढी प्रतिस्पर्धी बन्न सक्दछन् ।

१.४.६ इन्टिग्रेटेड सर्किटको प्रस्तुतिपूर्ण ढाँचा (Integrated Circuit)

विद्युतीय सामानहरुमा निहित विभिन्न विद्युतीय सामाग्रीमध्ये उपयुक्त विद्युतीय सामाग्रीलाई सञ्चालनमा ल्याउनका लागि प्रमुख भूमिका निभाउने खासगरी विद्युतीय चिप्स र त्यससँग सम्बद्ध अरु सहायक विद्युतीय सामाग्रीहरुको व्यवस्थित प्रस्तुति र सञ्चालनको लागि मौलिक एवं फरक ढंगले गरेको लेआउट डिजाइनलाई उक्त विद्युतीय संजाल (Integrated Circuit) को प्रस्तुतिपूर्ण ढाँचाको रुपमा बौद्धिक सम्पत्ति अन्तर्गत संरक्षण प्रदान गरिन्छ । यस्तो किसिमको संरक्षण दश वर्षको लागि कायम गरिएको हुन्छ तथा विधिवत दर्ता भएपछि मात्र कानूनी रुपमा संरक्षण प्राप्त हुन्छ । अरु बौद्धिक सम्पत्तिजस्तै यो सिर्जना पनि मौलिक एवं फरक ढंगले प्रस्तुत गरिएको ढाँचा हुनुपर्दछ ।

१.४.७ व्यवसायिक गोप्य सूचनाको संरक्षण (Trade Secret)

व्यवसायिक क्षेत्रमा आफ्नो व्यवसायलाई विशिष्टीकृत ढंगमा प्रतिस्पर्धी बनाउन वा आफ्नो व्यवसायमा प्रयुक्त ज्ञान, सीपलाई बढी सुरक्षित र व्यवस्थित गर्नका लागि सहयोगी र अत्यावश्यक रहेको आफ्नो व्यवसायिक क्रियाकलापसँग सम्बन्धित व्यवसायिक महत्वका सूचना तथा प्रविधि आदिलाई बौद्धिक सम्पत्ति अन्तर्गत व्यवसायिक गोप्यताको अधिकारले संरक्षण प्रदान गरेको हुन्छ । आफ्नो व्यवसायमा प्रयोग भएको विशिष्ट र गोप्य सूचनाको संरक्षण प्रदान गर्ने बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारको संरक्षण प्राप्त गर्न दर्तालगायतका औपचारिकता पुरा गर्न आवश्यक पर्दैन । तथापि सम्बन्धित व्यवसायीले आफ्नो व्यवसायिक गोप्य सूचना वा प्रविधिलाई गोप्य राख्न र व्यवसायिक उपयोगमा ल्याउन निरन्तर प्रयास गरेको हुनुपर्दछ।

१.४.८.परम्परागत ज्ञान (Traditional Knowledge)

बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारले कुनै वस्तु वा सेवाको मौलिक रचना वा उत्पादन गर्ने रचनाकार एवं उत्पादकको सो रचना वा उत्पादनमाथि रहने आर्थिक एवं नैतिक हकको सुरक्षा गरेको हुन्छ । कुनै कुराको सिर्जना गर्दा आफ्नो ज्ञान, सीपको प्रयोगबाट मौलिकतासहितको रचना भएको कारणबाट सर्जकले बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकार प्राप्त गर्दछन् । यदि कुनै रचना

वा उत्पादनमा मौलिकता नभएमा बौद्धिक सम्पत्तिको संरक्षण प्राप्त हुन सक्दैनन् ।

यस सन्दर्भमा परम्परागत तथा ऐतिहासिक कालदेखि समाजमा रहेका विभिन्न ज्ञान एवं सीपको प्रयोगगरी आधुनिक प्रक्रियाबाट सिर्जना एवं उत्पादन हुनसक्ने रचना वा उत्पादनलाई बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकार अन्तर्गत सुरक्षा प्रदान गरिनु हुदैन । वास्तवमा समाजमा रहेका विभिन्न ज्ञान वा प्रक्रियाको बुझाईको प्रयोग गरी कसैले कुनै बौद्धिक सम्पत्ति अन्तर्गत सुरक्षा प्राप्त गरेमा समाजमा सबैको साझा ज्ञानलाई कुनै व्यक्तिले एकलौटी प्रयोग गर्ने अवस्था बन्न सक्दछ । यसरी समाजमा रहेका साझा ज्ञानको स्रोत एवं प्रक्रियाको जानकारीलाई कुनै व्यक्तिले बौद्धिक अधिकारको रुपमा दर्ता गराउदा सम्पूर्ण समाज एवं मानवतालाई नै असर पुग्न सक्दछ । उदाहरणको लागि शरीरमा लागेको घाउमा वनमारा लगाउनु राम्रो हो भन्ने कुरा हाम्रो गाउँघरमा भन्ने गरिन्छ । अब यो ज्ञानलाई कसैले प्रयोगगरी वनमाराबाट औषधि निकाल्ने प्रक्रियालाई पेटेण्ट अन्तर्गत दर्ता गराएमा त्यस्तो सामाजिक ज्ञानको प्रयोगमा प्रतिकूल असर पुग्न सक्दछ । साथै परम्परागत रुपमा समाजमा साझा रुपमा उपलब्ध ज्ञानको कसैले एकलौटी प्रयोग गर्दा समन्यायिक दृष्टिकोणबाट समेत गलत हुन्छ । त्यस्तै हाम्रो समाजमा अदुवा, बेसार आदिको पनि विभिन्न रोगको निवारणको लागि प्रयोग गर्ने चलन रहेको तथ्य जगजाहेर छ । तसर्थ कसैले अदुवा वा बेसारको रोग निवारण गर्ने प्रकृतिलाई पेटेण्टको रुपमा दर्ता गरेमा सो कार्यले परम्परागत ज्ञान एवं विकासलाई नकरात्मक असर पार्दछ । त्यसका अतिरिक्त समाजमा पहिले देखि नै रहिआएको सो ज्ञानको प्रयोग गर्दा बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकार प्राप्त गर्न आवश्यक मौलिकता रहेको भन्न मिल्दैन । अर्थात परम्परागत ज्ञानको विषय वस्तुसँग सम्बन्धित रचना एवं उत्पादन आविष्कारलाई बौद्धिक सम्पत्तिको संरक्षण प्राप्त हुन सक्दैन ।

तथापि हाम्रो समाजमा रहेको विभिन्न परम्परागत ज्ञानको प्रयोग गरी विभिन्न विकसित राष्ट्रका ठूला कम्पनी वा व्यवसायीहरूले बौद्धिक सम्पत्तिको संरक्षण लिएको जानकारी बेला-बेलामा प्राप्त हुने गर्दछ । जस्तै: विदेशी कम्पनीहरूले वास्मती चामल, अदुवा आदिसँग सम्बन्धित परम्परागत ज्ञानको प्रयोगगरी बौद्धिक सम्पत्तिको संरक्षण गराएको पाइन्छ । यस सन्दर्भमा समाजमा रहेका परम्परागत ज्ञानको छुट्टै संरक्षण गरिनु पर्ने आवाजसमेत उठ्दै आएका छन् । तर परम्परागत ज्ञानको छुट्टै संरक्षण गर्न

आवश्यक कानूनी व्यवस्था नरहेको अवस्थामा यसको सट्टामा समाजमा रहेका त्यस्ता परम्परागत ज्ञानलाई कसैले एकलौटी रुपमा दर्ता गर्न निषेध गर्ने व्यवस्था हुनु चाहिँ जरुरी छ । छिमेकी राष्ट्र भारतले परम्परागत ज्ञानको प्रयोग गरी बौद्धिक सम्पत्तिको संरक्षण गर्ने प्रवृत्तिलाई निरुत्साहन गर्न समाजमा रहिआएका त्यस्ता परम्परागत ज्ञानलाई संहिताबद्ध गरी बौद्धिक सम्पत्तिको संरक्षणको निम्ति प्राप्त हुन आउने निवेदनलाई मौलिक भए नभएको परीक्षण गर्न उपयोग गर्दै आएको छ । भारतमा Traditional Knowledge Digital Library को स्थापना गरी समाजमा रहेका विभिन्न परम्परागत ज्ञान र विधिलाई प्रमाणसहित संहिताबद्ध गरिएको छ । यसरी तयार गरिएको Digital Library लाई विद्युतीय माध्यमबाट विभिन्न देशहरूका पेटेण्ट कार्यालयमा पठाई भारतीय समाजमा परम्परागत रुपमा रहेका ज्ञानमा आधारित पेटेण्ट दर्ता गर्ने कार्यलाई निरुत्साहन गर्ने कानूनी आधार तयार गरिएको छ । नेपालमा भारताजस्तो परम्परागत ज्ञानको संहिता निर्माण नभएको हुनाले समाजमा रहेका परम्परागत ज्ञानलाई समाजका सदस्यहरूले नै पहिचान गरी राख्नुपर्ने हुन्छ । उदाहरणको लागि महको विभिन्न प्रयोगका सम्बन्धमा समाजमा सूचना/ज्ञानको भण्डारण गर्नु आवश्यक छ । अन्यथा महलाई कसैले आफ्नो बौद्धिक सम्पत्तिको रुपमा दर्ता गरिदिएमा नेपालको मह निर्यातमा नकरात्मक असर अवश्य पर्नेछ । महको प्रयोगमा

यूरोपियन पेटेण्ट कार्यालयले सन् १९९५ मा नीममा हुने औषधिको गुणको प्रयोगगरी सृजना गरिएको एक औषधिको आविष्कारलाई पेटेण्टको संरक्षण प्रदान गरेकोमा भारतको अग्रसरतामा सन् २००५ मा सो पेटेण्ट दर्तालाई खारेज गरियो । वास्तवमा नीममा हुने औषधिको गुण भारतलगायत नेपालमा पनि परम्परागत रुपमा रहँदै आएको प्रमाणित भएकै कारण सो दर्ता खारेज भएको हो । त्यस्तै अमेरिकी पेटेण्ट कार्यालयले पनि बेसारको औषधिको गुणको प्रयोगगरी सिर्जना गरिएको एक औषधिको आविष्कारलाई पेटेण्ट दर्ताको अनुमति दिएकोमा पुनः बेसारको सो गुणको बारेमा परम्परागत ज्ञान रहेको प्रमाणित भएपछि अमेरिकी पेटेण्ट कार्यालयले सो दर्ता खारेज गरेको हो ।

सूचना/ज्ञानको भण्डारण गर्न व्यवसायीहरूले आफ्नो सम्बन्धित व्यवसायिक संस्था संगठनमा जानकारी गराउन सक्दछन् । साथै व्यवसायीहरूले पेटेण्ट दर्ता गर्ने निकायमा समेत समाजमा रहेका त्यस्ता परम्परागत ज्ञानको विषयमा जानकारी गराउनु उपयुक्त हुन्छ ।

परम्परा तथा ऐतिहासिक कालदेखि समाजमा रहेको विभिन्न ज्ञान एवं सीपको प्रयोगगरी आविष्कार गरिएको विषय-वस्तुलाई पेटेण्ट अन्तर्गत सुरक्षा प्राप्त हुन सक्दैन । यस सन्दर्भमा पेटेण्ट दर्ता गर्न पेटेण्ट, डिजाइन तथा ट्रेडमार्क ऐन, २०२२ ले निम्न बमोजिमको आधारहरू संलग्न गरी निम्न बमोजिमको प्रक्रियाबाट निवेदन दिनु पर्ने व्यवस्था गरेको छ:

१. आविष्कार गरेको विषय-वस्तुको नाम
२. आविष्कार र आविष्कारसँग सम्बन्धित क्षेत्रको विश्लेषण
३. सो पेटेण्ट बनाउने सञ्चालन वा उपयोग गर्ने तरीका,
४. आविष्कारसँग सम्बन्धित कुनै खास सिद्धान्त वा सूत्र भएमा सो सिद्धान्त वा सूत्रको विश्लेषण
५. आविष्कारको चित्र, रेखाङ्कन वा नक्सामा प्रस्तुति
६. पेटेण्टको संरक्षण प्राप्त गर्न माग गरिएको विषय वस्तुको विश्लेषण

पेटेण्ट, डिजाइन तथा ट्रेडमार्क ऐन, २०२२ को दफा ४, ५, ६, ७ मा पेटेण्ट दर्ता सम्बन्धी व्यवस्था गरिएको छ ।





२. कानूनी व्यवस्था

२.१. विश्व व्यापार संगठन अन्तर्गतको व्यापारसँग सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्ति सम्बन्धि सम्झौता (TRIPS Agreement)

माथि उल्लेखित सन्धिवाहेक विश्व व्यापार संगठन अन्तर्गतको व्यापारसँग सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी सम्झौता (TRIPS Agreement) ले समेत नेपालमा बौद्धिक सम्पत्तिको संरक्षण गर्न कानूनी आधार तयार पारेको छ। सो सम्झौताका केही मुख्य व्यवस्थाहरु निम्नवमोजिम चर्चा गरिएको छः

२.१.१. अति सौविध्यप्राप्त मुलुकसम्बन्धी नियम (Most Favoured Nation Rule)

विश्व व्यापार संगठन अन्तर्गत व्यापारसँग सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारसम्बन्धी सम्झौताले

बौद्धिक सम्पत्तिको कानून लागु गर्दा हरेक सदस्यले अति सौविध्यप्राप्त मुलुक (Most Favoured Nation-MFN) को सिद्धान्त पालना गर्नुपर्दछ। अति सौ विध्यप्राप्त मुलुकको सिद्धान्तले एउटा सदस्यले बौद्धिक सम्पत्तिको कानूनको प्रयोगमा अरु सदस्यहरु बीच भेदभाव गर्न प्रतिबन्धित गरेको हुन्छ। तसर्थ एउटा सदस्यको सम्बन्धमा बौद्धिक सम्पत्ति संरक्षण गर्दा प्रदान गरिने सहूलियत वा सुविधा अरु सदस्यलाई समेत प्रदान गर्न अति सौविध्यप्राप्त मुलुकको नियमले निर्देश गर्दछ।

उदाहरणको लागि यदि भारतले चीनका व्यवसायीको ट्रेडमार्क दर्ता गर्दा कुनै कानूनी प्रक्रिया पुरा गर्न छुट प्रदान गरेमा सो छुट नेपाललगायत अरु सदस्य राष्ट्रका व्यवसायीको ट्रेडमार्क दर्ता गर्ने क्रममा समेत प्रदान गर्नु पर्दछ।

नेपाल कानूनले संरक्षण प्रदान गरेका बौद्धिक अधिकार	नेपाल कानूनले हाललाई संरक्षण प्रदान नगरेका बौद्धिक अधिकार
प्रतिलिपि अधिकार (Copyright)	व्यापारिक गोपनीयता (Trade Secret)
पेटेण्ट ९एबतभलत०	एकीकृत ढाँचा (Integrated Circuit)
औद्योगिक ढाँचा (Industrial Design)	भौगोलिक संकेत (Geographical Indication)
व्यापार चिन्ह तथा नाम (Trademark)	

	बौद्धिक अधिकारको प्रकृति	संरक्षणको अवधि	दस्तुर	दर्ता	सम्बन्धित कार्यालय
प्रतिलिपि अधिकार	साहित्य, कला, ज्ञान-विज्ञान र अन्य क्षेत्रमा मौलिक एवं बौद्धिक रुपले प्रस्तुत गरिएका रचना	रचयिताको जीवनभर र निजको मृत्यु भएको पचास वर्षसम्म संरक्षित हुन्छ		अनिवार्य हुदैन	प्रतिलिपि अधिकार र जिष्टारको कार्यालय स्थानीय प्रहरी कार्यालय
ट्रेडमार्क	व्यक्तिगत नाम, अक्षर, अङ्क, ण्गचवतष्वभ भम्भिलत, एवं र डहरुको समिश्रण	दर्ता भएको मितिले सात वर्षसम्म	दरखास्त दस्तुर रु १००० दर्ता दस्तुर रु ५००० नवीकरण दस्तुर रु ५००	अनिवार्य हुन्छ	उद्योग विभाग
डिजाइन	नवीन तथा मौलिक आकृति, वनौट, प्रतिमा वा अलंकरणको विशेषता वा लक्षण	दर्ता भएको मितिले पाँच वर्षसम्म	दरखास्त दस्तुर रु १००० दर्ता दस्तुर रु ७००० नवीकरण दस्तुर रु १००० (दोस्रो पल्ट रु २०००)	अनिवार्य हुन्छ	उद्योग विभाग
पेटेण्ट	विज्ञान र प्रविधिको क्षेत्रमा गरिएको नवीन अन्वेषण एवं आविष्कारको वैज्ञानिक उपलब्धि	दर्ता भएको मितिले सात वर्षसम्म	दरखास्त दस्तुर रु २००० दर्ता दस्तुर रु १०००० नवीकरण दस्तुर रु ५००० (दोस्रो पल्ट रु ७५००)	अनिवार्य हुन्छ	उद्योग विभाग

२.१.२. राष्ट्रिय व्यवहारको नियम (National Treatment Rule)

राष्ट्रिय व्यवहारको नियम पनि भेदभावरहितताको एउटा नियम हो । विश्व व्यापार संगठनअन्तर्गत व्यापारसँग सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारसम्बन्धी सम्झौताले बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारसम्बन्धी कानून लागु गर्दा सदस्य राष्ट्रले राष्ट्रिय व्यवहारको सिद्धान्त पालना गर्नुपर्ने दायित्व हुन्छ । राष्ट्रिय व्यवहारको नियमले बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी कानूनको प्रयोगमा आफ्नो देशका व्यवसायी र विश्व व्यापार संगठनका अन्य सदस्य देशका व्यवसायीबीच भेदभाव गर्न प्रतिबन्ध गर्दछ । उदाहरणको लागि,संयुक्त राज्य अमेरिकाले आफ्ना व्यवसायीको

निम्ति बौद्धिक सम्पत्ति दर्ता गर्ने विधि सरल कायम गरेमा सो सरल विधि नेपाली व्यवसायीको लागि समेत लागु हुनुपर्दछ ।

२.१.३. न्यूनतम सुरक्षाको सिद्धान्त (Minimun Standard of Protection)

विश्व व्यापार संगठनअन्तर्गत व्यापारसँग सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकार सम्बन्धी सम्झौताले व्यवस्था गरेको बौद्धिक सम्पत्तिको संरक्षण न्यूनतम सुरक्षाको सिद्धान्तवाट निर्देशित छ । अर्थात् सो सम्झौताले बौद्धिक सम्पत्तिको केवल न्यूनतम सुरक्षाको व्यवस्था गरेको छ । सम्झौताले सबै राष्ट्रहरुलाई समेट्न बौद्धिक सम्पत्तिको संरक्षण गर्ने प्रावधानलाई



जति सक्दो बढी लचकता प्रदान गरेको छ । न्यूनतम सुरक्षाको सिद्धान्त अनुसार व्यापारसँग सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकार सम्बन्धित सम्झौताले सदस्यलाई केवल न्यूनतम रुपमा बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकार संरक्षण गर्न बाध्य गरे को छ । तथापि यस सिद्धान्त अनुसार सदस्यहरु थप कडा बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारसम्बन्धी नियम लागु गर्न भने स्वतन्त्र रहेको छन् ।

२.१.४. बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकार लागु गर्ने प्रक्रियाको स्वतन्त्रताको सिद्धान्त

विश्व व्यापार संगठनअन्तर्गत व्यापारसँग सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारसम्बन्धी सम्झौता अनुसार सबै सदस्यहरु सो सम्झौतामा व्यवस्था भएका बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकार कार्यान्वयन गराउने प्रक्रिया निर्धारण गर्न स्वतन्त्र हुन्छन् । सो सम्झौताले केवल सुरक्षा गर्नुपर्ने बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारकोसारभूतनियमकोन्यूनतमव्यवस्थामात्रगरेकोछ।त्यस्ता बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारलाई व्यवहारमा लागु गर्ने प्रक्रिया भने प्रत्येक सदस्यलाई आफैँ निर्धारण गर्ने अधिकार प्रदान गरेको छ ।

२.१.५. बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारको समाप्ति (Exhaustion of Intellectual Property Rights) को सिद्धान्त

विश्व व्यापार संगठनअन्तर्गत व्यापारसँग सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारसम्बन्धी सम्झौता अनुसार कुनै बौद्धिक सम्पत्तिको धनीको स्वीकृतिवाट सो धनीको बौद्धिक सम्पत्ति प्रयोग भएको कुनै वस्तु बजारमा ल्याएपछि सो धनीले बजारमा ल्याइएको वस्तुमाथि एकाधिकारको माग वा अधिकार प्राप्त

गर्न सक्दैन । अर्थात् कुनै व्यक्तिले आफ्नो ट्रेडमार्क प्रयोग गर्न कसैलाई अनुमति दिएपछि अनुमति अनुसार ट्रेडमार्क प्रयोगगरी कुनै वस्तु बजारमा आएमा सो ट्रेडमार्कको धनीले त्यस्तो वस्तुमाथि एकाधिकार प्राप्त गर्दैनन् ।

२.१.६. अपवाद (Exceptions)

विश्व व्यापार संगठनअन्तर्गत व्यापारसँग सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारसम्बन्धी सम्झौता अनुसार सदस्यहरुलाई विशेष अवस्थाहरुमा सम्झौताका प्रावधान कार्यान्वयन नगर्न छुट प्रदान गरिएको छ । विशेषगरी सार्वजनिक हितको उद्देश्यका लागि बौद्धिक सम्पत्तिको संरक्षण नगर्न सक्ने व्यवस्था सो सम्झौताले गरेको छ । साथै आफ्नो बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारको दुरुपयोग गर्ने कार्यलाई समेत सम्झौताले प्रतिबन्ध गर्न सदस्यहरुलाई अनुमति दिएको छ । यसका अतिरिक्त अति कम विकसित राष्ट्रहरुलाई सो सम्झौताका प्रावधान कार्यान्वयन गर्न अरु राष्ट्रहरुभन्दा थप समय समेत प्रदान गरेको छ । यस व्यवस्था अनुसार नेपालजस्तो अति कम विकसित राष्ट्रहरुले सम्झौताको कार्यान्वयन गर्न कम्तीमा पनि सन् २०२१ सम्मको म्याद पाएका छन् ।

२.१.७. संरक्षण गरिएको बौद्धिक सम्पत्तिहरु

विश्व व्यापार संगठनअन्तर्गत व्यापारसँग सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारसम्बन्धी सम्झौताले प्रतिलिपि तथा सम्बन्धित अधिकार, ट्रेडमार्क, भौगोलिक संकेत, औद्योगिक डिजाइन, पेटेण्ट, इन्टिप्रेटेड सर्किटको प्रस्तुतिपूर्ण ढाँचा, व्यवसायिक गोप्य सूचनालाई संरक्षण प्रदान गरेको छ ।



३. महलाई विश्व बजारमा थप प्रतिस्पर्धी बनाउन प्रयोग गर्न सकिने बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारहरु एवं त्यस्तो अधिकार प्राप्तिको विधिहरु

३.१. पृष्ठभूमि

लघु-उद्यम विकास कार्यक्रम अनुसार नेपालमा वार्षिक करीब १०,००० टन मह उत्पादन हुने गर्दछ। साउथ एसिया वाच अन ट्रेड, इकोनोमिक्स एण्ड एन्भायरोन्मेन्ट (सावती) ले गरेको अर्को एक अध्ययन अनुसार नेपालमा सन् २०११/१२ मा १५०० मेट्रिक टन मह उत्पादन भएको थियो। नेपालको विशेष मौसम तथा भौगोलिक एवं पर्यावरणीय अवस्थाको कारणबाट नेपाली महले विश्व बजारमा छुट्टै पहिचान र माग श्रृजना गर्न सफल भएको छ। तथापि नेपाली महको अन्तराष्ट्रिय बजार

साँघुरो हुँदै गएको छ। सन् २०११ मा नेपालले कुल ३३,४४२ किलो मह निर्यात गरेकोमा सन् २०१२ मा जम्मा ८,००१ किलो मह निर्यात गरेको थियो।^२ लघु-प्रतिष्ठान विकास कार्यक्रम अनुसार महको गुणस्तर, प्रतिस्पर्धा, सानो अनुपातमा उत्पादन, व्यापारका अन्य स्रोत साधनको कमीको कारणबाट महको निर्यातमा सन् २००३-२००४ देखि क्रमशः कमी आउँदै गएको छ।

Nepal Trade Integration Strategy (NTIS) ले तोकेका विभिन्न वस्तु र सेवाहरू मध्ये महको निर्यातको अवसर ज्यादै उत्साहनक रहेको छ। महको प्रचुर

^२ स्रोत: व्यापार तथा निकासी प्रवर्द्धन केन्द्र, वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, नेपाल सरकार

उत्पादनको सम्भावनाका साथै मह उत्पादन हुने स्थान एवं उत्पादनमा प्रयोग हुने विशेष ज्ञान र सीपको कारणबाट समेत महले आफ्नो छुट्टै नवीन प्रकृति एवं गुण प्राप्त गरेको छ । तर, NTIS ले उल्लेख गरेजस्तै महले हालसम्म अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा उल्लेख्य सफलता नपाउनुको कारण यसको मौलिकतालाई आधिकारिक रुपमा संरक्षण गर्न नसक्नु हो ।

त्यसैले NTIS ले नेपाली महलाई थप प्रतिस्पर्धी बनाउन सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारको संरक्षणलाई समेत जोड दिएको छ । NTIS अनुसार, वातावरणीय एवं वनस्पतीय कारणहरुबाट नेपाली महलाई निर्यात बजारमा बढी प्रतिस्पर्धी बनाउन सहयोग मिल्ने देखिन्छ । तसर्थ नेपाली महको विशेष गुणको पहिचान संरक्षण गर्न पर्ने आवश्यकता देखिन्छ ।

यसप्रकार अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा नेपाली वस्तुहरुको नक्कल हुनुमा निर्यातजन्य वस्तुको आधिकारिक संरक्षणको अभाव तथा बौद्धिक सम्पत्तिको प्रभावकारी प्रयोग नहुनु रहेको छ । यस सन्दर्भमा त्यस्ता वस्तुहरुलाई निर्यात बजारमा थप प्रतिस्पर्धी बनाउन बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारको प्रभावकारी उपयोग गर्न उपयुक्त हुन्छ । यही प्रयोजनको निम्ति महसँग सम्बन्धित बौद्धिक अधिकारको परिचय एवं सम्बन्धित बौद्धिक अधिकारको सुरक्षाको लागि आवश्यक कार्यविधिको परिचय यस पुस्तिकामा प्रस्तुत गरिएको छ ।

महको गुण, महलाई बजारमा ल्याउँदाको प्रस्तुतिको सन्दर्भमा बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकार सान्दर्भिक हुन्छ । नेपाली महको गुणको परिचयलाई संरक्षण गर्न मह व्यवसायीले भौगोलिक संकेतको संरक्षण प्राप्त गर्न सक्दछन् । त्यस्तै महलाई बजार मा ल्याउँदाको प्रस्तुतिको संरक्षण प्रदानगरी नेपाली महको छुट्टै पहिचान स्थापित गर्न ट्रेडमार्क एवं डिजाइनको सहयता लिन सकिन्छ ।

त्यसका अतिरिक्त महको प्रयोगबाट हुनसक्ने कुनै वस्तु वा प्रक्रियाको आविष्कारलाई पटेण्टको संरक्षण प्रदानगरी मह व्यवसायीले स्वतन्त्र रुपमा आफ्नो व्यवसाय संचालन गर्न कठिन हुने अवस्थालाई रोक्न बौद्धिक सम्पत्तिको रुपमा महसँग सम्बन्धित परम्परागत ज्ञानको प्रयोग गर्न सकिन्छ । यस सन्दर्भमा नेपाली उत्पादकले महको प्रवर्द्धनको लागि प्रयोगमा ल्याउनसक्ने बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारहरु निम्न बमोजिम छलफल गरिएको छ ।

३.२. ट्रेडमार्क

परिच्छेद १ मा छलफल गरे जस्तै, ट्रेडमार्कले कुनै प्रतिष्ठानको वस्तु वा सेवालाई अर्को प्रतिष्ठानको वस्तु वा सेवाबाट फरक देखाउन मद्दत पुर्‍याउँदछ । उपभोक्तालाई एउटा महको उत्पादकबाट अर्को उत्पादक छुट्‍याउन ट्रेडमार्कले सहयोग गर्दछ । यसरी एउटा उत्पादकले आफ्नो उत्पादनलाई अर्काको उत्पादनभन्दा फरक पारेर राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा थप प्रतिस्पर्धी बनाउन सक्दछन् । विशेषगरी गुणस्तरीय उत्पादन गर्ने उत्पादकले बजारमा आफ्नो उत्पादनको छुट्टै पहिचान स्थापना गर्न समेत ट्रेडमार्कको प्रयोग गर्न सक्दछन् ।

कुनै एउटा ट्रेडमार्कअन्तर्गत बजारमा आपूर्ति भइरहेको महजस्तै देखिने अर्को ट्रेडमार्क प्रयोगगरी अर्कै उत्पादकले आफ्नो उत्पादन बजारमा आपूर्ति गरेमा पहिलो उत्पादकको व्यापारमा नकरात्मक असर पुर्‍याउन सक्दछ । विशेषगरी नेपाली महलाई अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा नेपाली महजस्तो देखिनेगरी अन्य ठाँउको उत्पादन आएमा नकरात्मक असर पुग्नु स्वाभाविक समेत हो । तसर्थ ट्रेडमार्कको उपयुक्त प्रयोगबाट नेपाली महले अन्तर्राष्ट्रिय वा राष्ट्रिय बजारमा आफ्नो छुट्टै पहिचान कायमगरी आफ्नो गुणस्तर र प्रकृतिको आधारबाट प्रतिस्पर्धा गर्न सक्दछन् ।

ट्रेडमार्कको संरक्षण गर्न आवश्यक अवस्था तथा विधि

ट्रेडमार्क दृश्यावलोकनयुक्त चिन्ह हुनुपर्दछ ।

ट्रेडमार्क विशिष्ट चिन्ह हुनुपर्दछ ।

ट्रेडमार्कलाई रेखाचित्रद्वारा प्रतिनिधित्व गरिएको वा वस्तु वा सेवामा उपयोग गर्दा सतहमा उपयोग गर्न सकिन प्रकृतिको हुनुपर्दछ ।

ट्रेडमार्क व्यवसायिक वस्तु वा सेवामा उपयोग गरिएको हुनुपर्दछ ।

नेपाली मह उत्पादकले ट्रेडमार्कको संरक्षण प्राप्त गर्न अनुसुची १ बमोजिमको निवेदन उद्योग विभाग, त्रिपुरेश्वरमा दायर गर्नुपर्ने हुन्छ । निवेदन दर्ता भएपछि निम्न बमोजिमको अवस्थामा उद्यो ग विभागले ट्रेडमार्क दर्ता गर्दछ ।

क. दर्ता गर्न ल्याएको चिन्ह दृश्यावलोकनयुक्त चिन्ह हुनुपर्दछ ।

ख. चिन्ह विशिष्ट हुनुपर्दछ ।

ग. चिन्हको विशिष्टता स्वाभाविक वा प्रयोगको कारणबाट भएको हुनुपर्दछ ।

घ. चिन्हलाई रेखाचित्रद्वारा प्रतिनिधित्व गरिएको हुनुपर्दछ ।

ङ. रेखाचित्रद्वारा प्रतिनिधित्व गरिएको सो चिन्ह वस्तु वा सेवाको सतहमा उपयोग गरिनसक्ने हुनुपर्दछ ।

च. ट्रेडमार्क व्यवसायिक वस्तुमा उपयोग गरिएको हुनुपर्दछ ।

छ. ट्रेडमार्कबाट कुनै व्यक्ति वा संस्थाको प्रतिष्ठामा धक्का पर्ने वा सर्वसाधारण जनताको सदाचार वा नैतिकता वा राष्ट्रिय हितमा नराम्रो असर पर्ने अवस्था हुनु हुदैन ।

उद्योग विभागमा दर्ता भएको ट्रेडमार्कको निवेदनलाई पेटेण्ट, डिजाइन तथा ट्रेडमार्क ऐन, २०२२ अनुसार अध्ययन गरी उद्योग विभागले सम्बन्धित व्यक्तिलाई ट्रेडमार्कको प्रमाणपत्र प्रदान गर्दछ । यसरी प्राप्त गरिएको ट्रेडमार्कको संरक्षण दर्ता भएको मितिबाट सात वर्षसम्म प्राप्त हुनेछ । सात वर्षपछि सम्बन्धित ट्रेडमार्कको धनीले आफ्नो ट्रेडमार्कलाई क्रमशः सात-सात वर्षको पटक कायम गरी नवीकरण गर्दै लैजान सक्दछन् । ट्रेडमार्क नवीकरणको निमित्त आवश्यक दरखास्तको ढाँचा अनुसुची २ मा दिइएको छ ।

पेटेण्ट डिजायन र ट्रेडमार्क ऐन, २०२२

दफा १८(ग): ट्रेडमार्क दर्ता भएको मितिले एक वर्षसम्ममा प्रयोगमा नल्याएमा विभागले आवश्यक जाँचबुभ्ग गरी त्यस्तो ट्रेडमार्क दर्ता खारेज गर्न सक्नेछ

ट्रेडमार्कको अवधि: ऐन बमोजिम नवीकरण गरिएको अवस्थामा बाहेक ट्रेडमार्कमा दर्ता भएको मितिले सात वर्षसम्म ट्रेडमार्कवालाको हक कायम हुनेछ ।

गैर कानूनी तवरले ट्रेडमार्क प्रयोग गरेमा हुने सजाय : कुनै व्यक्तिको नाममा दर्ता भएको ट्रेडमार्क अरु कसैले नक्कल वा आफ्नो नाममा नामसारी नगराई वा प्रयोगको निमित्त लिखित रुपमा अनुमति नलिई आफ्नो वा अरुको नामवाट प्रयोग गरेमा विभागको आदेशले कसूरको मात्रा अनुसार एक लाख रूपैयाँसम्म जरिवाना हुन सक्नेछ र सो कसूरसंग सम्बन्धित सबै मालसामान जफत हुनेछ ।

सामुहिक चिन्ह (Collective Mark)

ट्रेडमार्कको संरक्षण प्राप्त गर्न हरेक मह उत्पादकले आफ्नो ट्रेडमार्क उद्योग विभागमा दर्ता गर्नु पर्ने हुन्छ । साथै विदेशमा नेपाली महसँग सम्बन्धित ट्रेडमार्क निर्यात गर्न चाहेका देशहरुमा पनि छुट्टा-छुट्टै दर्ता गर्नपर्ने हुन्छ । अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा संरक्षण प्राप्त गर्न हरेक उत्पादकले छुट्टा-छुट्टै ट्रेडमार्क दर्ता गर्न आर्थिक एवं व्यवहारिक रुपमा कठिन हुन्छ । यस सन्दर्भमा ट्रेडमार्कलाई सामुहिक चिन्ह (Collective Mark) को रुपमा दर्ता गरिँदा आर्थिक एवं व्यवहारिक रुपमा बढी उपयुक्त हुन्छ ।

सामुहिक चिन्ह (Collective Mark) भनेको कुनै वस्तु वा सेवा उत्पादन वा वितरण गर्ने व्यक्ति वा प्रतिष्ठानहरुले आ-आफ्नो छुट्टै ट्रेडमार्कको सट्टा सामुहिक पहिचानको निम्ति दर्ता गर्ने चिन्ह हो । अर्थात् कुनै एक वस्तुको ट्रेडमार्क नभएर सामुहिक चिन्हले उस्तै वस्तुहरुको सामुहिक पहिचान प्रदान गर्दछ । उदाहरणको लागि नेपाली मह उत्पादकहरुले सामुहिक रुपमा आफ्नो उत्पादनको पहिचान हुनेगरी चिन्ह प्राप्त गर्न सामुहिक चिन्ह दर्ता गर्न सक्दछन् । सामुहिक चिन्ह प्राप्त गरेपछि सो सामुहिक चिन्हअन्तर्गत रहने सबै वस्तुहरुलाई ट्रेडमार्क संरक्षण गरे जस्तै संरक्षण प्राप्त हुन्छ । एकल ट्रेडमार्कजस्तै सामुहिक चिन्ह प्राप्त गर्न समेत उद्योग विभागमा निवेदन दिनुपर्ने हुन्छ ।

एकल ट्रेडमार्क दर्ता गर्न आवश्यक निवेदन र ट्रेडमार्कको रेखाचित्रवाहेक सामुहिक चिन्ह दर्ताको निमित्त उत्पादक वा वितरकहरुको सामुहिक प्रतिनिधित्व गर्ने संस्थाले आफ्नो संस्थाको विधानसहित निवेदन दिनु पर्दछ । नेपालमा जस्तै विदेशमा पनि छुट्टै सामुहिक चिन्ह (Collective Mark) दर्ता गर्नपर्ने भएमा जुन जुन देशमा संरक्षण प्राप्त गर्न चाहेको हो, ती प्रत्येक देशमा दर्ता गराउनु पर्दछ । त्यस्तो दर्ता प्रक्रिया सम्बन्धित देशको कानूनले निर्दिष्ट गरेबमोजिम हुन्छ।

ट्रेडमार्कको गैरकानूनी प्रयोग

ट्रेडमार्क वा सामुहिक चिन्हको प्रयोग गर्नको मुख्य उद्देश्य आफ्नो वस्तु वा सेवालाई छुट्टै पहिचान प्रदान गर्न हो । तसर्थ कसैले आफ्नो वस्तुमा अर्काको ट्रेडमार्क प्रयोग गरेमा वा अर्काको ट्रेडमार्कसँग मिल्दो-जुल्दो ट्रेडमार्क प्रयोग गरेमा वस्तु वा सेवाहरुले बजारमा आफ्नो छुट्टै पहिचान कायम गर्न सक्दैनन् । जस्तै: नेपाली महले प्रयोग गर्ने ट्रेडमार्क गैरनेपाली उत्पादनमा प्रयोग गरिएमा नेपाली उत्पादन भएको कारणबाट

प्राप्त हुने व्यवसायिक पहिचान र थप प्रतिस्पर्धी क्षमता नेपाली उत्पादनले प्राप्त गर्न सक्दैन । यसरी नेपाली महको नाममा गैरनेपाली महले बजारमा व्यवसाय गर्नसक्ने स्थिति निर्माण हुन सक्दछ । त्यसैले ट्रेडमार्कको अनधिकृत प्रयोग वा उपभोक्तालाई भ्रम पार्नसक्ने ट्रेडमार्कको प्रयोगलाई कानूनले निषेध गरेको छ ।
पेटेण्ट, डिजाइन तथा ट्रेडमार्क ऐन, २०२२ ले ट्रेडमार्कको अनधिकृत प्रयोग वा मिल्दो-जुल्दो चिन्ह प्रयोग गर्ने कार्यलाई निप्तेज गर्न सजायको व्यवस्था गरेको छ । साथै सो ऐनले ट्रेडमार्कको अनधिकृत प्रयोगबाट हुने क्षतिको पूर्तिको लागि समेत व्यवस्था गरेको छ ।

पेटेण्ट, डिजाइन तथा ट्रेडमार्क ऐन, २०२२ अन्तर्गत ट्रेडमार्कको अनधिकृत प्रयोग वा गैरकानूनी प्रयोग गरेको विषयमा उजुरी अनुसुची ३ अनुसार दिन सकिन्छ ।

३.३. औद्योगिक ढाँचा (डिजाइन)

ट्रेडमार्कजस्तै आफ्नो वस्तुलाई अरु उत्पादकका वस्तुसँग प्रतिस्पर्धी बनाउनका लागि उपभोक्ताको ध्यानाकर्षण गर्ने हेतुले औद्योगिक ढाँचाको प्रयोग गरिन्छ । विशेषतः नवीन एवं मौलिक आकृति, बनौट, प्रतिमा वा अलंकरणको रुपमा औद्योगिक ढाँचा रहन्छ । तसर्थ महको स्थानीय एवं अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा औद्योगिक ढाँचाले नेपालको महलाई थप प्रतिस्पर्धी एवं भिन्न पहिचान प्रदान गर्न महत्वपूर्ण भूमिका खेल्न सक्दछ । ट्रेडमार्कजस्तै मह विक्री-वितरण गर्दाको अवस्थामा प्रयोग गरिने भाँडाको (शिशी, बट्टा) आकृति वा बनौटलाई नवीन एवं मौलिक रुपमा प्रस्तुतगरी औद्योगिक ढाँचाको प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

तसर्थ मह उत्पादकले आफ्नो उत्पादनलाई नवीन एवं मौलिक बनौटको भाँडामा विक्री-वितरण गर्दा बौद्धिक सम्पत्ति अन्तर्गत औद्योगिक ढाँचाको संरक्षण प्राप्त हुन्छ । यसरी औद्योगिक ढाँचाको संरक्षण प्राप्त गर्न निम्न बमोजिमका आधार तथा प्रक्रियाहरु आवश्यक पर्दछन्:

क. दर्ता हुने औद्योगिक ढाँचा नवीन एवं मौलिक हुनुपर्दछ ।

ख. तयार गरिएका औद्योगिक ढाँचालाई आँखाले हेरेर मूल्याङ्कन गर्न सकिने हुनुपर्दछ ।

ग. तयार गरिएका औद्योगिक ढाँचाले सदाचार वा नैतिकताको

विपरित सन्देश प्रवाह गरेको हुनु हुदैन । साथै सो औद्योगिक ढाँचाले राष्ट्रिय हितलाई प्रतिकुल असर नपर्ने वा सो ढाँचा पहिले नै अरुले दर्ता नगरेको हुनुपर्दछ ।

माथि उल्लेखित आधारहरु रहेको अवस्थामा आफ्नो औद्योगिक ढाँचा दर्ता गराउन इच्छुक व्यक्तिले आफ्नो औद्योगिक ढाँचाको विवरणसहितको नक्शा तथा रेखाङ्कन र चार प्रति नमुना अनुसुची ३ बमोजिमको ढाँचामा तयार पारी उद्योग विभागमा निवेदन दिनुपर्दछ । यसरी प्राप्त गरिएको औद्योगिक ढाँचाको संरक्षण दर्ता भएको मितिबाट ५ वर्षसम्म प्राप्त हुनेछ । ५ वर्ष पछिको हकमा सम्बन्धित औद्योगिक ढाँचाको धनीले आफ्नो औद्योगिक ढाँचालाई नवीकरण गर्दै लान सक्दछन् । औद्योगिक ढाँचा नवीकरणको निमित्त आवश्यक दरखास्तको ढाँचा अनुसुची ४ मा दिइएको छ ।

पेटेण्ट डिजायन र ट्रेडमार्क ऐन, २०२२

“डिजाइन” भन्नाले कुनै प्रकारले तयार गरी बनाइएको वस्तुको छाँट रूप वा आकार सम्भक्तु पर्छ ।

डिजाइनमा दर्ता भएको मितिले पाँच वर्षसम्म डिजाइनवालाको हक कायम हुनेछ ।

३.४. भौगोलिक संकेत

समग्र नेपाल वा नेपालको कुनै खास स्थानमा उत्पादन भएको महको गुणस्तर तथा प्रकृति स्थानीय वातावरण तथा भौगोलिक अवस्थासँग सम्बन्धित हुन सक्दछ । तसर्थ नेपाल वा नेपालको कुनै खास ठाँउमा उत्पादन भएको महलाई स्थानीय वा अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा थप प्रतिस्पर्धी बनाउन सो महलाई भौगोलिक सम्बन्धको आधारमा प्रचार गर्न वा विक्री-वितरण गर्न सकिन्छ । यसरी नेपाली भौगोलिक सम्बन्धको आधारमा नेपाली महलाई विक्री-वितरण गर्दा भौगोलिक संकेतले संरक्षण गर्न सक्दछ ।

परिच्छेद १ मा छलफल गरेजस्तै विश्व व्यापार संगठन अन्तर्गतको व्यापारसँग सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारसम्बन्धी सम्भौताले भौगोलिक सम्बन्धको कारणबाट कुनै वस्तुको गुणस्तर, ख्याति वा अन्य विशेषताहरु पहिचान गर्न भौगोलिक संकेतलाई बौद्धिक अधिकारको रुपमा प्रयोग गर्न सकिने प्रबन्ध गरेको छ । यद्यपि नेपालको कानूनमा अभै पनि भौगोलिक

प्रतिलिपि अधिकार ऐन, २०५९

७ आर्थिक अधिकार: देहाय बमोजिमको कार्य गर्न पाउने अधिकार रचयिता वा प्रतिलिपि अधिकारको धनीलाई मात्र हुनेछ :-

(क) रचनाको पुनरुत्पादन गर्ने,

(ख) रचनाको अनुवाद गर्ने,

(ग) रचनाको परिमार्जन वा संशोधन गर्ने,

(घ) संयोजनलगायत रचनाको अन्य रुपान्तरण गर्ने,

(ङ) रचनाको मूल र प्रतिलिपि सर्वसाधारणको लागि विक्री-वितरण वा बहालमा दिने,

(च) श्रव्य दृश्य रचना, ध्वनिअङ्कन समाविष्ट रचना, कम्प्युटर कार्यक्रम, तथ्याङ्कमा आधारित वा ग्राफ स्वरुपमा रहेको साङ्गीतिक रचनाको आफूलाई प्राप्त अधिकार हस्तान्तरण गर्ने वा बहालमा दिने,

(छ) रचनाको प्रतिलिपि आयात गर्ने,

(ज) मूल रचना वा सो रचनाको प्रतिलिपिको सार्वजनिक प्रदर्शन गर्ने,

(झ) रचनाको प्रस्तुति गर्ने,

(ञ) रचनाको प्रसारण गर्ने,

(ट) रचनाको सार्वजनिक सञ्चार गर्ने ।

८. नैतिक अधिकार: (१) कुनै रचनामा रचयिताको आर्थिक अधिकारनिहित रहे वा नरहेको जेसुकै भए तापनि त्यस्तो रचयितालाई देहाय बमोजिमको नैतिक अधिकार प्राप्त हुनेछ :-

(क) आफ्नो रचनाका प्रतिहरुमा वा आफ्नो रचना सार्वजनिक रुपमा प्रयोग गरिएमा त्यस्तो रचनामा आफ्नो नाम उल्लेख गर्न लगाउने,

(ख) आफ्नो रचनामा वास्तविक नाम उल्लेख नगरी छद्म नाम उल्लेख गरिएको भएमा त्यस्तो रचनाको सार्वजनिक रुपमा प्रयोग गर्दा त्यस्तो छद्म नाम उल्लेख गर्न लगाउने,

(ग) आफ्नो रचनालाई वङ्ग्याई वा विकृत रुपमा प्रस्तुत गरी निजले आर्जन गरेको सम्मान वा ख्यातिलाई गिराउने जस्ता कार्य रोक्ने,

(घ) आफ्नो रचनामा आवश्यक संशोधन वा परिमार्जन गर्ने ।

३.१. साहित्यिक अधिकार

संकेतको संरक्षणको व्यवस्था नरहेकोले नेपालमा अभै भौगोलिक संकेतको संरक्षण प्राप्त गरिने अवस्था हुन सकेको छैन ।

३.२. साहित्यिक अधिकार

प्रतिलिपि अधिकार अन्तर्गत लेख, कला, संगीत, ध्वनी रेकर्डिङ्ग, चलचित्र, प्रसारण आदिको संरक्षण गर्न सकिन्छ । यस सन्दर्भमा महको विज्ञापन/प्रचार गर्न उत्पादकले प्रयोग गर्ने व्यापारिक सन्देश, नारा आदिलाई पनि प्रतिलिपि अधिकारअन्तर्गत संरक्षण गर्न सकिन्छ ।

कुनै रचनाकारले प्रतिलिपि अधिकार प्राप्त गर्न निम्न बमोजिमका आधार पुरा गर्नु पर्ने हुन्छ:

क. रचनाकारको रचना कुनै लेख, कला, संगीत, ध्वनि रेकर्डिङ्ग, चलचित्र, प्रसारण आदिको रुपमा हुनुपर्दछ ।

ख. सो रचनाको सिर्जना गर्दा रचनाकारले आफ्नै कला, श्रम र सीपको अभ्यास गरेको हुनुपर्दछ ।

प्रतिलिपि अधिकार ऐन, २०५९ का अनुसार प्रतिलिपि अधिकार प्राप्त गर्न आफ्नो रचनालाई दर्ता गर्नु जरुरी हुँदैन । यद्यपि आफ्नो रचनालाई दर्ता गर्न इच्छुक रचनाकारले अनुसुची ६ मा दिइएको ढाँचामा आफ्नो रचनालाई दर्ता गर्न निवेदन दिन सक्दछन् । यसरी प्रतिलिपि अधिकारको संरक्षणको हेतुले आफ्नो रचनालाई दर्ता गराउन प्रतिलिपि अधिकार रजिष्ट्रारको कार्यालयमा निवेदन दिन सकिन्छ ।



४. चाँदीका गहनालाई विश्व बजारमा थप प्रतिस्पर्धी बनाउन प्रयोग गर्न सकिने बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारहरु एवं त्यस्तो अधिकार प्राप्तिको विधिहरु

४.१. पृष्ठभूमि

Nepal Trade Integration Strategy ले नेपालमा चाँदीका गहनाको उत्पादन क्षमता करीब ५० मेट्रिक टन रहेको देखाएपनि हाल नेपालमा वार्षिक केवल १५ देखि २० मेट्रिक टनमात्र उत्पादन भइरहेको छ। यस्तै नेपाल व्यापार तथा निकासी प्रवर्धन केन्द्रका अनुसार सन् २०१३ मा नेपालले कुल १३,७०,००० अमेरिकी डलर मूल्य बराबरको चाँदीको गहना निर्यात गरेको थियो। उत्पादन भएको चाँदीको गहनाको केही अंश निर्यात भएपनि सन् २००९/२०१० मा कुल निर्यातको

केवल १ प्रतिशत जतिमात्र चाँदीको गहनाले ओगटेको देखिन्छ। यसरी नेपाली चाँदीको गहनाको कुल उत्पादनले अन्तर्राष्ट्रिय चाँदीको गहनाको बजारको करीब ०.१ - ०.२ प्रतिशत हिस्सा ओगटेको पाईन्छ।^३

अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा ज्यादै सानो अंश ओगटेको भएपनि नेपाली चाँदीका गहनाको छुट्टै पहिचान एवं माग रहेको छ। विशेषगरी नेपाली चाँदीको गहना हातबाट निर्माण हुने हुँदा यिनको भिन्न प्रकारको माग एवं पहिचान रहेको छ। तसर्थ चीन, थाइल्यान्ड, इटाली, भारतजस्ता प्रतिस्पर्धी देशहरुभन्दा नेपाली चाँदीका गहनामा रहेको

^३ SAWTEE. 2014. Exploring the Export Potential of Nepal's Silver Jewellery: Challenges and Opportunities. (Draft report).

<p>ललितपुर निवासी सुमनरत्न धाख्वाले चाँदीको गहना उत्पादन गर्ने तथा निर्यात गर्ने व्यवसाय एउटा सानोस्तरबाट संचालन गर्दै आउनुभएको छ । वहाँको मुख्य बजार जापान रहेको छ । शुरुमा वहाँले आफ्नो निर्यात “भालहल्ला” भन्ने नाम अन्तर्गत गर्न हुन्थ्यो । वहाँको चाँदीको गहनाले सो नाम अन्तर्गत जापानको बजारमा निकै नाम कमाइसकेको थियो । त्यसैले केही समय अगाडि वहाँले जापानमा सो नाम ट्रेडमार्कको रुपमा दर्ता गराउन खोज्नुभयो । तर त्यो बेला उक्त नाम पहिले नै दर्ता भइसकेको भेटियो र आफुले प्रयोग गर्दै आएको नाम प्रयोग गरी आफुले उत्पादन गरेका चाँदीका गहना निर्यात गर्नबाट बर्ज्यन हुनुभयो । यो घटनाबाट वहाँले ट्रेडमार्कको महत्व बुझ्नुभयो र त्यसपछि जापानमा “सुमन धाख्वा” नामको ट्रेडमार्क दर्ता गराउनुभयो । दर्ता गरेपछि अहिले वहाँ सो नयाँ ट्रेडमार्कअन्तर्गत चाँदीका गहना निर्यात गर्दै आउनुभएको छ । वहाँको चाँदीको गहना उच्च गुणस्तरको र विशेष डिजाइनको भएको कारण वहाँको उत्पादनको माग माग बढिरहेको छ । ग्राहकहरूले पनि वहाँको ट्रेडमार्क नै हेरेर किन्ने गरेका छन् ।</p>
<p>स्रोत: Sharma, Puspa and Niraj Shrestha. 2011. Silver Jewellery Exports from Nepal: Status and Way Forward. Kathmandu: SAWTEE. Available at: http://www.sawtee.org/Research_Reports/R2011-01.pdf (accessed on 15 April 2014)</p>

विशेष एवं छुट्टै प्रकारको पहिचानलाई विश्व बजारमा प्रवर्धन गरेको खण्डमा नेपाली चाँदीका गहनाले अन्तर्राष्ट्रिय बजार विस्तार गर्नसक्ने सम्भावना बढेर जाने देखिन्छ ।

सावतीले गरेको एक अध्ययनअनुसार नेपाली चाँदीका गहनाको अन्तर्राष्ट्रिय बजार विस्तारमा विभिन्न समस्याहरु रहेका छन् । अपर्याप्त कच्चा पदार्थ, गहनाको शुद्धता, उत्पादन शैली, निर्यात प्रकृत्यासँगै नेपाली डिजाइनको चोरी पनि एउटा मुख्य समस्याको रुपमा रहेको छ । त्यसैले नेपाली डिजाइनको चोरी हुने कार्यलाई रोक्ने एवं दण्डित गर्ने तथा नेपाली चाँदीका गहनाको पहिचानको सशक्त रुपले संरक्षण गर्ने कार्यले निर्यात प्रवर्धनलाई प्रत्यक्ष सघाउ पुर्याउने देखिन्छ । यस सन्दर्भमा नेपाली चाँदीको गहनाको पहिचान संरक्षण गरी तिनको अन्तर्राष्ट्रिय बजार विस्तार गर्न त्यस्ता उत्पादनमा बौद्धिक सम्पत्तिको उपयुक्त प्रयोग गर्न आवश्यक भएको छ ।

Nepal Trade Integration Strategy (NTIS) ले तोकेका विभिन्न वस्तु र सेवामध्ये चाँदीका गहनाको निर्यातको अवसर ज्यादै उत्साहनक रहेको छ । त्यस्ता गहनाको उत्पादन र तिनको उत्पादन गर्न आवश्यक विशेष ज्ञान र सीपको कारणबाट समेत चाँदीका गहनाले आफ्नो छुट्टै नवीन प्रकृति एवं गुण प्राप्त गरेको छ । वास्तवमा नेपाली चाँदीका गहना नेपाली समाजको छुट्टै परम्परा एवं सामाजिक जीवनसँग पनि सम्बन्धित रहेको छ । तर, NTIS ले उल्लेख गरेजस्तो नेपाली चाँदीका गहनाले हालसम्म अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा उल्लेख्य सफलता नपाउनुको कारण नेपाली चाँदीका गहनाको मौलिकतालाई आधिकारिक रुपमा संरक्षण गर्न नसक्नु रहेको छ । तसर्थ

NTIS ले नेपाली चाँदीका गहनालाई अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा थप प्रतिस्पर्धी बनाउन ती वस्तुमा सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकार संरक्षण गर्नुपर्ने कार्यलाई जोड दिएको छ । NTIS का अनुसार सांस्कृतिक एवं परम्परागत कारणबाट नेपाली चाँदीका गहनालाई निर्यात बजारमा बढी प्रतिस्पर्धी बनाउन सकिन्छ ।

यस सन्दर्भमा चाँदीको गहनाको मौलिकता संरक्षण गर्न NTIS ले ट्रेडमार्क तथा मौलिक कला र डिजाइनको संरक्षणलाई नेपाली चाँदीका गहना थप प्रतिस्पर्धी बनाउने रणनीतिको रुपमा अघि सारेको छ । NTIS ले नेपाली चाँदीका गहनालाई अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा नक्कल गर्ने प्रवृत्ति यसको अन्तर्राष्ट्रिय व्यापारको एउटा नकारात्मक असरको रुपमा समेत पहिचान गरेको छ । यसरी आधिकारिक संरक्षणको अभाव तथा अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा नेपाली वस्तुहरूको नक्कल हुनुको कारण बौद्धिक सम्पत्तिको प्रभावकारी प्रयोग नहुनु रहेको छ । यस सन्दर्भमा यी वस्तुहरूलाई निर्यात बजारमा थप प्रतिस्पर्धी बनाउन बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारको प्रभावकारी उपयोग गर्न उपयुक्त देखिन्छ । यही प्रयोजनको निम्ति यी वस्तुहरूसँग सम्बन्धित बौद्धिक अधिकारको परिचय एवं सम्बन्धित बौद्धिक अधिकारको सुरक्षाको लागि आवश्यक कार्यविधिको परिचय यस पुस्तिकामा प्रस्तुत गरिएको छ ।

चाँदीको गहनाको सन्दर्भमा तिनको प्रस्तुतिको संरक्षण गर्न विभिन्न बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारको प्रकारहरू सान्दर्भिक हुन्छन् । चाँदीको गहनालाई प्रस्तुत गर्ने ट्रेडमार्क एवं डिजाइनका साथै डिजाइन प्रस्तुत गरिने रेखाङ्कन, चित्र, फोटोलाई समेत प्रतिलिपि अधिकारको रुपमा संरक्षण गर्न सकिन्छ । नेपाली

उत्पादकले प्रयोगमा ल्याउनसक्ने बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारहरु निम्न बमोजिम छलफल गरिएको छ:

४.२. ट्रेडमार्क

परिच्छेद १ मा छलफल गरे जस्तै, ट्रेडमार्कले कुनै प्रतिष्ठानको वस्तु वा सेवालाई अर्को प्रतिष्ठानको वस्तु वा सेवाबाट फरक देखाउन मद्दत पुर्‍याउँदछ । उपभोक्तालाई एउटा चाँदीका गहनाको उत्पादकबाट अर्को उत्पादक छुट्‍याउन ट्रेडमार्कले सहयोग गर्दछ । यसरी एउटा उत्पादकले आफ्नो उत्पादनलाई अर्काको उत्पादनभन्दा फरक पारेर राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा थप प्रतिस्पर्धी बनाउन सक्दछन् । विशेषगरी गुणस्तरीय चाँदीका गहना उत्पादन गर्ने उत्पादकले बजारमा आफ्नो उत्पादनको छुट्टै पहिचान स्थापना गर्न समेत ट्रेडमार्कको प्रयोग गर्न सक्दछन् ।

कुनै एउटा ट्रेडमार्कअन्तर्गत बजारमा आपूर्ति भइरहेको चाँदीको गहनाजस्तै देखिने अर्को ट्रेडमार्क प्रयोगगरी अर्कै उत्पादकले आफ्नो उत्पादन बजारमा आपूर्ति गरेमा पहिलो उत्पादकको व्यापारमा नकरात्मक असर पुर्‍याउन सक्दछ । विशेषगरी नेपाली चाँदीका गहनालाई अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा नेपाली चाँदीका गहनाजस्तो देखिनेगरी अन्य ठाँउको उत्पादन आएमा नकरात्मक असर पुग्नु स्वाभाविक समेत हो । तसर्थ ट्रेडमार्कको उपयुक्त प्रयोगबाट नेपाली चाँदीका गहनाले अन्तर्राष्ट्रिय वा राष्ट्रिय बजारमा आफ्नो छुट्टै पहिचान कायमगरी आफ्नो गुणस्तर र प्रकृतिको आधारबाट प्रतिस्पर्धा गर्न सक्दछन् ।

ट्रेडमार्क दृश्यावलोकनयुक्त चिन्ह हुनुपर्दछ ।

ट्रेडमार्क विशिष्ट चिन्ह हुनुपर्दछ ।

ट्रेडमार्कलाई रेखाचित्रद्वारा प्रतिनिधित्व गरिएको वा वस्तु वा सेवामा उपयोग गर्दा सतहमा उपयोग गर्न सकिने प्रकृतिको हुनुपर्दछ ।

ट्रेडमार्क व्यवसायिक वस्तु वा सेवामा उपयोग गरिएको हुनुपर्दछ ।

ट्रेडमार्कको संरक्षण गर्न आवश्यक अवस्था तथा विधि

नेपाली चाँदीका गहना उत्पादकले ट्रेडमार्कको संरक्षण प्राप्त गर्न अनुसुची १ बमोजिमको निवेदन उद्योग विभाग, त्रिपुरेश्वरमा दायर गर्नुपर्ने हुन्छ । निवेदन दर्ता भएपछि निम्न बमोजिमको अवस्थामा उद्योग विभागले ट्रेडमार्क दर्ता गर्दछ ।

क. दर्ता गर्न ल्याएको चिन्ह दृश्यावलोकनयुक्त चिन्ह हुनुपर्दछ ।

ख. चिन्ह विशिष्ट हुनुपर्दछ ।

ग. चिन्हको विशिष्टता स्वाभाविक वा प्रयोगको कारणबाट भएको हुनुपर्दछ ।

घ. चिन्हलाई रेखाचित्रद्वारा प्रतिनिधित्व गरिएको हुनुपर्दछ ।

ङ. रेखाचित्रद्वारा प्रतिनिधित्व गरिएको सो चिन्ह वस्तु वा सेवाको सतहमा उपयोग गरिनसक्ने हुनुपर्दछ ।

च. ट्रेडमार्क व्यवसायिक वस्तुमा उपयोग गरिएको हुनुपर्दछ ।

छ. ट्रेडमार्कबाट कुनै व्यक्ति वा संस्थाको प्रतिष्ठामा धक्का पर्ने वा सर्वसाधारण जनताको सदाचार वा नैतिकता वा राष्ट्रिय हितमा नराम्रो असर पर्ने अवस्था हुनु हुदैन ।

उद्योग विभागमा दर्ता भएको ट्रेडमार्कको निवेदनलाई पेटेण्ट, डिजाइन तथा ट्रेडमार्क ऐन, २०२२ अनुसार अध्ययन गरी उद्योग विभागले सम्बन्धित व्यक्तिलाई ट्रेडमार्कको प्रमाणपत्र प्रदान गर्दछ । यसरी प्राप्त गरिएको ट्रेडमार्कको संरक्षण दर्ता भएको मितिबाट सात वर्षसम्म प्राप्त हुनेछ । सात वर्षपछि सम्बन्धित ट्रेडमार्कको धनीले आफ्नो ट्रेडमार्कलाई क्रमशः सात-सात वर्षको पटक कायम गरी नवीकरण गर्दै लैजान सक्दछन् । ट्रेडमार्क नवीकरणको निमित्त आवश्यक दरखास्तको ढाँचा अनुसुची २ मा दिइएको छ ।

सामुहिक चिन्ह

ट्रेडमार्कको संरक्षण प्राप्त गर्न हरेक चाँदीका गहनाका उत्पादकले आफ्नो ट्रेडमार्क उद्योग विभागमा दर्ता गर्नु पर्ने हुन्छ । साथै विदेशमा नेपाली चाँदीका गहनासँग सम्बन्धित ट्रेडमार्क पनि छुट्टा-छुट्टै दर्ता गर्नपर्ने हुन्छ । अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा संरक्षण प्राप्त गर्न हरेक उत्पादकले छुट्टा-छुट्टै ट्रेडमार्क दर्ता गर्न आर्थिक एवं व्यवहारिक रुपमा कठिन हुन्छ । यस सन्दर्भमा ट्रेडमार्कलाई सामुहिक चिन्ह (Collective Mark)

पेटेण्ट डिजायन र ट्रेडमार्क ऐन, २०२२

दफा १८(ग): ट्रेडमार्क दर्ता भएको मितिले एक वर्षसम्ममा प्रयोगमा नल्याएमा विभागले आवश्यक जाँचबुझ गरी त्यस्तो ट्रेडमार्क दर्ता खारेज गर्न सक्नेछ ।

ट्रेडमार्कको अवधि: ऐन बमोजिम नवीकरण गरिएको अवस्थामा बाहेक ट्रेडमार्कमा दर्ता भएको मितिले सात वर्षसम्म ट्रेडमार्कवालाको हक कायम हुनेछ ।

गैर कानूनी तवरले ट्रेडमार्क प्रयोग गरेमा हुने सजाय : कुनै व्यक्तिको नाममा दर्ता भएको ट्रेडमार्क अरु कसैले नक्कल वा आफ्नो नाममा नामसारी नगराई वा प्रयोगको निमित्त लिखित रुपमा अनुमति नलिई आफ्नो वा अरुको नामबाट प्रयोग गरेमा विभागको आदेशले कसूरको मात्रा अनुसार एक लाख रुपैयाँसम्म जरिवाना हुन सक्नेछ र सो कसूरसंग सम्बन्धित सबै मालसामान जफत हुनेछ ।

को रुपमा दर्ता गरिँदा आर्थिक एवं व्यवहारिक रुपमा बढी उपयुक्त हुन्छ ।

सामुहिक चिन्ह (Collective Mark) भनेको कुनै वस्तु वा सेवा उत्पादन वा वितरण गर्ने व्यक्ति वा प्रतिष्ठानहरूले आ-आफ्नो छुट्टै ट्रेडमार्कको सट्टा सामुहिक पहिचानको निम्ति दर्ता गर्ने चिन्ह हो । अर्थात् कुनै एक वस्तुको ट्रेडमार्क नभएर सामुहिक चिन्हले उस्तै वस्तुहरूको सामुहिक पहिचान प्रदान गर्दछ । उदाहरणको लागि नेपाली चाँदीका गहनाका उत्पादकहरूले सामुहिक रुपमा आफ्नो गहनाको पहिचान हुनेगरी चिन्ह प्राप्त गर्न सामुहिक चिन्ह दर्ता गर्न सक्दछन् । सामुहिक चिन्ह प्राप्त गरेपछि सो सामुहिक चिन्हअन्तर्गत रहने सबै वस्तुहरूलाई ट्रेडमार्क संरक्षण गरे जस्तै संरक्षण प्राप्त हुन्छ । एकल ट्रेडमार्कजस्तै सामुहिक चिन्ह प्राप्त गर्न समेत उद्योग विभागमा निवेदन दिनुपर्ने हुन्छ ।

एकल ट्रेडमार्क दर्ता गर्न आवश्यक निवेदन र ट्रेडमार्कको रेखाचित्रबाहेक सामुहिक चिन्ह दर्ताको निमित्त उत्पादक वा वितरकहरूको सामुहिक प्रतिनिधित्व गर्ने संस्थाले आफ्नो संस्थाको विधानसहित निवेदन दिनु पर्दछ ।

ट्रेडमार्कको गैरकानूनी प्रयोग

ट्रेडमार्क वा सामुहिक चिन्हको प्रयोग गर्नको मुख्य उद्देश्य आफ्नो वस्तु वा सेवालाई छुट्टै पहिचान प्रदान गर्न हो । तसर्थ कसैले आफ्नो वस्तुमा अर्काको ट्रेडमार्क प्रयोग गरेमा वा अर्काको ट्रेडमार्कसँग मिल्दो-जुल्दो ट्रेडमार्क प्रयोग गरेमा वस्तु वा सेवाहरूले बजारमा आफ्नो छुट्टै पहिचान कायम गर्न सक्दैनन् । जस्तै: नेपाली चाँदीका गहनाले प्रयोग गर्ने ट्रेडमार्क गैरनेपाली उत्पादनमा प्रयोग गरिएमा नेपाली उत्पादन भएको कारणबाट

प्राप्त हुने व्यवसायिक पहिचान र थप प्रतिस्पर्धी क्षमता नेपाली उत्पादनले प्राप्त गर्न सक्दैन । यसरी नेपाली चाँदीका गहनाको नाममा गैरनेपाली गहनाले बजारमा व्यवसाय गर्नसक्ने स्थिति निर्माण हुन सक्दछ । त्यसैले ट्रेडमार्कको अनधिकृत प्रयोग वा उपभोक्तालाई भ्रम पार्नसक्ने ट्रेडमार्कको प्रयोगलाई कानूनले निषेध गरेको छ । पेटेण्ट, डिजाइन तथा ट्रेडमार्क ऐन, २०२२ ले ट्रेडमार्कको अनधिकृत प्रयोग वा मिल्दो-जुल्दो चिन्ह प्रयोग गर्ने कार्यलाई निष्तेज गर्न सजायको व्यवस्था गरेको छ । साथै सो ऐनले ट्रेडमार्कको अनधिकृत प्रयोगबाट हुन क्षतिको पूर्तिको लागि समेत व्यवस्था गरेको छ ।

पेटेण्ट, डिजाइन तथा ट्रेडमार्क ऐन, २०२२ अन्तर्गत ट्रेडमार्कको अनधिकृत प्रयोग वा गैरकानूनी प्रयोग गरेको विषयमा उजुरी अनुसुची ३ अनुसार दिन सकिन्छ ।

४.३ औद्योगिक ढाँचा (डिजाइन)

ट्रेडमार्कजस्तै आफ्नो वस्तुलाई अरु उत्पादकका वस्तुसँग प्रतिस्पर्धी बनाउनका लागि उपभोक्ताको ध्यानाकर्षण गर्ने हेतुले औद्योगिक ढाँचाको प्रयोग गरिन्छ । विशेषत: नवीन एवं मौलिक आकृति, बनौट, प्रतिमा वा अलंकरणको रुपमा औद्योगिक ढाँचा रहन्छ । तसर्थ चाँदीका गहनाको स्थानीय एवं अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा औद्योगिक ढाँचाले नेपाली चाँदीका गहनालाई थप प्रतिस्पर्धी एवं भिन्न पहिचान प्रदान गर्न महत्वपूर्ण भूमिका खेल्न सक्दछ । ट्रेडमार्कजस्तै चाँदीका गहनाको आकृति वा बनौटलाई नवीन एवं मौलिक रुपमा प्रस्तुत गरी औद्योगिक ढाँचाको प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

पेटेण्ट डिजायन र ट्रेडमार्क ऐन, २०२२

“डिजाइन” भन्नाले कुनै प्रकारले तयार गरी बनाइएको वस्तुको छाँट रूप वा आकार सम्भन्नु पर्छ ।

डिजाइनमा दर्ता भएको मितिले पाँच वर्षसम्म डिजाइनवालाको हक कायम हुनेछ ।

चाँदीका गहना उत्पादकले आफ्नो उत्पादनलाई नवीन एवं मौलिक बनौटमा विक्री-वितरण गर्दा बौद्धिक सम्पत्तिअन्तर्गत औद्योगिक ढाँचाको संरक्षण प्राप्त गर्न सकिन्छ । यसरी औद्योगिक ढाँचाको संरक्षण प्राप्त गर्न निम्न बमोजिमका आधार तथा प्रकृ्या आवश्यक पर्दछन्:

क. दर्ता हुने औद्योगिक ढाँचा नवीन एवं मौलिक हुनुपर्दछ ।

ख. तयार गरिएका औद्योगिक ढाँचालाई आँखाले हेरेर मूल्याङ्कन गर्न सकिने हुनुपर्दछ ।

ग. तयार गरिएका औद्योगिक ढाँचाले सदाचार वा नैतिकताको विपरित सन्देश प्रवाह गरेको हुनु हुदैन । साथै सो औद्योगिक ढाँचाले राष्ट्रिय हितलाई प्रतिकुल असर नपर्ने वा सो ढाँचा पहिले नै अरुले दर्ता नगरेको हुनुपर्दछ ।

माथि उल्लेखित आधारहरु रहेको अवस्थामा आफ्नो औद्योगिक ढाँचा दर्ता गराउन इच्छुक व्यक्तिले आफ्नो औद्योगिक ढाँचाको विवरणसहितको नक्शा तथा रेखाङ्गन र चार प्रति नमुना अनुसुची ३ बमोजिमको ढाँचामा तयार पारी उद्योग विभागमा निवेदन दिनुपर्दछ । यसरी प्राप्त गरिएको औद्योगिक ढाँचाको संरक्षण दर्ता भएको मितिबाट ५ वर्षसम्म प्राप्त हुनेछ । ५ वर्ष पछिको हकमा सम्बन्धित औद्योगिक ढाँचाको धनीले आफ्नो औद्योगिक ढाँचालाई नवीकरण गर्दै लान सक्दछन् ।



© Everest Handicraft

औद्योगिक ढाँचा नवीकरणको निमित्त आवश्यक दरखास्तको ढाँचा अनुसुची ४ मा दिइएको छ ।

४.४ प्रतिलिपि अधिकार

प्रतिलिपि अधिकारअन्तर्गत लेख, कला, संगीत, ध्वनि रेकर्डिङ्ग, चलचित्र, प्रसारण आदिको संरक्षण गर्न सकिन्छ । कुनै रचनाकारले प्रतिलिपि अधिकार प्राप्त गर्न निम्न बमोजिमका आधार पुरा गर्नु पर्ने हुन्छ:

क. रचनाकारको रचना कुनै लेख, कला, संगीत, ध्वनि रेकर्डिङ्ग, चलचित्र, प्रसारण आदिको रुपमा हुनुपर्दछ ।

ख. सो रचनाको सिर्जना गर्दा रचनाकारले आफ्नै कला, श्रम र सीपको अभ्यास गरेको हुनुपर्दछ ।

प्रतिलिपि अधिकार ऐन, २०५९ को अनुसार प्रतिलिपि अधिकार प्राप्त गर्न आफ्नो रचनालाई दर्ता गर्न आवश्यक हुँदैन । यद्यपि आफ्नो रचनालाई दर्ता गर्न इच्छुक रचनाकारले अनुसुची ६ मा दिइएको ढाँचामा आफ्नो रचनालाई दर्ता गर्न निवेदन दिन सक्दछन् । यसरी प्रतिलिपि अधिकारको संरक्षणको हेतुले आफ्नो रचनालाई दर्ता गराउन प्रतिलिपि अधिकार रजिष्ट्रारको कार्यालयमा निवेदन दिन सक्दछन् ।

प्रतिलिपि अधिकार ऐन, २०५९

२ (क) “रचना” भन्नाले साहित्य, कला, ज्ञान-विज्ञान र अन्य क्षेत्रमा मौलिक एवं बौद्धिक रूपले प्रस्तुत गरिएका रचना सम्भन्तु पर्छ र सो शब्दले देहायका रचना समेतलाई जनाउछ:-

- (१) किताब, पर्चा, लेख, शोधपत्र,
- (२) नाटक, नाट्य-संगीत, मुक चित्र र यस्तै किसिमले मञ्चनका लागि तयार गरिएका रचना,
- (३) शब्द सहित वा शब्द रहित सांगीतिक रचना,
- (४) श्रव्य दृश्य रचना,
- (५) आर्किटेक्चरल डिजाइन,
- (६) चित्रकला, पेन्टिङ्ग, मूर्तिकला, काष्ठकला, लिथोग्राफी र आर्किटेक्चर सम्बन्धी अन्य रचना,
- (७) फोटोजन्य रचना,
- (८) प्रयोगात्मक कला सम्बन्धी रचना,
- (९) उद्धरण, मानचित्र, योजना, भूगोल सम्बन्धी त्रि-आयामिक रचना, टोपोग्राफी र वैज्ञानिक लेख रचना,
- (१०) कम्प्युटर प्रोग्राम ।

चाँदीका गहना निर्माण गर्दा प्रयोग हुने डिजाइन वा गहनाको आकार सिर्जना गरेको चित्रलाई प्रतिलिपि अधिकारअन्तर्गत संरक्षण गर्न सकिन्छ । नेपाली चाँदीका गहना व्यवसायीले

उत्पादन गर्ने गहनाको डिजाइन एवं प्रकृतिको विशेष पहिचान हुने भएकोले त्यस्तो गहनाको डिजाइनलाई अरु चाँदीको गहनाका व्यवसायीले नक्कल गरेको खण्डमा नेपाली चाँदीको

प्रतिलिपि अधिकार ऐन, २०५९

७ आर्थिक अधिकार: देहाय बमोजिमको कार्य गर्न पाउने अधिकार रचयिता वा प्रतिलिपि अधिकारको धनीलाई मात्र हुनेछ :-

- (क) रचनाको पुनरुत्पादन गर्ने,
- (ख) रचनाको अनुवाद गर्ने,
- (ग) रचनाको परिमार्जन वा संशोधन गर्ने,
- (घ) संयोजनलगायत रचनाको अन्य रूपान्तरण गर्ने,
- (ङ) रचनाको मूल र प्रतिलिपि सर्वसाधारणको लागि बिक्री-वितरण वा बहालमा दिने,
- (च) श्रव्य दृश्य रचना, ध्वनिअङ्कन समाविष्ट रचना, कम्प्युटर कार्यक्रम, तथ्याङ्कमा आधारित वा ग्राफ स्वरूपमा रहेको साङ्गीतिक रचनाको आफूलाई प्राप्त अधिकार हस्तान्तरण गर्ने वा बहालमा दिने,
- (छ) रचनाको प्रतिलिपि आयात गर्ने,
- (ज) मूल रचना वा सो रचनाको प्रतिलिपिको सार्वजनिक प्रदर्शन गर्ने,
- (झ) रचनाको प्रस्तुति गर्ने,
- (ञ) रचनाको प्रसारण गर्ने,
- (ट) रचनाको सार्वजनिक सञ्चार गर्ने ।

८. नैतिक अधिकार: (१) कुनै रचनामा रचयिताको आर्थिक अधिकारनिहित रहे वा नरहेको जेसुकै भए तापनि त्यस्तो रचयितालाई देहाय बमोजिमको नैतिक अधिकार प्राप्त हुनेछ :-

- (क) आफ्नो रचनाका प्रतिहरुमा वा आफ्नो रचना सार्वजनिक रूपमा प्रयोग गरिएमा त्यस्तो रचनामा आफ्नो नाम उल्लेख गर्न लगाउने,
- (ख) आफ्नो रचनामा वास्तविक नाम उल्लेख नगरी छद्म नाम उल्लेख गरिएको भएमा त्यस्तो रचनाको सार्वजनिक रूपमा प्रयोग गर्दा त्यस्तो छद्म नाम उल्लेख गर्न लगाउने,
- (ग) आफ्नो रचनालाई बङ्ग्याई वा विकृत रूपमा प्रस्तुत गरी निजले आर्जन गरेको सम्मान वा ख्यातिलाई गिराउने जस्ता कार्य रोक्ने,
- (घ) आफ्नो रचनामा आवश्यक संशोधन वा परिमार्जन गर्ने ।

गहनाको मौलिक पहिचान कम हुन जान्छ । वास्तवमा नेपाली चाँदी गहना व्यवसायीले भोगिरहेको एउटा समस्या तिनको डिजाइनलाई अन्य देशका उत्पादकले नक्कल गर्ने पनि रहेको छ ।

वास्तवमा Nepal Trade Integration Strategy 2010 ले समेत नेपाली चाँदीका गहनालाई अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा बढी

प्रतिस्पर्धी बनाउन बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारको उपयुक्त प्रयोगलाई महत्व दिएको छ । माथि छलफल गरेजस्तै अन्य चाँदीको गहनाका उत्पादकले नेपाली चाँदीको गहनाको डिजाइन नक्कल गर्ने प्रवृत्तिलाई निषेध गर्न प्रतिलिपि अधिकारको प्रयोग गरी नेपाली चाँदीको गहनालाई संरक्षण प्रदान गर्न सकिन्छ ।

प्रतिलिपि अधिकार ऐन, २०५९ को मुख्य प्रावधान

- दर्ता अनिवार्य हुँदैन
- रचयितालाई प्राप्त आर्थिक र नैतिक अधिकार रचयिताको जीवनभर र निजको मृत्यु भएकोमा मृत्यु भएको वर्षबाट पचास वर्षसम्म संरक्षित हुन्छ
- प्रतिलिपि अधिकार धनीले आफूलाई प्राप्त आर्थिक अधिकारमध्ये सबै वा केही अधिकार लिखित रूपमा सम्भौता गरी अरुलाई हस्तान्तरण गर्न वा कुनै शर्त तोकी वा नतोकी प्रयोग गर्न अनुमति दिन सक्दछ
- नेपाल अधिराज्यभित्र तयार गरिएको भए अनधिकार प्रकाशन ठहरिने कुनै रचनाको प्रतिलिपिहरु विदेशमा तयार गरी वा अन्य कुनै तरिकाले प्राप्त गरी व्यापारिक प्रयोजनको लागि नेपाल अधिराज्यभित्र पैठारी गर्न हुँदैन
- प्रतिलिपि अधिकार उल्लङ्घन गर्ने व्यक्तिलाई कसूरको मात्रानुसार दश हजार रुपैयाँदेखि एक लाख रुपैयाँसम्म जरिवाना वा छ महिनासम्म कैद वा दुवै सजाय हुनेछ र दोस्रो पटक देखि पटकै पिच्छे बीस हजार रुपैयाँदेखि दुई लाख रुपैयाँसम्म जरिवाना वा एक वर्षसम्म कैद वा दुवै सजाय हुनेछ । त्यसरी प्रकाशन वा पुनरुत्पादन गरेको वा वितरण गरेको वा पुनरुत्पादन गर्न प्रयोग गरिएका सामग्रीहरु जफत हुनेछ ।





५. जडिबुटी र सारतेललाई विश्व बजारमा थप प्रतिस्पर्धी बनाउन प्रयोग गर्न सकिने बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारहरु एवं त्यस्तो अधिकार प्राप्तिको विधिहरु

५.१. पृष्ठभूमि

अन्तर्राष्ट्रिय व्यापार केन्द्रका अनुसार, सन् २०१२ मा नेपालले १,२५,३७,००० अमेरिकी डलर बराबरको जडिबुटी र करीब १० लाख अमेरिकी डलर बराबरको सारतेल निर्यात गरेको थियो। नेपाल सन् २००९ मा विश्वको २५ औं ठूलो जडिबुटी निर्यातकर्ताको रूपमा रहेकोमा सन् २०१२ मा उक्त अवस्थाबाट ३१ औं स्थानमा झर्न पुगेको देखिन्छ। तसर्थ जडिबुटी र सारतेलको निर्यातमा कमी हुँदै गएको भएपनि तिनको निर्यातमा नेपालको लागि अवसर रहेको देखिन्छ।

जडिबुटी र सारतेलको अन्तर्राष्ट्रिय बजार विस्तारमा

विभिन्न चुनौती रहेका छन्। त्यसैले ती चुनौती र समस्याहरुको उचित व्यवस्थापन गर्न जरुरी देखिन्छ। विशेषगरी जडिबुटी र सारतेलको दीर्घकालीन अन्तर्राष्ट्रिय बजार विस्तार गर्न जडिबुटी र सारतेलसँग सम्बन्धित प्रविधिको संरक्षण गर्नु एवं नेपाली जडिबुटी र सारतेलको छुट्टै पहिचान स्थापित गर्नु अत्यन्त आवश्यक छ।

नेपाली जडिबुटी र सारतेलको व्यापारमा बन्देज लाग्नेगरी कुनै प्रविधि निर्माण भई सो प्रविधिलाई पटेण्टलगायत अन्य बौद्धिक अधिकार अन्तर्गत संरक्षण प्रदान गरिए वा नेपाली जडिबुटीको पहिचानमा अन्य जडिबुटी वा सारतेलको व्यापार भएमा नेपाली जडिबुटी वा

सारतेलको प्रतिस्पर्धात्मकतामा प्रतिकुल असर पुग्दछ । तसर्थ नेपाली जडिबुटी र सारतेलको छुट्टै पहिचान कायम गरी नेपाली जडिबुटीलाई प्रतिस्पर्धी बनाउन एवं नेपाली जडिबुटी र सारतेलको व्यापारमा प्रतिकुल असर पुग्नेगरी पटेण्ट दर्ता गर्ने कार्यलाई निषेध गर्न नेपाली जडिबुटी र सारतेलसँग सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिको संरक्षण गर्न उपयुक्त हुन्छ ।

Nepal Trade Integration Strategy (NTIS) ले तोकेका विभिन्न वस्तु र सेवामध्ये नेपाली जडिबुटी र सारतेलको निर्यातको अवसर ज्यादै उत्साहनक रहेको छ । नेपाली जडिबुटी र सारतेलको प्रचुर उत्पादनको साथ-साथै नेपाली जडिबुटी र सारतेल उत्पादन हुने स्थान एवं सारतेल उत्पादन गर्न आवश्यक विशेष ज्ञान र सीपको कारणबाट समेत ती वस्तुहरूले आफ्नो छुट्टै नवीन प्रकृति एवं गुण प्राप्त गरेका छन् । वास्तवमा सारतेल नेपाली समाजको छुट्टै परम्परा एवं सामाजिक जीवनसँग पनि सम्बन्धित रहेको छ । तर, NTIS ले उल्लेख गरेजस्तै जडिबुटी तथा सारतेलले हालसम्म अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा उल्लेख्य सफलता नपाउनुको कारण यसको मौलिकतालाई आधिकारिक रुपमा संरक्षण गर्न नसक्नु हो । त्यसैले NTISले नेपाली जडिबुटी र सारतेललाई थप प्रतिस्पर्धी बनाउन सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारको संरक्षणलाई समेत जोड दिएको छ । NTIS अनुसार, वातावरणीय एवं वनस्पतीय कारणहरूबाट नेपाली जडिबुटी र सारतेललाई निर्यात बजारमा बढी प्रतिस्पर्धी बनाउन सहयोग मिल्ने देखिन्छ । तसर्थ नेपाली जडिबुटी र सारतेलको विशेष गुणको पहिचान संरक्षण गर्न पर्ने आवश्यकता देखिन्छ ।

यसप्रकार आधिकारिक संरक्षणको अभाव तथा अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा नेपाली वस्तुहरूको नक्कल हुनुको कारण निर्यातजन्य वस्तुको बौद्धिक सम्पत्तिको प्रभावकारी प्रयोग नहुनु रहेको छ । यस सन्दर्भमा त्यस्ता वस्तुहरूलाई निर्यात बजारमा थप प्रतिस्पर्धी बनाउन बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारको प्रभावकारी उपयोग गर्न उपयुक्त हुन्छ । यही प्रयोजनको निम्ति जडिबुटी तथा सारतेलसँग सम्बन्धित बौद्धिक अधिकारको परिचय एवं सम्बन्धित बौद्धिक अधिकारको सुरक्षाको लागि आवश्यक कार्यविधिको परिचय यस पुस्तिकामा प्रस्तुत गरिएको छ ।

जडिबुटी र सारतेलको गुण, जडिबुटी र सारतेललाई बजारमा ल्याउँदाको प्रस्तुतिको सन्दर्भमा बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकार सान्दर्भिक हुन्छ । नेपाली जडिबुटी र सारतेलको गुणको

परिचयलाई संरक्षण गर्न जडिबुटी र सारतेल व्यवसायीले भौगोलिक संकेतको संरक्षण प्राप्त गर्न सक्दछन् । त्यस्तै जडिबुटी र सारतेललाई बजारमा ल्याउँदाको प्रस्तुतिको संरक्षण प्रदानगरी नेपाली जडिबुटी र सारतेलको छुट्टै पहिचान स्थापित गर्न ट्रेडमार्क एवं डिजाइनको सहयता लिन सकिन्छ ।

त्यसका अतिरिक्त जडिबुटी र सारतेलको प्रयोगबाट हुनसक्ने कुनै वस्तु वा प्रक्रियाको आविष्कारलाई पटेण्टको संरक्षण प्रदानगरी जडिबुटी र सारतेल व्यवसायीले स्वतन्त्र रुपमा आफ्नो व्यवसाय संचालन गर्न कठिन हुने अवस्थालाई रोक्न बौद्धिक सम्पत्तिको रुपमा जडिबुटी र सारतेलसँग सम्बन्धित परम्परागत ज्ञानको प्रयोग गर्न सकिन्छ । यस सन्दर्भमा नेपाली उत्पादकले प्रयोगमा ल्याउनसक्ने बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारहरु निम्न बमोजिम छलफल गरिएको छ ।

५.२. ट्रेडमार्क

परिच्छेद १ मा छलफल गरे जस्तै, ट्रेडमार्कले कुनै प्रतिष्ठानको वस्तु वा सेवालाई अर्को प्रतिष्ठानको वस्तु वा सेवाबाट फरक देखाउन मद्दत पुऱ्याउँदछ । उपभोक्तालाई एउटा जडिबुटी वा सारतेलको उत्पादकबाट अर्को उत्पादक छुट्याउन ट्रेडमार्कले सहयोग गर्दछ । यसरी एउटा उत्पादकले आफ्नो उत्पादनलाई अर्काको उत्पादनभन्दा फरक पारेर राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा थप प्रतिस्पर्धी बनाउन सक्दछन् । विशेषगरी गुणस्तरीय उत्पादन गर्ने उत्पादकले बजारमा आफ्नो उत्पादनको छुट्टै पहिचान स्थापना गर्न समेत ट्रेडमार्कको प्रयोग गर्न सक्दछन् ।

कुनै एउटा ट्रेडमार्कअन्तर्गत बजारमा आपूर्ति भइरहेको जडिबुटी वा सारतेलजस्तै देखिने अर्को ट्रेडमार्क प्रयोगगरी अर्कै उत्पादकले आफ्नो उत्पादन बजारमा आपूर्ति गरेमा पहिलो उत्पादकको व्यापारमा नकरात्मक असर पुऱ्याउन सक्दछ । विशेषगरी नेपाली जडिबुटी र सारतेललाई अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा नेपाली जडिबुटी र सारतेलजस्तो देखिनेगरी अन्य ठाँउको उत्पादन आएमा नकरात्मक असर पुग्नु स्वाभाविक समेत हो । तसर्थ ट्रेडमार्कको उपयुक्त प्रयोगबाट नेपाली जडिबुटी र सारतेलले अन्तर्राष्ट्रिय वा राष्ट्रिय बजारमा आफ्नो छुट्टै पहिचान कायमगरी आफ्नो गुणस्तर र प्रकृतिको आधारबाट प्रतिस्पर्धा गर्न सक्दछन् ।

पेटेण्ट डिजायन र ट्रेडमार्क ऐन, २०२२

<p>दफा १८(ग): ट्रेडमार्क दर्ता भएको मितिले एक वर्षसम्ममा प्रयोगमा नल्याएमा विभागले आवश्यक जाँचबुझ गरी त्यस्तो ट्रेडमार्क दर्ता खारेज गर्न सक्नेछ</p>
<p>ट्रेडमार्कको अवधि: ऐन बमोजिम नवीकरण गरिएको अवस्थामा बाहेक ट्रेडमार्कमा दर्ता भएको मितिले सात वर्षसम्म ट्रेडमार्कवालाको हक कायम हुनेछ ।</p>
<p>गैर कानूनी तवरले ट्रेडमार्क प्रयोग गरेमा हुने सजाय : कुनै व्यक्तिको नाममा दर्ता भएको ट्रेडमार्क अरु कसैले नक्कल वा आफ्नो नाममा नामसारी नगराई वा प्रयोगको निमित्त लिखित रुपमा अनुमति नलिई आफ्नो वा अरुको नामबाट प्रयोग गरेमा विभागको आदे शले कसूरको मात्रा अनुसार एक लाख रुपैयाँसम्म जरिवाना हुन सक्नेछ र सो कसूरसंग सम्बन्धित सबै मालसामान जफत हुनेछ ।</p>

ट्रेडमार्कको संरक्षण गर्न आवश्यक अवस्था तथा विधि

नेपाली जडिबुटी र सारतेल उत्पादकले ट्रेडमार्कको संरक्षण प्राप्त गर्न अनुसुची १ बमोजिमको निवेदन उद्योग विभाग, त्रिपुरेश्वरमा दायर गर्नुपर्ने हुन्छ । निवेदन दर्ता भएपछि निम्न बमोजिमको अवस्थामा उद्योग विभागले ट्रेडमार्क दर्ता गर्दछ ।

क. दर्ता गर्न ल्याएको चिन्ह दृश्यावलोकनयुक्त चिन्ह हुनुपर्दछ ।

ख. चिन्ह विशिष्ट हुनुपर्दछ ।

ग. चिन्हको विशिष्टता स्वाभाविक वा प्रयोगको कारणबाट भएको हुनुपर्दछ ।

घ. चिन्हलाई रेखाचित्रद्वारा प्रतिनिधित्व गरिएको हुनुपर्दछ ।

ङ. रेखाचित्रद्वारा प्रतिनिधित्व गरिएको सो चिन्ह वस्तु वा सेवाको सतहमा उपयोग गरिनसक्ने हुनुपर्दछ ।

च. ट्रेडमार्क व्यवसायिक वस्तुमा उपयोग गरिएको हुनुपर्दछ ।

छ. ट्रेडमार्कबाट कुनै व्यक्ति वा संस्थाको प्रतिष्ठामा धक्का पर्ने वा सर्वसाधारण जनताको सदाचार वा नैतिकता वा राष्ट्रिय हितमा नराम्रो असर पर्ने अवस्था हुनु हुदैन ।

उद्योग विभागमा दर्ता भएको ट्रेडमार्कको निवेदनलाई पेटेण्ट, डिजाइन तथा ट्रेडमार्क ऐन, २०२२ अनुसार अध्ययन गरी उद्योग विभागले सम्बन्धित व्यक्तिलाई ट्रेडमार्कको प्रमाणपत्र प्रदान गर्दछ । यसरी प्राप्त गरिएको ट्रेडमार्कको संरक्षण दर्ता भएको मितिबाट सात वर्षसम्म प्राप्त हुनेछ । सात वर्षपछि सम्बन्धित ट्रेडमार्कको धनीले आफ्नो ट्रेडमार्कलाई क्रमशः सात-सात वर्षको पटक कायम गरी नवीकरण गर्दै लैजान सक्दछन् । ट्रेडमार्क नवीकरणको निमित्त आवश्यक दरखास्तको ढाँचा अनुसुची २ मा दिइएको छ ।

सामुहिक चिन्ह

ट्रेडमार्कको संरक्षण प्राप्त गर्न हरेक जडिबुटी र सारतेल उत्पादकले आफ्नो ट्रेडमार्क उद्योग विभागमा दर्ता गर्नु पर्ने हुन्छ । साथै विदेशमा नेपाली जडिबुटी र सारतेलसँग सम्बन्धित ट्रेडमार्क पनि छुट्टा-छुट्टै दर्ता गर्नपर्ने हुन्छ । अन्तर्राष्ट्रिय बजारमा संरक्षण प्राप्त गर्न हरेक उत्पादकले छुट्टा-छुट्टै ट्रेडमार्क दर्ता गर्न आर्थिक एवं व्यवहारिक रुपमा कठिन हुन्छ । यस सन्दर्भमा ट्रेडमार्कलाई सामुहिक चिन्ह (Collective Mark) को रुपमा दर्ता गरिँदा आर्थिक एवं व्यवहारिक रुपमा बढी उपयुक्त हुन्छ ।

सामुहिक चिन्ह (Collective Mark) भनेको कुनै वस्तु वा सेवा उत्पादन वा वितरण गर्ने व्यक्ति वा प्रतिष्ठानहरूले आ-आफ्नो छुट्टै ट्रेडमार्कको सट्टा सामुहिक पहिचानको निम्ति दर्ता गर्ने चिन्ह हो । अर्थात् कुनै एक वस्तुको ट्रेडमार्क नभएर सामुहिक चिन्हले उस्तै वस्तुहरूको सामुहिक पहिचान प्रदान गर्दछ । उदाहरणको लागि नेपाली सारतेल उत्पादकहरूले सामुहिक रुपमा आफ्नो सारतेलको पहिचान हुनेगरी चिन्ह प्राप्त गर्न सामुहिक चिन्ह दर्ता गर्न सक्दछन् । सामुहिक चिन्ह प्राप्त गरेपछि सो सामुहिक चिन्हअन्तर्गत रहने सबै वस्तुहरूलाई ट्रेडमार्क संरक्षण गरे जस्तै संरक्षण प्राप्त हुन्छ । एकल ट्रेडमार्कजस्तै सामुहिक चिन्ह प्राप्त गर्न समेत उद्योग विभागमा निवेदन दिनुपर्ने हुन्छ ।

एकल ट्रेडमार्क दर्ता गर्न आवश्यक निवेदन र ट्रेडमार्कको रेखाचित्रबाहेक सामुहिक चिन्ह दर्ताको निमित्त उत्पादक वा वितरकहरूको सामुहिक प्रतिनिधित्व गर्ने संस्थाले आफ्नो संस्थाको विधानसहित निवेदन दिनु पर्दछ ।

ट्रेडमार्कको गैरकानूनी प्रयोग

ट्रेडमार्क वा सामुहिक चिन्हको प्रयोग गर्नको मुख्य उद्देश्य आफ्नो वस्तु वा सेवालाई छुट्टै पहिचान प्रदान गर्न हो । तसर्थ कसैले आफ्नो वस्तुमा अर्काको ट्रेडमार्क प्रयोग गरेमा वा अर्काको ट्रेडमार्कसँग मिल्दो-जुल्दो ट्रेडमार्क प्रयोग गरेमा वस्तु वा सेवाहरुले बजारमा आफ्नो छुट्टै पहिचान कायम गर्न सक्दैनन् । जस्तै: नेपाली जडिबुटी तथा सारतेलले प्रयोग गर्ने ट्रेडमार्क गैरनेपाली उत्पादनमा प्रयोग गरिएमा नेपाली उत्पादन भएको कारणबाट प्राप्त हुने व्यवसायिक पहिचान र थप प्रतिस्पर्धी क्षमता नेपाली उत्पादनले प्राप्त गर्न सक्दैन । यसरी नेपाली जडिबुटी तथा सारतेलको नाममा गैरनेपाली जडिबुटी तथा सारतेलले बजारमा व्यवसाय गर्नसक्ने स्थिति निर्माण हुन सक्दछ । त्यसैले ट्रेडमार्कको अनधिकृत प्रयोग वा उपभोक्तालाई भ्रम पार्नसक्ने ट्रेडमार्कको प्रयोगलाई कानूनले निषेध गरेको छ ।
पेटेण्ट, डिजाइन तथा ट्रेडमार्क ऐन, २०२२ ले ट्रेडमार्कको अनधिकृत प्रयोग वा मिल्दो-जुल्दो चिन्ह प्रयोग गर्ने कार्यलाई निप्तेज गर्न सजायको व्यवस्था गरेको छ । साथै सो ऐनले ट्रेडमार्कको अनधिकृत प्रयोगबाट हुने क्षतिको पूर्तिको लागि समेत व्यवस्था गरेको छ ।

पेटेण्ट, डिजाइन तथा ट्रेडमार्क ऐन, २०२२ अन्तर्गत ट्रेडमार्कको अनधिकृत प्रयोग वा गैरकानूनी प्रयोग गरेको विषयमा उजुरी अनुसुची ३ अनुसार दिन सकिन्छ ।

५.३.औद्योगिक ढाँचा (डिजाइन)

ट्रेडमार्कजस्तै आफ्नो वस्तुलाई अरु उत्पादकका वस्तुसँग प्रतिस्पर्धी बनाउनका लागि उपभोक्ताको ध्यानाकर्षण गर्ने हेतुले औद्योगिक ढाँचाको प्रयोग गरिन्छ । विशेषत: नवीन एवं मौलिक आकृति, बनौट, प्रतिमा वा अलंकरणको रुपमा औद्योगिक ढाँचा रहन्छ । तसर्थ जडिबुटी र सारतेलको स्थानीय एवं अन्तर्राष्ट्रिय

बजारमा औद्योगिक ढाँचाले नेपालको जडिबुटी र सारतेललाई थप प्रतिस्पर्धी एवं भिन्न पहिचान प्रदान गर्न महत्वपूर्ण भूमिका खेल्न सक्दछ । ट्रेडमार्कजस्तै जडिबुटी र सारतेल बिक्री-वितरण गर्दाको अवस्थामा प्रयोग गरिने भाँडाको आकृति वा बनौटलाई नवीन एवं मौलिक रुपमा प्रस्तुतगरी औद्योगिक ढाँचाको प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

तसर्थ जडिबुटी र सारतेल उत्पादकले आफ्नो उत्पादनलाई नवीन एवं मौलिक बनौटको भाँडामा बिक्री-वितरण गर्दा बौद्धिक सम्पत्ति अन्तर्गत औद्योगिक ढाँचाको संरक्षण प्राप्त हुन्छ । यसरी औद्योगिक ढाँचाको संरक्षण प्राप्त गर्न निम्न बमोजिमका आधार तथा प्रक्रियाहरु आवश्यक पर्दछन्:

क. दर्ता हुने औद्योगिक ढाँचा नवीन एवं मौलिक हुनुपर्दछ ।

ख. तयार गरिएका औद्योगिक ढाँचालाई आँखाले हेरेर मूल्याङ्कन गर्न सकिने हुनुपर्दछ ।

ग. तयार गरिएका औद्योगिक ढाँचाले सदाचार वा नैतिकताको विपरित सन्देश प्रवाह गरेको हुनु हुदैन । साथै सो औद्योगिक ढाँचाले राष्ट्रिय हितलाई प्रतिकुल असर नपर्ने वा सो ढाँचा पहिले नै अरुले दर्ता नगरेको हुनुपर्दछ ।

माथि उल्लेखित आधारहरु रहेको अवस्थामा आफ्नो औद्योगिक ढाँचा दर्ता गराउन इच्छुक व्यक्तिले आफ्नो औद्योगिक ढाँचाको विवरणसहितको नक्शा तथा रेखाङ्कन र चार प्रति नमुना अनुसुची ३ बमोजिमको ढाँचामा तयार पारी उद्योग विभागमा निवेदन दिनुपर्दछ । यसरी प्राप्त गरिएको औद्योगिक ढाँचाको संरक्षण दर्ता भएको मितिबाट ५ वर्षसम्म प्राप्त हुनेछ । ५ वर्ष पछिको हकमा सम्बन्धित औद्योगिक ढाँचाको धनीले आफ्नो औद्योगिक ढाँचालाई नवीकरण गर्दै लान सक्दछन् । औद्योगिक ढाँचा नवीकरणको निमित्त आवश्यक दरखास्तको ढाँचा अनुसुची ४ मा दिइएको छ ।

प्रतिलिपि अधिकार ऐन, २०५९

सम्भन्नु पर्छ र सो शब्दले देहायका रचना समेतलाई जनाउछ:-

(१) किताब, पर्चा, लेख, शोधपत्र,

(२) नाटक, नाट्य-संगीत, मुक चित्र र यस्तै किसिमले मञ्चनका लागि तयार गरिएका रचना,

(३) शब्द सहित वा शब्द रहित सांगीतिक रचना,

(४) श्रव्य दृश्य रचना,

(५) आर्किटेक्चरल डिजाइन,

(६) चित्रकला, पेन्टिङ्ग, मूर्तिकला, काष्ठकला, लिथोग्राफी र आर्किटेक्चर सम्बन्धी अन्य रचना,

(७) फोटोजन्य रचना,

(८) प्रयोगात्मक कलासम्बन्धी रचना,

(९) उद्धरण, मानचित्र, योजना, भूगोल सम्बन्धी त्रि-आयामिक रचना, टोपोग्राफी र वैज्ञानिक लेख रचना,

(१०) कम्प्युटर प्रोग्राम ।

५.४. प्रतिलिपि अधिकार

प्रतिलिपि अधिकार अन्तर्गत लेख, कला, संगीत, ध्वनी रेकर्डिङ्ग, चलचित्र, प्रसारण आदिको संरक्षण गर्न सकिन्छ । यस सन्दर्भमा जडिबुटी र सारतेलको विज्ञापन/प्रचार गर्न उत्पादकले प्रयोग गर्ने व्यापारिक सन्देश, नारा आदिलाई पनि प्रतिलिपि अधिकार अन्तर्गत संरक्षण गर्न सकिन्छ ।

कुनै रचनाकारले प्रतिलिपि अधिकार प्राप्त गर्न निम्न बमोजिमका आधार पुरा गर्नु पर्ने हुन्छ:

क. रचनाकारको रचना कुनै लेख, कला, संगीत, ध्वनि रेकर्डिङ्ग, चलचित्र, प्रसारण आदिको रुपमा हुनुपर्दछ ।



ख. सो रचनाको सिर्जना गर्दा रचनाकारले आफ्नै कला, श्रम र सीपको अभ्यास गरेको हुनुपर्दछ ।

प्रतिलिपि अधिकार ऐन, २०५९ का अनुसार प्रतिलिपि अधिकार प्राप्त गर्न आफ्नो रचनालाई दर्ता गर्नु जरुरी हुँदैन । यद्यपि आफ्नो रचनालाई दर्ता गर्न इच्छुक रचनाकारले अनुसुची ६ मा दिइएको ढाँचामा आफ्नो रचनालाई दर्ता गर्न निवेदन दिन सक्दछन् । यसरी प्रतिलिपि अधिकारको संरक्षणको हेतुले आफ्नो रचनालाई दर्ता गराउन प्रतिलिपि अधिकार रजिष्ट्रारको कार्यालयमा निवेदन दिन सकिन्छ ।

पेटेण्ट डिजायन र ट्रेडमार्क ऐन, २०२२

“डिजाइन” भन्नाले कुनै प्रकारले तयार गरी बनाइएको वस्तुको छाँट रूप वा आकार सम्भन्नु पर्छ ।

डिजाइनमा दर्ता भएको मितिले पाँच वर्षसम्म डिजाइनवालाको हक कायम हुनेछ ।

प्रतिलिपि अधिकार ऐन, २०५९

७ आर्थिक अधिकार: देहाय बमोजिमको कार्य गर्न पाउने अधिकार रचयिता वा प्रतिलिपि अधिकारको धनीलाई मात्र हुनेछ :-

- (क) रचनाको पुनरुत्पादन गर्ने,
- (ख) रचनाको अनुवाद गर्ने,
- (ग) रचनाको परिमार्जन वा संशोधन गर्ने,
- (घ) संयोजनलगायत रचनाको अन्य रूपान्तरण गर्ने,
- (ङ) रचनाको मूल र प्रतिलिपि सर्वसाधारणको लागि विक्री-वितरण वा बहालमा दिने,
- (च) श्रव्य दृश्य रचना, ध्वनिअङ्कन समाविष्ट रचना, कम्प्युटर कार्यक्रम, तथ्याङ्कमा आधारित वा ग्राफ स्वरूपमा रहेको साङ्गीतिक रचनाको आफूलाई प्राप्त अधिकार हस्तान्तरण गर्ने वा बहालमा दिने,
- (छ) रचनाको प्रतिलिपि आयात गर्ने,
- (ज) मूल रचना वा सो रचनाको प्रतिलिपिको सार्वजनिक प्रदर्शन गर्ने,
- (झ) रचनाको प्रस्तुति गर्ने,
- (ञ) रचनाको प्रसारण गर्ने,
- (ट) रचनाको सार्वजनिक सञ्चार गर्ने ।

८. नैतिक अधिकार: (१) कुनै रचनामा रचयिताको आर्थिक अधिकारनिहित रहे वा नरहेको जेसुकै भए तापनि त्यस्तो रचयितालाई देहाय बमोजिमको नैतिक अधिकार प्राप्त हुनेछ :-

- (क) आफ्नो रचनाका प्रतिहरुमा वा आफ्नो रचना सार्वजनिक रुपमा प्रयोग गरिएमा त्यस्तो रचनामा आफ्नो नाम उल्लेख गर्न लगाउने,
- (ख) आफ्नो रचनामा वास्तविक नाम उल्लेख नगरी छद्म नाम उल्लेख गरिएको भएमा त्यस्तो रचनाको सार्वजनिक रुपमा प्रयोग गर्दा त्यस्तो छद्म नाम उल्लेख गर्न लगाउने,
- (ग) आफ्नो रचनालाई बढ्याई वा विकृत रुपमा प्रस्तुत गरी निजले आर्जन गरेको सम्मान वा ख्यातिलाई गिराउने जस्ता कार्य रोक्ने,





अनुसूची

अनुसूची-१

(व्यापार चिन्ह (ट्रेडमार्क) दर्ताको निम्ति आवेदन फाराम)

श्रीमान महा-निर्देशकज्यू,
उद्योग विभाग
त्रिपुरेश्वर, काठमाडौं ।

मैले यसै निवेदनसाथ संलग्न नमूना अनुसारको व्यापार चिन्ह (ट्रेडमार्क) तपसिल बमोजिमको विवरणको अधीनमा रही प्रचलनमा ल्याउने भएको र प्रचलनमा ल्याएकोले सो को ४ प्रति नमूना र दरखास्त दस्तुर संलग्न राखी व्यापार चिन्ह दर्ताको लागि दरखास्त दिएको छु । नियमानुसार व्यापार चिन्ह दर्ता गरी प्रमाणपत्र दिनु हुन अनुरोध गर्दछु ।

आवेदन सम्बन्धी विस्तृत विवरण

१. व्यापार चिन्ह धनी (व्यक्ति, कम्पनी, वा अन्य संघ संस्था) को पूरा नाम :

२. व्यापार चिन्ह धनीको पूरा ठेगाना :

अञ्चल..... जिल्ला.....
गाँउ/नगर.....टोल/ब्लक नं..... फोन
फ्याक्स नं.....पोष्ट बक्स नं..... ईमेल.....

माथि उल्लेखित विवरणमा कुनै परिवर्तन भएमा एक हप्ताभित्र संशोधित विवरण अभिलेख गराउने छु ।

३. प्रस्तावित व्यापार चिन्हको विवरण :

	चिन्हको नमूना
क. चिन्हको विवरण.....	
ख. अन्तरराष्ट्रिय वर्ग	
ग. प्रयोगमा आईसकेको भए सोको मति.....	
घ. चिन्ह प्रयोग हुने वस्तु वा सेवा	

४.प्रस्तावित चिन्हमा प्रयोग गरिएको शब्द, संकेत वा चित्रको उत्पत्ति, चयन र तात्पर्य सम्बन्धी अभिव्यक्ति :

५. व्यापार चिन्ह संयोजनमा एकाधिकार रहने तथा नरहने पक्षहरु :

एकाधिकार रहने पक्षहरु	एकाधिकार नरहने पक्षहरु

६. प्रस्तावित व्यापार चिन्ह सम्बन्धमा पछि प्याटेन्ट, डिजाईन तथा ट्रेडमार्क ऐन २०२२ को दफा १८ को उपदफा (१) को प्रतिबन्धात्मक वाक्यांशमा उल्लेखित अवस्था विद्यमान रहेको पाईएमा सोही दफाको उपदफा (३) बमोजिमको विभागीय कारवाहीको भागी हुनेछु ।

७. प्रस्तावित चिन्ह दर्ता भैसकेपछि ऐनको दफा १८ (ग) बमोजिम १ वर्ष भित्र प्रचलनमा ल्याई विभागलाई प्रचलनमा आएको मिति प्रमाणित रुपमा अविलम्ब जानकारी दिनेछु । जानकारी नदिए विभागले व्यापार चिन्ह खारेज गरेमा मेरो मंजूरी छ ।

८. ऐनको दफा १६ (२), दफा २३ (क) र दफा १८ (ख) उल्लंघन गर्ने छैन ।

९. संलग्न कागजातहरु (कागजातको पछाडि निवेदकको हस्ताक्षर हुनु पर्नेछ)
- (क) व्यापार चिन्ह प्रयोग गरिने वस्तु वा सेवासंग सम्बन्धित व्यवसाय संचालन गर्ने अनुमति पत्र वा प्रमाणपत्र ।
 - (ख) व्यापार चिन्ह शब्द वाहेक प्रतीक, चित्रण, रंग संयोजन वा मिश्रित अवस्थाको भएमा चिन्ह प्रयोग हुने वस्तु वा सेवा समेत उल्लेख भएका सकभर ८ से.मी. ८ से.मी. का ४ प्रति नमूनाहरु ।
 - (ग) प्रतिनिधि मनोनयन गरिएको भए अधिकारनामा ।
 - (घ) प्रस्तावित व्यापार चिन्ह पहिलेदेखि प्रचलनमा रहेको भए प्रमाणित मिति सहितको सबूद ।

१०. प्रस्तावित व्यापार चिन्ह मेरो आफ्नै मौलिक चयन हो । पूर्ण वा आंशिक रुपमा पनि अरु कसैको नक्कल गरेको होइन । साबिकमा कसैले आवेदन गरेको वा प्रचलनमा ल्याई ख्याती आर्जन गरिसकेको देखिएमा वा पेरिस कन्भेन्सनअनुसार संरक्षण गरिदिनु पर्ने चिन्ह भएमा यो ट्रेडमार्क जुनसुकै बखत खारेज गरी दिएमा मेरो मञ्जुरी छ । उल्लेखित सम्पूर्ण व्यहोरा ठीक साँचो हो भन्नुठा ठहरिएमा कानुन बमोजिम सहुंला बुझाँउला ।

निवेदकको दस्तखत

११. पत्राचारको पुरा ठेगाना
अञ्चल..... जिल्ला..... गाँउ/नगर..... टोल/ब्लक नं.....
फोन :..... फ्याक्स नं.....पोष्ट बक्स नं..... ईमेल.....

आवेदकका पूरा नाम र हैसियत :..... हस्ताक्षर.....
ठेगाना.....मिति.....

१२. साक्षीको नाम, थर, ठेगाना र हस्ताक्षर (दुई जना) :
१).....
२).....

अनुसूची-२

(ट्रेडमार्क नवीकरणका लागि दिनुपर्ने निवेदनको ढाँचा)

श्री नेपाल सरकार
उद्योग मन्त्रालय
उद्योग विभाग
त्रिपुरेश्वर, काठमाडौं

मैले / हामीले मिति मा दर्ता गरीमा लगाई राखेको ट्रेडमार्कको दर्ता अवधि समाप्त भएकोले नवीकरणवापत् लाग्ने दस्तुर संलग्न छ । नवीकरण गरिदिनु हुन अनुरोध गर्दछु / गर्दछौं ।

दरखास्तवालाको सही
ठेगाना:-
मिति:-

अनुसूची-३

(डिजाइन दर्ताका लागि दिनुपर्ने निवेदनको ढाँचा)

श्री नेपाल सरकार
उद्योग मन्त्रालय
उद्योग विभाग
त्रिपुरेश्वर, काठमाडौं

मैले / हामीले यसैसाथ संलग्न नमुना बमोजिमको बनाएकोले/बनाउन लगाएकोले डिजाइनको सम्पूर्ण विवरणसहितको नक्सा तथा रेखाङ्कन र चार प्रति नमुना र दरखास्त दस्तुर संलग्न राखी डिजाइन दर्ताको लागि दरखास्त दिएको छु / दिएका छौं । मेरो / हाम्रो नाममा डिजाइन दर्तागरी सोको प्रमाणपत्र दिनु हुन अनुरोध गर्दछु/गर्दछौं ।

साक्षी:- १ दर्खास्तवालाको सही
२ ठेगाना:-
मिति:-

अनुसूची-४

(डिजाइनको दर्ता नवीकरणका लागि दिनुपर्ने निवेदनको ढाँचा)

श्री नेपाल सरकार
उद्योग मन्त्रालय
उद्योग विभाग
त्रिपुरेश्वर, काठमाडौं

मैले / हामीले मितिमा दर्ता गरेकोको डिजाइनको दर्ता अवधि समाप्त भएकोले नवीकरण वापत लाग्ने दस्तुर संलग्न छ । नवीकरण गरी दिनु हुन अनुरोध गर्दछु / गर्दछौं ।

दरखास्तवालाको सही:-
ठेगाना:-
मिति:-

अनुसूची-५

(दावी विरोधको लागि निवेदनको ढाँचा)

नेपाल सरकार
उद्योग मन्त्रालय
उद्योग विभाग
त्रिपुरेश्वर, काठमाडौँमा प्रस्तुत गरेको
दावी विरोध
..... दावी विरोधकर्ता
विरुद्ध
..... निवेदक
विषय: ट्रेडमार्क दर्ता
निवेदकको निवेदन दर्ता नं.:
कम्प्यूटर फाइल मिति:
ट्रेडमार्क:
वस्तु:.....
उपरोक्त विषय वस्तुको सम्बन्धमा यस विभागद्वारा मिति मा प्रकाशित वर्ष संख्या को औद्योगिक सम्पत्ति बुलेटिनको सूचना एवं अर्न्तगत उपरोक्त ट्रेडमार्कहरु दर्ताको सम्बन्धमा दावी विरोधको लागि प्रकाशित सूचनाको म्यादभित्रै हामी दावी विरोधवापत् लाग्ने दस्तुर रु. १,०००/- यसैसाथ संलग्न गरी प्रस्तुत दावी विरोध प्रस्तुत गर्दछौं ।
१. दावी विरोधकर्ताले आफ्ना उत्पादनहरु ”.....” ब्राण्डबाट बिक्री-वितरण गर्दै आएको छ ।
२. “.....” मार्कको प्रयोग मा शुरु भई हाल दावी विरोधकर्ताले बिक्री-वितरण गर्ने सामाग्रीहरुमा उक्त मार्क प्रयोग गर्दै आइरहेको छ । प्रस्तुत “.....” मार्क दर्ता कायम रहेको दर्ताको विवरण तथा ट्रेडमार्क दर्ता प्रमाणपत्रहरु यसैसाथ समावेश गरेका छौं ।
३. दावी विरोधकर्ताले उक्त “.....” मार्कयुक्त निर्माण सामाग्रीहरु अनवरत रुपमा नेपालमा प्रचलन गर्दै आफ्नो हक-अधिकार निरन्तर रुपमा कायम गर्दै आइरहेको छ ।
४. निवेदकले दर्ता गराई पाउनको लागि प्रस्तुत गरेको उपरोक्त प्रस्तावित ”.....” शब्द प्रयोग गर्नुको एक मात्र उद्देश्य दावी विरोधकर्ताले दशकौंदेखि अन्तर्राष्ट्रिय जगतको साथै नेपालमा समेत कमाएको अमूल्य ख्याति एवं प्रतिष्ठाको नाजायज तवरबाट फाइदा उठाउनु एवं दावी विरोधकर्ताको उक्त ”.....” मार्कको विशिष्टताको उद्घर्षण एवं अवमूल्यन गर्नु हो ।
५. पेटेन्ट डिजाइन र ट्रेडमार्क ऐन, २०२२ को दफा १६(२) ले कुनै व्यक्तिको नाममा दर्ता भएको ट्रेडमार्क अरु कसैले नक्कल गर्न वा प्रयोग गर्न गराउन बन्देज गरेको छ । सोही ऐनको दफा १८(१) को प्रतिबन्धात्मक वाक्यांशले ट्रेडमार्क दर्ताको लागि परेको निवेदनबाट कुनै व्यक्ति वा संस्थाको प्रतिष्ठामा धक्का पर्ने वा अरु कसैको ट्रेडमार्कको ख्यातिमा धक्का पर्ने सम्भावना छ भने वा सो ट्रेडमार्क पहिले अरु कसैको नाममा दर्ता भइसकेको देखिएमा सो ट्रेडमार्क दर्ता गर्न बन्देज गरेको छ । दावी विरोधकर्ताको नाममा दर्ता कायम रही भारत, नेपाललगायत अन्तर्राष्ट्रिय जगतमा निर्वाध रुपमा प्रचलनमा समेत आई प्रयोग हुँदै आइरहेको उक्त ”.....” ट्रेडमार्कको ख्याति एवं दावी विरोधकर्ताको प्रतिष्ठामा समेत धक्का पर्ने गरी प्रस्तावित ट्रेडमार्क दर्तागरी पाउनको लागि परेको निवेदकको निवेदन उपरोक्त कानूनी प्रावधानहरुको बर्खिलाफमा छ । साथै उक्त

प्रस्तावित ट्रेडमार्कहरु विपक्षीको नाममा दर्ता हुन नसक्ने प्रस्ट छ ।

१६. नेपाल पक्ष रहेको Paris Convention for the Protection of Industrial Property 1883 (”Paris Convention”) को Article 6bis ले समेत सदस्य राष्ट्रहरुले अन्तर्राष्ट्रिय रुपमा ख्यातिप्राप्त मार्क (well- known mark) को संरक्षण गर्नुपर्ने एवं त्यसको अनधिकृत दर्ता एवं प्रयोगमा बन्देज गर्नुपर्ने दायित्व तोकेको छ । साथै नेपाल पक्ष रहेको World Trade Organnization को Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (”TRIPS Agreement”) को Article 16.2 र 16.3 ले समेत सदस्य राष्ट्रहरुले ख्यातिप्राप्त मार्क (well-known mark) लाई Paris Convention को संरक्षण प्रदान गर्नु पर्ने दायित्व सुम्पेको छ । उपरोक्तमा उल्लेख गरे अनुसार दावी विरोधकर्ताको नाममा दर्ता रहेको उक्त ”.....” मार्क ख्यातिप्राप्त मार्क (well-known mark) रहेकोमा Paris Convention एवं TRIPS Agreement को बर्खिलापमा निवेदकको निवेदन अनुसार प्रस्तावित मार्कहरु निवेदकको नाममा दर्ता हुनसक्ने स्थिति छैन ।
१७. तसर्थ ट्रेडमार्क दर्ताको लागि पर्न आएको निवेदकको निवेदनमा यस विभागबाट मिति मा प्रकाशित वर्ष को संख्या को औद्योगिक सम्पत्ति बुलेटिनको सूचना क्र.सं. मा सूचना प्रकाशित गरेको काम कारवाही उपरोक्तमा उल्लेख भए अनुसार पेटेन्ट डिजाइन र ट्रेडमार्क ऐनको साथै Paris Convention एवं TRIPS Agreement को प्रतिकूल भएकोले निवेदकको उक्त निवेदनपत्रहरुको साथै उक्त निवेदनपत्रको आधारमा थालिएको सम्पूर्ण काम कारवाही अविलम्ब खारेज गरी पाउँ ।
१८. साथै दावी विरोधकर्ताको नाममा प्रचलनमा रहेको ”.....” मार्कसित मिल्दो-जुल्दो कुनै पनि ट्रेडमार्कको प्रयोग एवं प्रचलन नगर्नु नगराउनु भनी विपक्षीलाई सचेत समेत गराई पाउँ ।
- भवदीय,
- दावी विरोधकर्ता

ईति सम्बत् साल माघ..गते रोज ...शुभम्।

अनुसूची-६

(रचना, ध्वनिअङ्कन, प्रस्तुति वा प्रसारण दर्ताको लागि दिइने निवेदनको ढाँचा)

श्रीमान् रजिष्ट्रारज्यू,
नेपाल प्रतिलिपि अधिकार रजिष्ट्रारको कार्यालय ।

प्रतिलिपि अधिकार नियमावली, २०६१ बमोजिम निम्न रचना दर्ता गराउनको लागि देहायको विवरण खुलाई निवेदन गरेको छु ।

१. रचयिता, ध्वनिअङ्कन, प्रस्तुति वा प्रसारण धनीको नाम :
२. ठेगाना :
३. नागरिकता :
४. जन्म मिति :
५. रचना भए,-

(क) नाम र पृष्ठ :

(ख) भाषा :

(ग) रचना पूरा भएको मिति :

(घ) रचना पहिले प्रकाशन भएको देश र मिति :

(ङ) प्रकाशन संख्या :

(च) अन्य कुरा :
६. ध्वनिअङ्कन, प्रस्तुति वा प्रसारण भए सो सम्बन्धी विवरण :
७. रचना, ध्वनिअङ्कन, प्रस्तुति वा प्रसारणको स्वामित्व प्रमाणित गर्ने कागजात वा प्रमाण :
८. अन्य विवरण :

(क)

(ख)

(ग)

(घ)
९. यो रचना मेरो मौलिक हो । भुटा ठहरे कानून बमोजिम सहँला/बुझाउँला ।

निवेदकको-
सही :
नाम :
ठेगाना :
मिति :
सम्पर्क नं. :

अनुसूची-७

(प्रतिलिपि अधिकार हनन्सम्बन्धी उजुरीको ढाँचा)

(नियम ३ को उपनियम (१) सँग सम्बन्धित)

श्री मा चढाएको

उजुरी

१. उजुरी वा सूचना दिने व्यक्तिको नाम, थर र ठेगाना :-

२. कुन अपराधसम्बन्धी उजुरी वा सूचना गरेको हो :-

३. अपराध गर्ने व्यक्तिको नाम, थर, ठेगाना र हुलिया :-

४. अपराध भएको वा भैरहेको वा हुने सम्बन्धित ठाउँ, मिति र समय:-

५. उजुरी वा सूचनाको व्यहोरा:-

६. उजुरीलाई पुष्टि गर्ने कुनै प्रमाण भए सो कुरा:-

७. अपराधसँग सम्बन्धित अन्य विवरण:-

८. यो उजुरीको व्यहोरा ठीक साँचो छ, भुट्टा व्यहोरा लेखेको ठहरे कानून बमोजिम सहँला, बुझाउँला । अनुसन्धान अधिकृतद्वारा केस तहकिकात हुँदा वा अदालतमा मुद्दा चल्दाका बखत उपस्थित हुनुपर्ने जनाउ पाए सो बमोजिम उपस्थित हुनेछु ।

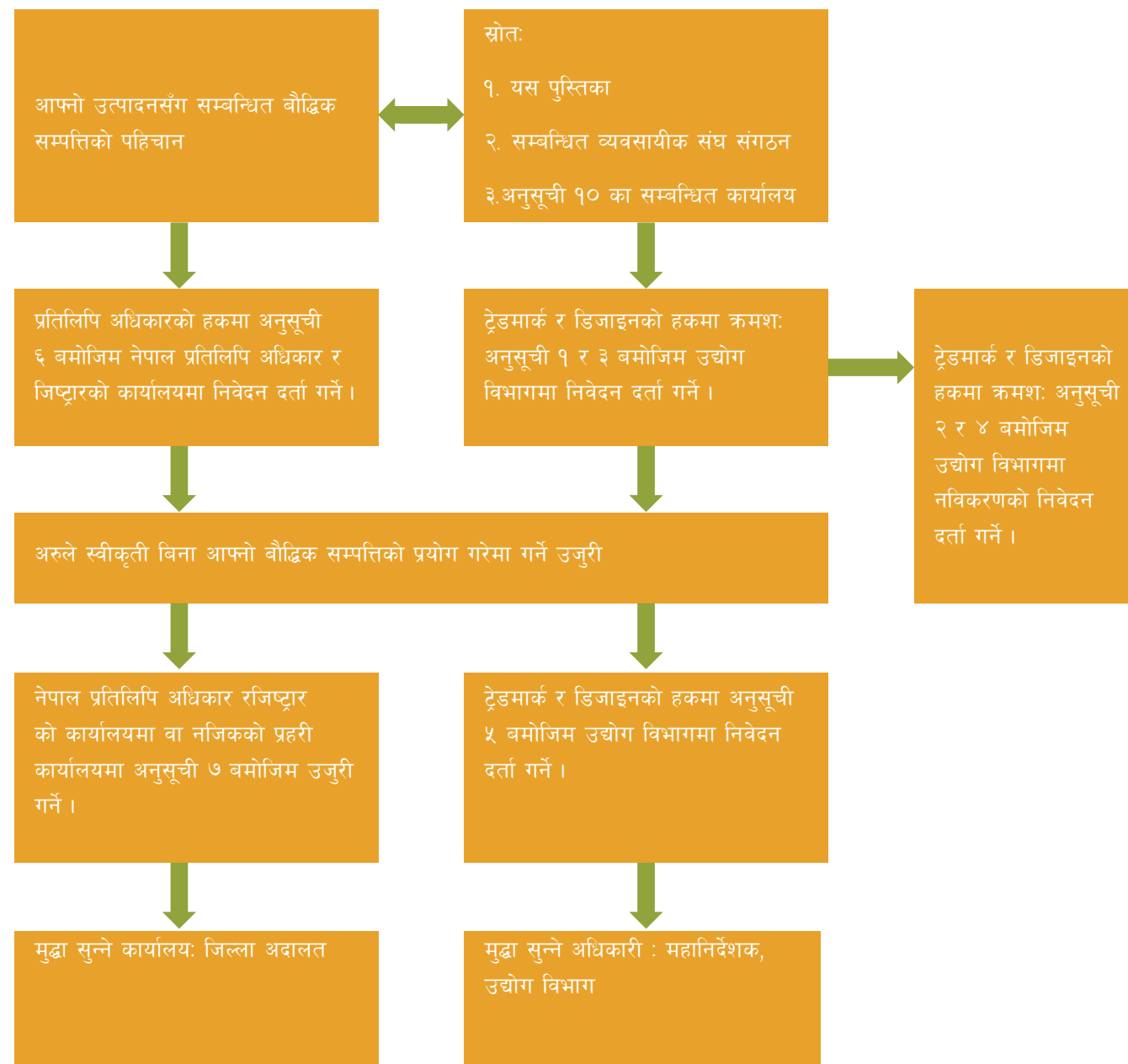
उजुरी वा सूचना दिनेको :-

सही :-

मिति :-

अनुसूची-८

(बौद्धिक सम्पत्ति दर्ता प्रक्रिया)



अनुसूची-९

(नेपाली ट्रेडमार्कका केही उदाहरण)



अनुसूची-१०

(बौद्धिक सम्पत्तिसँग सम्बन्धित कार्यालयहरु)

नेपाल प्रतिलिपि अधिकार रजिष्ट्रारको कार्यालय
डिल्लीबजार, कालिकास्थान, काठमाडौं, नेपाल ।
पोष्ट बक्स नं. ४३०

फोन नं. ९७७-१-४४३९९४४

E-mail: info@nepalcopyright.gov.np

Website: www.nepalcopyright.gov.np

नेपाल सरकार

उद्योग मन्त्रालय

उद्योग विभाग

त्रिपुरेश्वर, काठमाडौं, नेपाल

फोन नं. ४-२६१-२०३, ४-२६१-३०२, ४-२६८, ४-२६१-१६९

E-mail: info@doind.gov.np





© GIZ

Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

पो.ब.नं. १४५७
काठमाडौं, नेपाल
फोन : +९७७-१-५५५५२८९
फ्याक्स : +९७७-१-५५२९७१२
ईमेल: trade@giz.org.np
वेबसाइट: www.nepaltrade.org

प्रत्यायोजन गर्ने :

BMZ  Federal Ministry
for Economic Cooperation
and Development