



## ՆՇԱՆԻ ԱՏԵՂԾՈՒՄ

Ընդհանուր գիտելիքներ «Ապրանքային  
նշանները փոքր ու միջին ձեռնարկություն-  
ների համար» թեմայի վերաբերյալ

ՀՏԴ 347.77:334  
ԳՄԴ 67.99(2Հ) 3+65.5  
Ն 830

**Նշանի ստեղծում.-Երևան:**

Ն 830 Մտավոր սեփականության գործակալություն, 2010 - 40 էջ:

Ընդհանուր գիտելիքներ «Ապրանքային նշանները փոքր ու միջին ձեռնարկությունների համար» թեմայի վերաբերյալ,

ՀՏԴ 347.77:334  
ԳՄԴ 67.99(2Հ) 3+65.5

**Զգուշացում.** Սույն ձեռնարկում պարունակվող տեղեկությունը չի փոխարինում մասնագիտական իրավաբանական խորհրդատվությանը: Ձեռնարկի հիմնական նպատակը առարկայի վերաբերյալ ընդհանուր տեղեկություններ ապահովելն է:

Սույն ձեռնարկը թարգմանվել, «Ապրանքային նշանների մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքին համապատասխանեցվել է վերարտադրվել է Մտավոր Սեփականության Համաշխարհային Կազմակերպության (ՄՍՀԿ) նախապես ձեռք բերված գրավոր թույլտվությամբ: Անգլերեն բնօրինակ ձեռնարկի նկատմամբ հեղինակային իրավունքը պատկանում է ՄՍՀԿ-ին: Բնօրինակը մատչելի է [www.wipo.int/sme/en/documents/guides](http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides) ինտերնետային կայքից: ՄՍՀԿ-ն պատասխանատու չէ համապատասխանեցված տարբերակի ճշտության համար. պատասխանատվությունը կրում է Հայաստանի Հանրապետության Մտավոր սեփականության գործակալությունը:

ISBN 978-99941-2-361-2

© Մտավոր սեփականության գործակալություն, 2010թ, հայերեն թարգմանության համար

© ՄՍՀԿ, 2005, անգլերեն բնօրինակի համար

Սույն ձեռնարկի որեւէ մաս չի կարող վերարտադրվել կամ փոխանցվել որեւէ ձևով կամ եղանակով, էլեկտրոնային կամ մեխանիկական, առանց հեղինակային իրավունքի իրավատիրոջ գրավոր թույլտվության, բացառությամբ օրենքով թույլատրված ձևերի:



## ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

Սույն ձեռնարկը «Մտավոր սեփականությունը՝ բիզնեսի համար» շարքից առաջինն է: Տվյալ ձեռնարկը նվիրված է ապրանքային նշաններին, որը ցանկացած ձեռնարկության մարկետինգի եւ բրենդինգի համար հանդիսանում է ռազմավարության հիմնական տարր:

Ձեռնարկի նպատակն է պարզաբանել ապրանքային նշանի նշանակությունը գործարարության տեսանկյունից: Գրքույկի մատուցվող նյութը գործնական է եւ բացատրությունները ներկայացված են պատկերավոր օրինակների եւ նկարների միջոցով՝ ընթերցողի ընկալումը բարձրացնելու նպատակով: Փոքր եւ միջին ձեռնարկությունները (ՓՄՁ) քաջալերվում են օգտագործել ձեռնարկը այն նպատակով, որ իրենց կողմից մշակված ինտեգրման ռազմավարությունը ապրանքային նշանի մասով ներառվի անմիջականորեն իրենց ընդհանուր բիզնեսի ռազմավարության մեջ:

ՄՍՀԿ-ն ակնկալում է ստանալ ընթերցողի կարծիքը ապագայում ձեռնարկը բարելավելու նպատակով և համոզվելու, որ ձեռնարկը համապատասխանում է աշխարհի բոլոր երկրների ՓՄՁ-ի պահանջներին:

**Մտավոր սեփականության  
համաշխարհային կազմակերպություն**

# ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

Էջ

1. <u>Ապրանքային նշաններ</u>	3
2. <u>Ապրանքային նշանների պահպանությունը</u>	16
3. <u>Ապրանքային նշանի տեսակները</u>	30
4. <u>Ապրանքային նշանների օգտագործումը</u>	34
5. <u>Ապրանքային նշանների պաշտպանությունը</u>	39

## 1. Ապրանքային նշաններ

### Ինչ է ապրանքային նշանը

Ապրանքային նշան՝ ցանկացած նիշ է, որն օգտագործվում է մեկ անձի ապրանքները եւ (կամ) ծառայություններն այլ անձի ապրանքներից եւ (կամ) ծառայություններից տարբերելու համար.

Ցանկացած տարբերակիչ **բառեր, տառեր, թվեր, գծագրեր, պատկերներ, չափեր, գույներ, լոգոների տեսակներ, պլիտակներ կամ դրանց համակցություններ**, որոնք օգտագործվում են ապրանքները կամ ծառայությունները տարբերակելու համար, կարող են համարվել ապրանքային նշաններ: Որոշ երկրներում, **գովազդող կարգախոսները**, նույնպես կարող են համարվել ապրանքային նշաններ եւ կարող են ստանալ գրանցում ազգային մարմիններում: Վերջերս ավելի շատ երկրներ են թույլատրում ոչ ավանդական ապրանքային նշանների գրանցում, որոնք ներառում են այնպիսի նիշեր, ինչպիսին են միայն միագույն նշանները, ծավալային (օրինակ՝ փաթեթավորումների կամ ապրանքների չափսը) ձայնային նիշերը (հնչյուններ) կամ հոտառական նիշերը (հոտեր): Հայաստանի

Հանրապետությունում նման նշանները պահպանվում են ապրանքային նշանների մասին օրենքով, բայց Հայաստանը նման նախադեպ չունի, բացառությամբ ծավալայինների: Այնուամենայնիվ, շատ երկրներ սահմանափակումներ են նախատեսում գրանցվող ապրանքային նշանների նկատմամբ, հիմնականում թույլատրելով այն նիշերի գրանցումները, որոնք տեսանելի եւ շոշափելի են կամ կարող են ներկայացվել գծագրի տեսքով:



## Ինչի՞ համար են ապրանքային նշանները

Ապրանքային նշանների հիմնական գործառույթն է սպառողներին հնարավորություն տալ **տարբերել կոնկրետ կազմակերպության արտադրանքը** (լինի դա ապրանք, թե ծառայություն) այնպես, որ հնարավոր լինի այն **տարբերակել մրցակից կազմակերպությունների կողմից առաջարկվող նմանատիպ ապրանքներից**: Այն սպառողները, ովքեր գոհ են մնացել տվյալ արտադրանքից, հավանական է, որ ապագայում կրկին կգնեն կամ կօգտագործեն տվյալ արտադրանքը: Դրա համար էլ նրանք պետք է

կարողանան հեշտությամբ տարբերակել նույն եւ նույնատիպ ապրանքները:

Կազմակերպություններին հնարավորություն տալով տարբերակել իրենց արտադրանքը և իրենց կազմակերպությունները մյուս մրցակից կազմակերպություններից և նրանց արտադրանքից՝ ապրանքային նշանները առանցքային դեր են խաղում կազմակերպության **բրենդինգային և մարքեթինգային** ռազմավարության, հեղինակության բարձրացման և կազմակերպության արտադրանքի **հեղինակությունը** սպառողների աչքում բարձրացնելու գործում: Կազմակերպության համբավն ու հեղինակությունը **վստահություն** են



ստեղծում,ինչն էլ հիմք է հանդիսանում **հավատարիմ հաճախորդներ** ձեռք բերելու և կազմակերպության **բարի համբավը** պահպանելու համար: Սպառողները հաճախ **զգայական կապվածություն** են ցուցաբերում որոշ ապրանքային նշանների հանդեպ՝ հիմնվելով այդպիսի ապրանքային նշանների մի շարք ցանկալի որակների կամ հատկանիշների վրա, որոնք մարմնավորված են տվյալ ապրանքային նշանը կրող ապրանքներում:

Ապրանքային նշանները նաև խթան են հանդիսանում կազմակերպությունների համար, որպեսզի պահպանեն կամ բարելավեն իրենց ապրանքների որակը համոզվելու համար, որ իրենց ապրանքային նշանը կրող արտադրանքն ունի լավ համբավ:

## Ապրանքային նշանների արժեքը

Մանրակրկիտ մշակված և ընտրված ապրանքային նշանը արժեքավոր բիզնես ներդրում է շատ կազմակերպությունների համար: Որոշ կազմակերպությունների համար էլ այն կարող է լինել իրենց ունեցած **ամենաարժեքավոր ակտիվը**: Աշխարհի ամենահայտնի ապրանքային նշանների արժեքները, ինչպիսիք են **Կոկա-կոլան** կամ **IBM**-ը, գերազանցում են 50 միլիարդ դոլարը (յուրաքանչյուրը): Մրա հիմնական պատճառն այն է, որ սպառողները գնահատում են ապրանքային նշանները, դրանց հեղինակությունը, համբավը և մի շարք ցանկալի որակներ, որ նրանք կապում են նշանի հետ և պատրաստ են ավելի շատ վճարել այն արտադրանքի համար, որի ապրանքային նշանը ծանոթ է իրենց և որն արդարացնում է իրենց սպասումները: Այդ իսկ պատճառով լավ համբավը և հեղինակությունն ունեցող ապրանքային նշան ունենալը կազմակերպությանը մրցունակ է դարձնում: Հայաստանի Հանրապետությունում, որպես օրինակ կարելի է բերել **"ԱՐԱՐԱՍ"** հանրահայտ ապրանքային նշանը:



## Ինչու՞ պետք է ձեր կազմակերպությունը պաշտպանի իր ապրանքային նշան(ներ)ը

Եթե շատ ձեռներեցներ հասկանում են ապրանքային նշանների կարևորությունը, որ տարբերակեն իրենց արտադրանքը մրցակիցների արտադրանքից, ոչ բոլորն են գիտակցում ապրանքային նշանների պահպանության և գրանցման կարևորությունը:

Գրանցումը, ըստ ապրանքային նշանների համապատասխան օրենքի, ձեր կազմակերպությանը **բացառիկ իրավունք է տալիս կանխել այլ կազմակերպությունների կողմից նույն կամ նույնատիպ նշանով ապրանքների արտադրությունը:**

Առանց ապրանքային նշանի գրանցման ձեր ներդրումները արտադրանքի մարքեթինգում կարող են անարդյունավետ լինել, քանզի մրցակից կազմակերպությունները կարող են օգտագործել նույն կամ շփոթեցնելու աստիճանի նմանակված ապրանքային նշաններ նույնատիպ ապրանքների համար: Եթե մրցակցի ապրանքային նշանը նման է ձեր արտադրանքի ապրանքային նշանին, դա կարող է շփոթության մեջ գցել սպառողներին և ձեր արտադրանքի

փոխարեն: Նրանք կարող են գնել մրցակցի արտադրանքը: Սա ոչ միայն կնվազեցնի ձեր կազմակերպության եկամուտը և մոլորության մեջ կգցի ձեր սպառողներին, այլ նաև կարող է վնաս հասցնել ձեր կազմակերպության հեղինակությանը և համբավին, հատկապես, եթե մրցակցի արտադրանքը որակով զիջում է ձեր կազմակերպության արտադրանքին: Ցույց տալով ապրանքային նշանների արժեքը և դրանց կարևորությունը արտադրանքի հաջողության հարցում, անհրաժեշտ է համոզվել, որ դրանք գրանցված են համապատասխան շուկաներում:

Հավելենք, որ **գրանցված ապրանքային նշանը կարող է լիցենզիայով տրվել այլ կազմակերպությունների՝** լրացուցիչ եկամուտ ապահովելով ձեր կազմակերպությանը, կամ կարող է հիմք հանդիսանալ **ֆրանչայզինգի** համար:

Երբեմն սպառողների շրջանում լավ հեղինակություն վայելող գրանցված ապրանքային նշանը կարող է օգտագործվել վարկեր ստանալու նպատակով այնպիսի ֆինանսավորող կազմակերպություններից, որոնք քաջ գիտակցում են բրենդների կարևորությունը բիզնեսի հաջողության գործում:



## Ապրանքային նշանները.

- ապահովում են, որ սպառողները կարողանան տարբերակել ապրանքները;
- հնարավորություն են տալիս կազմակերպություններին տարբերակել իրենց արտադրանքը;
- մարքեթինգի գործիք են և հիմք են ծառայում բրենդինգի, համբավի և հեղինակության ստեղծման գործում;
- լիցենզիայով տրվում են այլ կազմակերպություններին և եկամուտ են ապահովում ռոյալթիների միջոցով;
- ֆրանչայզինգի առանցքային բաղկացուցիչ մասերից են;
- կարող են լինել արժեքավոր բիզնես ներդրում;
- կազմակերպություններին քաջալերում են, որ ներդրումներ անեն արտադրանքի որակը պահպանելու կամ բարելավելու ուղղությամբ;
- կարող են օգտակար լինել ֆինանսավորում հայթայթելու համար:

## 2. Ապրանքային նշանների պահպանությունը

Ինչպես կարող է ձեր կազմակերպությունը պահպանել իր ապրանքային նշան(ներ)ը

Ապրանքային նշանները կարելի է պահպանել դրանք **գրանցելով** կամ, ինչպես որոշ երկրներում են անում, դրանք **օգտագործելով**: Նույնիսկ այնպիսի դեպքերում, երբ ապրանքային նշանները կարելի է պահպանել դրանք օգտագործելով, խորհուրդ է տրվում դրանք գրանցել: Ապրանքային նշանի գրանցումը հուսալիորեն կպահպանի այն, հատկապես, եթե վեճ առաջանա նույնական կամ շփոթելու աստիճանի նման ապրանքային նշանի հետ: Ապրանքային նշանի գրանցման համար արտոնագրային եւ ապրանքային նշանների հավատարմատարների ծառայությունները երբեմն շատ օգտակար են:

## Արդյոք ձեր կազմակերպության ֆիրմային անվանման գրանցումը բավական է

Շատ մարդիկ կարծում են, թե օրինականացնելով իրենց բիզնեսը և գրանցելով իրենց **ֆիրմային անվանումը** պետական ռեգիստրում, այդ անվանումը ինքնըստինքյան պահպանված կլինի որպես ապրանքային նշան: Սակայն դա սխալ ընկալում է: Շատ կարևոր է հասկանալ ֆիրմային անվանման և ապրանքային նշանի միջև տարբերությունը: **Ֆիրմային անվանումը ձեր բիզնեսի ամբողջական անվանումն է**, ինչպես օրինակ “Աշտարակ Կաթ ՍՊԸ” և որը անհատականացնում է ձեր կազմակերպությունը: Այն հաճախ վերջանում է ՓԲԸ, ՍՊԸ. և այլ նմանատիպ հապավումներով, որոնք ցույց են տալիս կազմակերպության իրավական– կազմակերպչական ձևեր:

**Ապրանքային նշանն այն նիշն է, որը տարբերակում է ձեր կազմակերպության արտադրանք(ներ)ը:** Մի կազմակերպություն կարող է ունենալ բազմաթիվ ապրանքային նշաններ: Օրինակ՝ Աշտարակ Կաթ ՍՊԸ.-ն կարող է իր արտադրանքներից մեկը

վաճառել Աշտարակ Կաթ ապրանքային նշանի տակ, մեկ ուրիշը՝ “Դելիս” կամ “Տուրքո” ապրանքային նշանների տակ: Կազմակերպությունները կարող են օգտագործել մեկ ապրանքային նշան՝ իրենց բոլոր արտադրանքները մակնշելու համար, որոշակի արտադրանքներ մակնշելու համար կամ մեկ տեսակի արտադրանքի համար: Որոշ կազմակերպություններ կարող են օգտագործել իրենց ֆիրմային անվանումը կամ դրա մի մասը որպես ապրանքային նշան և պետք է այդ դեպքում գրանցեն այն որպես ապրանքային նշան:

## Ով իրավունք ունի դիմելու ապրանքային նշանի գրանցման համար

Ընդհանրապես, ցանկացած անձ, ով ցանկանում է օգտագործել ապրանքային նշան կամ ցանկանում է, որ ինչ-որ երրորդ կողմ օգտագործի դա, կարող է դիմել գրանցման համար: Դա կարող է լինել ֆիզիկական կամ իրավաբանական անձ:

## Արդյոք պարտադիր է գրանցել կազմակերպության ապրանքային նշանը

Չնայած դա պարտադիր չէ, սակայն խորհուրդ է տրվում, քանի որ գրանցումը բացառիկ իրավունք է տալիս կանխել ապրանքային նշանի չթույլատրված օգտագործումը:

## Որոնք են ապրանքային նշանի գրանցման մերժման հիմնական պատճառները

Ապրանքային նշան ընտրելիս օգտակար է իմանալ, թե ինչ տեսակի նշաններն են անընդունելի գրանցման համար: Ապրանքային նշանի գրանցման հայտերը հաճախ մերժվում են այսպես կոչված “բացարձակ հիմքերի” դեպքում.

- **Ընդհանուր տերմիններ:** Օրինակ, եթե ձեր կազմակերպությունը մտադրված է գրանցել ԱԹՈՌ ապրանքային նշանը այթոռներ վաճառելու համար, նշանի գրանցումը կմերժվի, քանի որ «այթոռը» տվյալ արտադրանքի համար ընդհանուր օգտագործվող տերմին է:
- **Նկարագրական տերմիններ:**

Սրանք բառեր են, որ սովորաբար օգտագործվում են առևտրի մեջ, որպեսզի նկարագրեն որևէ արտադրանք: Օրինակ, շոկոլադներ արտադրող կազմակերպությանը կմերժեն գրանցել ՔԱՂՅՐ ապրանքային նշանը, քանի որ այն նկարագրական բնույթ ունի: Իսկապես անարդար կլինեն շոկոլադ արտադրող մի կազմակերպության բացառիկ իրավունք տալ “քաղցր” բառի օգտագործման համար: Նման կերպ որակ և գովեստ արտահայտող տերմինները, ինչպես ասենք “ԿՏՐՈՒԿ”, “ԼԱՎԱԳՈՒՅՆ”, “ԴԱՍԱԿԱՆ”, “ՆՈՐԱՐԱՐԱԿԱՆ”, հնարավոր է բողոքի առիթ դառնան, քանի որ տարբերակիչ նշանի մի մաս են հանդիսանում: Նման դեպքերում անհրաժեշտ է հայտում ներառել նշում, որ ապրանքային նշանի այդպիսի տարրը ենթակա չէ իրավական պահպանության եւ դրա նկատմամբ բացառիկ իրավունքներ չեն տրամադրվում:

- **Մոլորացնող ապրանքային նշան:** Սրանք այն ապրանքային նշաններն են, որ կարող են սպառողներին մոլորության մեջ գցել արտադրանքի բնույթի, որակի կամ աշխարհագրական ծագման հարցում:

Օրինակ, մարգարին արտադրելու համար հավանաբար կմերժվի ԿՈՎ ապրանքային նշանը, քանի որ այն սպառողներին մոլորության մեջ կարող է գցել՝ ապրանքային նշանը կապելով կաթնամթերքի հետ (օրինակ՝ կարագի):

• **Նշաններ, որոնք հակասում են հասարակության շահերին կամ բարոյականության սկզբունքներին:**

Որպես ապրանքային նշան չեն կարող գրանցվել այն նշանները, որոնք՝ ա) հակասում են հասարակության շահերին, մարդասիրության և բարոյականության սկզբունքներին կամ անբարեխիղճ մրցակցության կանխման կանոններին (գործարար շրջանառության սովորույթներին). բ) անհարիր են ազգային և հոգևոր արժեքներին:

• **Դրոշները, պետական զինանշանները, պետությունների և միջազգային կազմակերպությունների պաշտոնական դրոշմներն ու խորհրդանիշերը,** որոնց վերաբերյալ հաղորդում է ուղարկվել ՄՄՀԿ-ի միջազգային բյուրո, սովորաբար չեն գրանցվում:

Դիմումները մերժվում են “հարաբերական հիմքերով”, երբ ապրանքային նշանը հակասության

մեջ է լինում ավելի վաղ առաջնություն ունեցող ապրանքային նշանի իրավունքների հետ: Նույն տեսակի արտադրանքի նույնական (կամ շատ նման) երկու ապրանքային նշանները կարող են շփոթություն առաջացնել սպառողների մոտ: Ապրանքային նշանների գրանցմամբ զբաղվող որոշ մարմիններ ստուգում են, որ դրանք հակասության մեջ չլինեն գոյություն ունեցող ապրանքային նշանների հետ, ներառյալ չգրանցված հայտնի նշանների հետ, որպես գրանցման գործընթացի սովորական մաս, այնինչ շատ ուրիշներ դա անում են, երբ ապրանքային նշանի հրապարակումից հետո ապրանքային նշանի գրանցման դեմ բողոք է ներկայացնում երրորդ կողմը: Երկու դեպքում էլ եթե նույնատիպ արտադրանքի ապրանքային նշանը նույնական է գոյություն ունեցող այլ ապրանքային նշանին կամ շփոթություն է առաջացնում, նրա գրանցումը մերժվում է:

Այսպիսով, իսելամիտ կլինի չօգտագործել այնպիսի ապրանքային նշաններ, որոնք, նման լինելով գոյություն ունեցող ապրանքային նշաններին, կարող են մոլորության մեջ գցել սպառողին:

Ինչ պետք է հիշել, երբ ընտրում կամ ստեղծում եք ապրանքային նշան

Ապրանքային նշան ստեղծելը կամ ընտրելը կարևոր քայլ է, քանի որ այն ձեր բիզնեսի մարքեթինգի ռազմավարության կարևոր բաղկացուցիչն է: Այսպիսով, որն է ձեր ապրանքների համար ապրանքային նշան: Ըստ էության, կոնկրետ կանոններ չկան: Բայց օգտակար կլինի

հետևյալ ցանկը.

**Հինգ կարևոր կետ՝ ձեր կազմակերպության ապրանքային նշանն ընտրելու համար**

- Ստուգեք, որ ձեր ընտրած ապրանքային նշանը համապատասխանի գրանցման համար անհրաժեշտ բոլոր **իրավական պահանջներին**:
- **Փնտրեք ապրանքային նշանը** գոյություն ունեցող ապրանքային նշանների մեջ, որպեսզի համոզվեք, որ այն նույնը չէ կամ շփոթելու աստիճան նման չէ գոյություն ունեցող ապրանքային նշաններին :
- Համոզվեք, որ ապրանքային նշանը **հեշտ է ընթերցել, գրել, արտասանել և հիշել**, և հարմար է բոլոր տեսակի գովազդող միջոցների համար:
- Համոզվեք, որ նշանն **անցանկալի**

**այլ իմաստներ** չունի ձեր մայրենի լեզվում կամ արտահանվող երկրների լեզուներում:

- Ստուգեք, որ համապատասխան **դրմեն անվանումն** (այսինքն՝ ինտերնետ հասցեն) ազատ է գրանցման համար:

Երբ մեկ կամ մի քանի բառեր եք ընտրում որպես ապրանքային նշան, պետք է հաշվի առնեք տվյալ բառերի իմաստը.

- **Ստացածին բառեր:** Մրանք հորինված բառեր են, որոնք ինչ-որ կոնկրետ իմաստ չունեն: Այսպիսի բառերը հեշտ է պահպանելը, քանի որ դրանք ըստ էության հենց տարբերակող բնույթ ունեն: Սակայն դրանց բացասական կողմն էլ այն է, որ սպառողները դժվարությամբ կհիշեն, որն էլ լրացուցիչ ջանքեր կպահանջի արտադրանքը գովազդելիս:
- **Պայմանական նշաններ:** Մրանք այն բառերն են, որոնց իմաստը կապ չունի գովազդվող արտադրանքի հետ: Չնայած այս տեսակի նշանները հեշտ է պահպանել, դրանց գովազդը մեծ ջանքեր կպահանջի, որպեսզի նշանի և արտադրանքի միջև որեւէ կապ առաջացնի սպառողների մոտ:

Օրինակ՝ **ՓԻՂ** ապրանքային նշանը բջջային հեռախոսի մարքեթինգի համար:

• **Առաջարկող նշաններ:** Մրանք այն նշաններն են, որ ինչ-որ կերպ հուշում են արտադրանքի մասին: Նման նշանների գրավիչ կողմն այն է, որ դրանք կարող են գովազդի մի ձև լինել: Մի փոքր ռիսկ է պարունակում այն փաստը, որ որոշ երկրներում առաջարկող նշանները կարող են համարվել արտադրանքը նկարագրող: Օրինակ՝ **ԱՐԵՎՈՏ** ապրանքային նշանը էլեկտրական տաքացուցիչների մարքեթինգի համար կարող է հուշել, որ արտադրանքը ջերմություն է տալիս և կարող է տաքացնել ձեր տունը: Սակայն ապրանքային նշանների գրանցման որոշ մարմիններ կարող են համարել, որ նշանը չափազանց նկարագրական է և չգրանցեն այն:

Անկախ նրանից, թե ինչ նշան էք դուք ընտրում, կարևոր է խուսափել գոյություն ունեցող ապրանքային նշանի նմանակումից: Մրցակցի ապրանքային նշանի թեթևակիորեն փոփոխված տարբերակի կամ հանրահայտ նշանի սխալ գրված ձևի գրանցումը ամենայն հավանականությամբ չի գրանցվի: Օրինակ՝ **ԱՐՄԱՎԻՐ ԱԼԿՈ** -ն գրանցված է որպես ալկոհոլային խմիչքների ապրանքային նշան: Խելամիտ չի լինի վաճառել նույն կամ նույնատիպ արտադրանք՝ օգտագործելով **ԱՐՄԱՎԻՐԱԼԿՈ** կամ ուղղակի **ԱՐՄԱՎԻՐ** ապրանքային նշանը, քանի որ այն շփոթության աստիճանի նման է գոյություն ունեցող ապրանքային նշանին և դրա գրանցումը կմերժվի:



## Ապրանքային նշանի գրանցումը քայլ առ քայլ

### Դիմողը

Որպես առաջին քայլ դուք պետք է ուղարկեք կամ անձամբ հանձնեք ապրանքային նշանի ամբողջական լրացված հայտը, որն իր մեջ պետք է ներառի ձեր կազմակերպության կոնտակտային տվյալները, նշանի գրաֆիկական պատկերը (կարող է պահանջվել հատուկ ֆորմատով), ապրանքների և ծառայությունների ցանկը, որոնց համար ցանկանում եք ձեռք բերել ապրանքային նշանի գրանցումը, և կատարել անհրաժեշտ վճարումները:

Ապրանքային նշանի գրանցման հայտը Հայաստանի Հանրապետության կառավարության կողմից որոշված պետական լիազոր մարմին (Էկոնոմիկայի նախարարության Մտավոր սեփականության գործակալություն) է ներկայացնում այն անձը, որի անունով խնդրարկվում է ապրանքային նշանի գրանցումը: Հայտը կարող է ներկայացվել նաև հայտատուի ներկայացուցչի կամ լիազոր մարմնում գրանցված ապրանքային նշանի հավատարմատարի միջոցով: Հայտը պետք է վերաբերի մեկ

ապրանքային նշանի և պարունակի՝ ա) դիմում ապրանքային նշանի գրանցման մասին, որում նշվում են հայտատուն և նրա գտնվելու կամ բնակության վայրը.

բ) հայտարկվող նշանի պատկերը և դրա նկարագրությունը, այդ թվում՝ գույնի և գունային համակցության.

գ) ապրանքների և ծառայությունների միջազգային դասակարգման դասերին համապատասխան խմբավորված այն ապրանքների ցանկը, որոնց համար խնդրարկվում է նշանի գրանցումը: Հայտին կցվում են՝

ա) հայտ ներկայացնելու և փորձաքննություն անցկացնելու համար սահմանված չափով պետական տուրքի վճարման անդորրագիրը.

բ) կոլեկտիվ նշանի կանոնադրությունը, եթե ներկայացվում է կոլեկտիվ նշանի հայտ.

գ) ապրանքային նշանի հավատարմատարի կամ ներկայացուցչի իրավասությունը հաստատող փաստաթուղթը (լիազորագիրը), եթե հայտը ներկայացվում է նրա միջոցով: Հայտը ներկայացվում է հայերեն: Հայտին կցվող փաստաթղթերը կարող են ներկայացվել այլ լեզվով: Այդ



դեպքում Հայաստանի Հանրապետության հայտատուները պարտավոր են դրանց հայերեն թարգմանությունը ներկայացնել հայտի հետ:

### **Մտավոր սեփականության գործակալություն**

Տարբեր երկրներում ապրանքային նշանների գրանցման գործընթացը տարբեր է, բայց ընդհանուր առմամբ դրանք նման են: Հայաստանի

Հանրապետությունում ապրանքային և սպասարկման նշանները գրանցվում են Էկոնոմիկայի նախարարության մտավոր սեփականության գործակալությունում:

### **Հայտի նախնական փորձաքննությունը**

Մտավոր սեփականության գործակալության ապրանքային նշանների բաժինը ստուգում է հայտը, որպեսզի համոզվի, որ այն համապատասխանում է սահմանված պահանջներին (օրինակ՝ արդյոք դիմումը ներկայացնելու համար նախատեսված գումարը վճարված է, կամ արդյոք դիմումը ճիշտ է լրացված):

### **Փորձաքննություն ըստ էության**

Մտավոր սեփականության

գործակալության ապրանքային նշանների բաժինը գրանցման հայտը քննարկում է ըստ էության, որպեսզի ստուգի, թե արդյոք այն համապատասխանում է բոլոր պահանջներին (օրինակ՝ արդյոք այն համապատասխանում է ապրանքային նշանների մասին օրենքին, կամ արդյոք հակասության մեջ չէ համապատասխան դատվ գրանցված ապրանքային նշանի հետ):

### **Հրապարակումը և բողոքարկումը**

Նախնական փորձաքննության արդյունքում պետական լիազոր մարմինը՝ Մտավոր սեփականության գործակալությունը, որոշում է կայացնում հայտի հրապարակման և ըստ էության փորձաքննության անցկացման մասին: Մտավոր սեփականության գործակալությունը հայտարկված ապրանքային նշանը փորձաքննության ընդունելու մասին որոշումն ընդունելու օրվանից հետո եռամսյա ժամկետում անցկացնում է հայտարկված նշանի փորձաքննություն՝ ստուգելու դրա համապատասխանությունը ապրանքային նշանների մասին օրենքով սահմանված պահանջության պայմաններին:

## **Գրանցումը**

Եթե որոշվել է, որ մերժման հիմքեր չկան, ապրանքային նշանը գրանցվում է և տրվում է գրանցման վկայական, որն ուժի մեջ է 10 տարի:

## **Գրանցման երկարաձգումը**

Ապրանքային նշանի գրանցումը կարելի է երկարաձգել վճարելով երկարաձգման համար պահանջվող պետական տուրք: Ապրանքային նշանի գրանցման գործողությունը կարող է ցանկացած անձի դիմումի հիման վրա, դատարանի որոշմամբ, դադարեցվել վաղաժամկետ բոլոր ապրանքների նկատմամբ, որոնց համար այն գրանցված է, կամ դրանց մի մասի նկատմամբ, եթե ապրանքային նշանի գրանցման թվականից հաշված 5 տարվա ընթացքում, կամ դիմումն ավելի ուշ ներկայացնելու դեպքում՝ դրան անմիջականորեն նախորդող 5 տարվա ընթացքում այն ընդհանրապես չի օգտագործվել կամ իրական օգտագործման մեջ չի դրվել նշանի իրավատիրոջ կամ «Ապրանքային նշանների մասին» ՀՀ օրենքի համաձայն՝ լիցենզային պայմանագրով այդ իրավունքն ունեցող անձի կողմից: Ապրանքային նշանի օգտագործման

ապացույցները ներկայացնում է դրա իրավատերը կամ լիցենզային պայմանագրով տվյալ նշանի օգտագործման իրավունք ունեցող անձը:

## **Ինչքան ժամանակ է տևում ապրանքային նշանի գրանցումը**

Ապրանքային նշանի գրանցման համար պահանջվող ժամանակը տարբեր երկրներում տարբեր է, որը հիմնականում տատանվում է 3 ամսից մինչև 2 տարի՝ կախված նրանից, թե ինչ ժամանակահատվածում է ապրանքային նշանների գրանցման մարմինն իրականացնում ապրանքային նշանի ըստ էության փորձաքննությունը: Հայաստանի Հանրապետությունում հայտարկվող նշանի փորձաքննությունն անցկացվում է նախնական փորձաքննությունն ավարտվելուց հետո 3-ամսյա ժամկետում:

## **Ինչ արժե ապրանքային նշանի ստեղծումը, գրանցումը և օգտագործումը**

Կարևոր է մտածել այն ծախսերի մասին, որոնք կապված են

ապրանքային նշանի ստեղծման և գրանցման հետ.

- Հնարավոր է գումար պահանջվի լոգոյի ստեղծման կամ որպես ապրանքային նշան օգտագործվող բառի համար:
- Ապրանքային նշանի որոնումը կարող է ծախսատար լինել:
- Գրանցման գործընթացի համար ևս գումար է անհրաժեշտ, որի չափը տատանվում է՝ կախված երկրների թվից և արտադրանքի տեսակներից: Նշանի գրանցման համար անհրաժեշտ է վճարել պետական տուրք, որի չափը կախված է ապրանքների և դասերի քանակից:
- Այն կազմակերպությունները, որոնք կնախընտրեն ապրանքային նշանի պրոֆեսիոնալ ապրանքային նշանների հավատարմատար վարձել իրենց ապրանքային նշանի գրանցման գործընթացին օգնելու համար, լրացուցիչ ծախս պետք է անեն, բայց դա հավանաբար հնարավորություն կտա բավականին ժամանակ և ջանք խնայել գրանցման գործընթացի ժամանակ:

Ինչպես պարզել, թե արդյոք ձեր ընտրած ապրանքային նշանը հակասության մեջ է այլ գրանցված ապրանքային նշանների հետ: Ինչ է ապրանքային նշանի որոնումը

Մինչև ապրանքային նշանի գրանցման համար հայտ ներկայացնելը դուք պետք է համոզվեք, որ **ապրանքային նշանի որոնումը** ինչպես որ հարկն է իրականացվել է: Սա արվում է այն նպատակով, որ համոզվեք, որ այն ապրանքային նշանը, որ դուք մտադիր եք օգտագործել, արդեն գրանցված չէ այլ կազմակերպության կողմից նմանատիպ արտադրանքի համար: Դուք կարող եք ապրանքային նշանի որոնումը իրականացնել կամ ինքնուրույն կամ վարձել ապրանքային նշանի հավատարմատար: Ձեզանից յուրաքանչյուրը կարող է ապրանքային նշանի որոնումը իրականացնել պաշտոնական կայքում տեղադրված ապրանքային նշանների տվյալների բազայի միջոցով կամ ՀՀ Մտավոր սեփականության գործակալության օգնությամբ, ներկայացնելով դիմում և սահմանված պետական անդորրագիրը: Ինչ ձևով էլ իրականացվի որոնումը, հիշեք, որ այդպիսի որոնումը նախնական քայլ է:

Դժվար է վստահ ասել, որ ձեր ընտրած ապրանքային նշանը “շփոթեցնելու աստիճանի նման չէ” գոյություն ունեցող գրանցված ապրանքային նշանին: Ահա թե որտեղ է պետք գալիս ապրանքային նշանի փորձառու հավատարմատարի խորհուրդը, որը ծանոթ է ապրանքային նշանի գրանցման մարմին գործունեությանը և դատարանի որոշումներին:

Մինչև արտոնագրային հավատարմատարին դիմելը դուք կարող եք օգտվել Մտավոր սեփականության գործակալության պաշտոնական կայքից: Ապրանքային նշանների տվյալների բազայի ցանկը հասանելի է ՄՄՀԿ կայքում՝ [/ecommerce.wipo.int/databases/trademark/](http://ecommerce.wipo.int/databases/trademark/) և Մտավոր սեփականության գործակալության [www.aipa.am](http://www.aipa.am) կայքում:

Ապրանքային նշանները ներկայացվում են ըստ դասերի՝ խմբավորված ապրանքների կամ ծառայությունների (տես՝ Միջազգային դասակարգման համակարգը, Հավելված II): Դուք կարող եք ծանոթանալ 45 տարբեր տեսակի ապրանքների կամ ծառայությունների ապրանքային նշանների դասերի հետ:

## Բավարար դասակարգված համակարգ

Երբ լրացնում եք ապրանքային նշանի գրանցման համար նախատեսված հայտը, պահանջվում է, որ նշեք այն ապրանքը և/կամ ծառայությունը, որի համար դուք ցանկանում եք գրանցել ձեր ապրանքային նշանը և խմբավորել (համակարգել) դրանք ըստ դասերի:

Մրանք դասակարգվում են ըստ **ապրանքային նշանների դասակարգման համակարգի:**

Ապրանքային նշանի դասակարգման համակարգը հնարավորություն է տալիս տվյալների բազայում հերթականությամբ գրանցված ապրանքային նշանները պահել ըստ ապրանքի կամ ծառայության տեսակի: Սա հեշտացնում է ապրանքային նշանի տվյալների բազայից տեղեկատվության ստանալը: Այդ իսկ պատճառով կարևոր է, որ ձեր ապրանքային նշանը գրանցեք բոլոր այն դասերում, որոնց համար դուք մտադիր եք օգտագործել ձեր ապրանքային նշանը:

Ամենագործածական դասակարգման համակարգը Ապրանքային նշանների միջազգային դասակարգման համակարգն է (այսպես կոչված Նիցայի համակարգը բառային

նշանների դասակարգման համար), որն ունի 34 դաս ապրանքների և 11-ը՝ ծառայությունների համար: Դասակարգման Նիցայի համակարգի մասին տվյալները տես՝ [www.wipo.int/classifications/en/nice/about](http://www.wipo.int/classifications/en/nice/about) Ինտերնետային կայքում: Օրինակ՝ ինչպես են դասակարգվում ապրանքները: Ենթադրենք ձեր կազմակերպությունը արտադրում է դանակներ և պատառաքաղներ: Այս դեպքում ձեր ապրանքային նշանի գրանցման դիմումը պետք է տրվի 8-րդ դասի ապրանքների համար: Իսկ եթե դուք ցանկանաք արտադրել նաև խոհանոցային այլ պարագաներ (ինչպես օրինակ տարաներ, թավաներ,

կաթսաներ) օգտագործելով միևնույն ապրանքային նշանը, դուք պետք է այն գրանցեք նաև 21-րդ դասի ապրանքների համար: Հայաստանի Հանրապետությունում դուք կարող եք մեկ հայտում նշել բոլոր այն դասերը, որոնց համար ցանկանում եք գրանցել ձեր ապրանքային նշանը:

**Դուք ցանկանում եք օգտվել ապրանքային նշանի հավատարմատարի ծառայություններից՝ ապրանքային նշանի գրանցման դիմումը լրացնելու համար**

Որպես օրենք՝ շատ երկրներում, ինչպես նաև Հայաստանում, չի պահանջում, որ դուք ապրանքային նշանի հավատարմատար կամ գործակալ վարձեք ձեր ապրանքային նշանի գրանցման հայտը ներկայացնելու համար: Դուք կարող եք ինքներդ անել դա: Այնուամենայնիվ, ապրանքային նշանների որոնմանը հմտացած և գրանցման գործընթացի առանձնահատկություններին լավատեղյակ ապրանքային նշանի հավատարմատարը ձեր ժամանակը կխնայի, կհավաստիանա, որ դուք դիմում եք ապրանքային նշանի պահպանության համապատասխան



Ճիշտ դասի(րի) համար և կրացառի բացարձակ հիմքերով նշանի մերժման հնարավորությունը: Եթե դուք արտասահմանում դիմեք ապրանքային նշանի գրանցման համար, ձեզնից հնարավոր է պահանջեն ունենալ ապրանքային նշանի հավատարմատար, որը մշտական բնակություն ունի տվյալ երկրում:

Ապրանքային նշանի գրանցման մարմինը, անհրաժեշտության դեպքում ձեզ խորհուրդ կտա ներկայանալ հավատարմատարով և ձեզ կտրամադրի ապրանքային նշանների հավատարմատարների պաշտոնապես հաստատված ցուցակը:

### Ինչքան ժամանակ է պահպանված ձեր գրանցած ապրանքային նշանը

«Պահպանություն» տերմինը կարող է տարբեր երկրներում տարբեր կերպ կիրառվել, բայց ապրանքային նշանները պահպանություն են ստանում 10 տարով: Գրանցումը հնարավոր է երկարաձգվի բազմաթիվ անգամներ օրենքով սահմանված պետական տուրքի վճարման դեպքում: Համոզվեք, որը ձեր կազմակերպությունում կա ինչ որ

մեկը, որ պատասխանատու է ապրանքային նշանի վերագրանցման հարցերում բոլոր այն երկրներում, որտեղ ձեր բիզնեսը հետաքրքրություն ունի:

### Ապրանքային նշանի ստեղծումը պատվերով

Ապրանքային նշանի ձևավորումը ստեղծագործական աշխատանք է: Շատ երկրներում ստեղծողը ինքնաբերաբար ձեռք է բերում հեղինակային իրավունք այնպիսի ստեղծագործությունների նկատմամբ, ինչպիսիք են ապրանքային նշանները, որոնք դիտվում են, որպես գեղարվեստական գործեր: Այնուամենայնիվ, երբ ապրանքային նշանը ստեղծվում է պատվերով, լավագույն տարբերակն է հստակեցնել հեղինակային իրավունք ունեցող իրավատիրոջ իրավունքի հարցերը համաձայնագրի միջոցով և/կամ համոզվել, որ հեղինակային իրավունքը ապրանքային նշանի նկատմամբ պաշտոնապես տրված է ձեր կազմակերպությանը:

## Արդյոք ձեր երկրում ապրանքային նշանի գրանցումը վավեր է միջազգայնորեն

Ապրանքային նշանի գրանցումից առաջացած իրավունքները սովորաբար սահմանափակվում են այն տարածքով, որտեղ նրանք գործում են: Այսպիսով ապրանքային նշանի գրանցումը վավեր է միայն ձեր երկրում այնքան ժամանակ, քանի դեռ նա չի դարձել հանրահայտ ապրանքային նշան:

## Արդյոք դուք պետք է մտածեք պաշտպանել ձեր ապրանքային նշանը արտերկրում

Ապրանքային նշանը ձեր երկրում գրանցելու հիմնական պատճառն այն է, որ այն կիրառվի արտասահմանյան շուկաներում: Խորհուրդ է տրվում ապրանքային նշանը գրանցել արտասահմանում, եթե ներկայումս դուք ներգրավված եք արտասահմանյան գործընթացներում կամ մտադիր եք դրանով զբաղվել մոտ ապագայում: Երբ ձեր կողմից արտահանվող ապրանքի ապրանքային նշանը տարբերակվում է, դա ձեզ հնարավորություն կտա ձեր

արտադրանքը ճանաչելի դարձնել արտասահմանյան շուկաներում, որն էլ կբարձրացնի ձեր կազմակերպության հեղինակությունն ու ճանաչվածությունը արտասահմանյան սպառողների շրջանում և կարող է մեծ շահույթներ բերել ձեր կազմակերպությանը:

## Ինչպես կարող եք գրանցել ձեր կազմակերպության ապրանքային նշանը արտասահմանում

Եթե դուք գրանցել եք ձեր կազմակերպության ապրանքային նշանը այնտեղ, որտեղ այն գտնվում է և այժմ ցանկանում եք արտահանել կամ տալ լիցենզիա, որ ապրանքային նշանը օգտագործվի նաև այլ երկրներում, ապա խորհուրդ է տրվում ապրանքային նշանը գրանցել արտերկրում: Դա կարելի է կատարել 3 ձևով.

Հայաստանի Հանրապետության անձինք իրավունք ունեն ապրանքային նշանը գրանցել օտարերկրյա պետություններում կամ կատարելու դրա միջազգային գրանցում: Ապրանքային նշանի միջազգային գրանցման հայտը ներկայացվում է լիազորված մարմնի միջոցով, այսինքն Մտավոր սեփականության գործակալության կողմից:



**Ազգային ընթացակարգ.** դուք կարող եք դիմել այն երկրների ապրանքային նշանների գրանցման մարմիններ, որտեղ ցանկանում եք, որ այն պահպանված լինի, պահանջվող լեզվով լրացնելով համապատասխան հայտը և վճարելով սահմանված պետական տուրքերը: Ինչպես արդեն նշվեց, դուք կարող եք օգտվել Մտավոր սեփականության գործակալության կողմից գրանցված ապրանքային նշանների հավատարմատարների ծառայություններից:

**Տարածաշրջանային ընթացակարգ.** եթե դուք ցանկանում եք ձեր ապրանքային նշանի համար պահպանություն ստանալ այն երկրներում, որոնք տարածաշրջանային ապրանքային նշանների համակարգի անդամներ են, դուք կարող եք դիմել գրանցման համար գրանցում ստանալուու նպատակով բոլոր անդամ երկրներում, ազգային տարածաշրջանային գործակալությունում հայտ ներկայացնելու միջոցով: Ապրանքային նշանի տարածաշրջանային մարմիններ են.

- Արդյունաբերական սեփականության Աֆրիկյան տարածաշրջանային գործակալություն
- Ապրանքային նշանների

Բենիլյուքսի գործակալություն

- Եվրամիության ներքին շուկայի գործակալություն

Հայաստանի Հանրապետությունում նման ընթացակարգ չի կիրառվում

**Միջազգային ընթացակարգ.** Հայաստանի Հանրապետությունը մադրիդյան համակարգի անդամ է և դուք կարող եք ապրանքային նշանը գրանցել կամ ներկայացնել գրանցման, օգտվելով մադրիդյան համակարգից (գործում է ՄՄՀԿ ներքո) ավելի քան 70 երկրներում, որոնք համակարգի անդամ են:

**Մադրիդյան համակարգի առավելությունները**

Մադրիդյան համակարգի գլխավոր առավելությունն այն է, որ ապրանքային նշանի իրավատերը կարող է գրանցել իր ապրանքային նշանը բոլոր այն երկրներում, որոնք համակարգի անդամ են, լրացնելով՝

- Մեկ միջազգային հայտ,
- Մեկ լեզվով,
- նախատեսված ժամկետում եւ վճարելով սահմանված տուրքերը

Դրանից հետո միջազգային գրանցումը պահպանվում և երկարաձգվում է մի գործընթացով:

Դուք կարող եք նշանների միջազգային գրանցման մասին ավելի շատ տեղեկություն գտնել կամ Մտավոր սեփականության գործակալությունում, ինչպես նաև գործակալության պաշտոնական կայքում ([www.aipa.am](http://www.aipa.am)) կամ ՄՄՀԿ-ի կայքում [www.wipo.int](http://www.wipo.int):

### 3. Ապրանքային նշանների տեսակները

**Ապրանքային նշանը՝** գրաֆիկական տեսքով ներկայացվող ցանկացած նշան, որն օգտագործվում է մեկ անձի ապրանքները եւ (կամ) ծառայություններն այլ անձի ապրանքներից եւ (կամ) ծառայություններից տարբերելու համար.

**Սպասարկման նշանը՝** նշաններ, որոնք օգտագործվում են որոշակի ծառայություններ տարբերակելու համար, որոնք տրամադրվում են հատուկ ձեռնարկությունների կողմից.

**Կոլեկտիվ ապրանքային նշանը՝** արտադրողների կամ ծառայություններ

մատուցողների տնտեսական ընկերակցության, իրավաբանական անձանց միության կամ օրենքով սահմանված կարգով՝ անձանց ստեղծած այլ կամավոր միավորման ապրանքային նշան, որն օգտագործվում է այդ անձանց ապրանքները եւ (կամ) ծառայությունները մակնշելու համար.

**Հավաստագրային ապրանքային նշան՝** ապրանքային նշան, որն օգտագործվում է ապրանքների կամ ծառայությունների որոշակի բնութագրերի համապատասխանության հավաստման համար.

**Հանրահայտ ապրանքային նշան՝** ապրանքային նշան, որը հանրահայտ ճանաչելու մասին դիմում ներկայացնելու կամ դրա մեջ նշված ավելի վաղ թվականի դրությամբ լայն ճանաչում է ստացել Հայաստանի Հանրապետության տարածքում հասարակության որոշակի շրջանակներում այն ապրանքների եւ (կամ) ծառայությունների համար, որոնց նկատմամբ օգտագործվել է ապրանքային նշանը.

## Ինչ է սպասարկման նշանը

**Սպասարկման նշանը** իր բնույթով շատ նման է ապրանքային նշանին: Երկուսն էլ տարբերակող նշաններ են. ապրանքային նշանները տարբերակում են մի ձեռնարկության ապրանքները մյուսների ապրանքներից, մինչդեռ սպասարկման նշանները կատարում են նույն գործառնությունը ծառայությունների նկատմամբ: Սպասարկումը կարող է բազմազան լինել, ինչպես ֆինանսական, բանկային, ճանապարհորդական, գովազդային կամ հանրային սննդի կազմակերպում, և այլն: Սպասարկման նշանները կարող են գրանցվել, գրանցումը երկարաձգվել, չեզոյ կամ անվավեր ճանաչվել, փոխանցվել և լիցենզավորվել այն նույն պայմաններով, ինչ ապրանքային նշանները:



## Ինչ են Կոլեկտիվ նշանները

**Կոլեկտիվ նշանները** հիմնականում օգտագործվում են միությունների կամ կոոպերատիվների կողմից, որոնց անդամները կարող են կոլեկտիվ օգտագործել նշանները իրենց ապրանքները շուկա հանելու համար: Միությունը հիմնականում մի շարք չափանիշներ է սահմանում կոլեկտիվ նշանը օգտագործելու համար (օրինակ՝ որակի չափանիշներ) և թույլ է տալիս առանձին կազմակերպություններին, եթե նրանք համապատասխանում են չափանիշներին օգտագործել այդ նշանը մի խումբ ձեռնարկությունների համար արդյունավետ միջոց կարող են լինել ապրանքների համատեղ մարքեթինգի ժամանակ, որը կարող է դժվարացնել իրավատիրոջ անձնական նշանների օգտագործումը եւ ճանաչումը սպառողի կողմից եւ/կամ ընդունումը տարածման համար, տարածողի կեղմից:

## Ինչ են Հավաստագրային նշանները

**Հավաստագրային նշանները** տրվում են որոշակի չափանիշներին համապատասխանելու համար, բայց չեն սահմանափակվում որևէ

անդամությամբ: Դրանք կարող են օգտագործվել ցանկացած անձի կողմից, ում արտադրանքը համապատասխանում է սահմանված չափանիշներին: Շատ երկրներում կոլեկտիվ նշանների և հավաստագրային նշանների հիմնական տարբերությունն այն է, որ առաջինը կարող է օգտագործվել միայն յուրահատուկ ձեռնարկությունների խմբի կողմից (օր.՝ ասոցիացիաների անդամները), իսկ վերջինները կարող են օգտագործվել ցանկացած մարդու կողմից, ով համապատասխանում է այն չափանիշներին, որոնք սահմանված են հավաստագրային նշանի սեփականատիրոջ կողմից: Հավաստագրային նշանի համար կարևոր պահանջ է այն, որ մարմինը, որը դիմում է գրանցման համար, համարվում է հավաստագրային :

### Ինչ են հանրահայտ նշանները

**Հանրահայտ նշանները** նրանք են, որոնք այդպիսին ճանաչված են այն երկրի համապատասխան լիազոր մարմնի կողմից, որտեղ նշանը պետք է պահպանություն ստանա: Հանրահայտ նշանները սովորաբար օգտվում են ավելի խիստ

պահպանությունից: Օր.՝ հանրահայտ նշանները կարող են պահպանվել, եթե նույնիսկ գրանցված չեն տվյալ տարածքում:

Ավելացնենք, որ եթե ապրանքային նշանները հիմնականում պահպանվում են նմանատիպ ապրանքների համար շփոթելու աստիճան նման նշանների օգտագործումից, հանրահայտ ապրանքային նշանները պահպանվում են նույնիսկ եթե արտադրանքը նման չէ: Այսպես խիստ պահպանության հիմնական նպատակն է կանխել կազմակերպությունների կողմից նշանի համբավի անօրինական օգտագործումը կամ նրա վնաս պատճառելը:

Օրինակ՝ **ԱՐԱՐՍ** ավոկադային խմիչքի (Հայկական կոնյակ) հանրահայտ ճանաչված ապրանքային նշան է: **ԱՐԱՐՍ** ապրանքային նշանի իրավատերը, ինքնաբերաբար, կօգտվի ավելի խիստ պահպանությունից այն երկրներում, որտեղ պահպանվում են հանրահայտ նշանները և որտեղ նշանը հանրահայտ է ճանաչվել ավոկադային խմիչքի համար:

Պահպանությունը տարածվում է նաև ոչ նույնատիպ ապրանքների և ծառայությունների նկատմամբ:

Այսինքն՝ եթե մի այլ կազմակերպություն որոշի շուկա հանել այլ արտադրանք (վերնաշապիկներից մինչև արևային ակնոցներ)՝ օգտագործելով **ԱՐԱՐԱՍ** հանրահայտ նշանը, այն պետք է ստանա իրավատիրոջ (ուս պատկանում է տվյալ ապրանքային նշանը) թույլտվությունը հակառակ դեպքում նրա դեմ գործ կհարուցվի ապրանքային նշանի օգտագործման իրավունքը խախտելու համար, եթե այդ ապրանքների համար **ԱՐԱՐԱՍ** ապրանքային նշանի օգտագործումը կարող է մոլորության մեջ գցել ապառողին այդ ապրանքների արտադրողի և ԱՐԱՐԱՍ հանրահայտ ապրանքային նշանի իրավատիրոջ միջև կապ ենթադրելու հարցում և վնաս հասցնի վերջինիս շահերին:

#### **4. Ապրանքային նշանների օգտագործումը**

Կարելի է արդյոք գրանցել ապրանքային նշանը առանց դա օգտագործելու

Դուք կարող եք դիմել ձեր ապրանքային նշանը գրանցելու համար մինչև դրա օգտագործումը,

բայց որոշ երկրներում ձեր ապրանքային նշանը պաշտոնապես չեն գրանցի մինչև դուք ապացույց չբերեք, որ այն օգտագործում եք (օր.՝ ԱՄՆ-ում): Շատ դեպքերում էլ այն ապրանքային նշանի անվանումը, որը չի օգտագործվել գրանցումից հետո որոշակի ժամանակահատվածում (հիմնականում 3-5 տարի) կարող է վաղաժամկետ դադարեցվել ցանկացած անձի դիմումի հիման վրա:

#### **TM թե ®**

Ապրանքային նշանների կողքին ®, TM, SM կամ նմանատիպ խորհրդանիշների օգտագործումը պարտադիր պայման չէ և հիմնականում իրավական պահպանություն չի տրամադրում: Սակայն այն հարմար եղանակ է մյուսներին տեղեկացնելու, որ տվյալ նշանը ապրանքային նշան է՝ զգուշացնելով հնարավոր խախտողներից: ® խորհրդանիշը օգտագործվում է, երբ ապրանքային նշանը գրանցված է, մինչդեռ TM -ը ցույց է տալիս, որ տվյալ նշանը ապրանքային նշան է, SM -ը երբեմն օգտագործվում է սպասական նշանների համար:

## Ինչպես օգտագործել ապրանքային նշանները գովազդի մեջ

Եթե ձեր նշանը գրանցված է յուրահատուկ դիզայնով կամ տառատեսակով, համոզվեք, որ այն օգտագործվում է նույն ձևով, ինչպես գրանցվել է: Հետևեք, թե ինչպես է այն օգտագործվում, քանի որ դա շատ կարևոր է ձեր կազմակերպության արտադրանքի հեղինակության համար: Նաև կարևոր է, որ խուսափեք ապրանքային նշանները որպես բայ կամ գոյական օգտագործելուց, այնպես որ դա չընկալվի որպես սեռային անվանում սպառողի կողմից:

## Կարող է արդյոք ձեր կազմակերպությունը օգտագործել նույն ապրանքային նշանը տարբեր արտադրանքների համար

Կազմակերպության տարբեր ապրանքային տեսակների համար կարելի է օգտագործել տարբեր ապրանքային նշաններ: Կախված իր բրենդային ռազմավարությունից՝ յուրաքանչյուր կազմակերպություն ինքն է որոշում՝ արդյոք նույն ապրանքային նշանը օգտագործի իր ատադրանքների համար, ընդարձակելով բրենդը ամեն անգամ,

երբ նոր արտադրանք է թողարկվում, թե օգտագործի տարբեր նշաններ յուրաքանչյուր ապրանքային տեսակի համար: Ընդարձակելով գոյություն ունեցող բրենդը նոր արտադրանքների համար, հնարավորություն է տալիս, որ նոր արտադրանքը շահույթ ստանա նշանի հեղինակությունից և իմիջից: Այնուամենայնիվ, նոր նշանի օգտագործումը, որն ավելի յուրահատուկ է և բնորոշ նոր արտադրանքին, կարող է նաև հնարավորություն տա կազմակերպությանը նոր արտադրանքի համար յուրահատուկ թիրախային սպառողներ գտնել (օր.՝ երեխաներ, դեռահասներ և այլն) կամ ստեղծել յուրահատուկ համբավ նոր ապրանքային գծի համար: Շատ կազմակերպություններ նախընտրում են օգտագործել նոր բրենդ՝ գոյություն ունեցող բրենդի հետ համատեղելով (օր.՝ Աշտարակ Կաթ, Ձապրո): Տարբեր կազմակերպություններ տարբեր ռազմավարություններ են օգտագործում: Ինչ էլ որ ընտրեք, դուք պետք է համոզված լինեք, որ ձեր ապրանքային նշանը գրանցված է բոլոր տեսակի ապրանքների և/կամ ծառայությունների համար, որոնցում նա պետք է օգտագործվի:

## Ինչ պետք է հիշեք ապրանքային նշանները Ինտերնետում օգտագործելիս

Ապրանքային նշանների օգտագործումը Ինտերնետում մի շարք հակասող իրավական խնդիրներ է առաջ բերել, որոնց լուծում տալը հեշտ չէ: Կարևոր խնդիրներից մեկը բխում է այն փաստից, որ ապրանքային նշանի իրավունքները տարածքային են (այսինքն նրանք պահպանված են միայն այն երկրում կամ տարածքում, որտեղ նշանը գրանցված է), մինչդեռ Ինտերնետը հասանելի է ամենուրեք: Սա խնդիրներ է ստեղծում, երբ գործը հասնում է անհատների կամ կազմակերպությունների միջև վեճերի լուծմանը, որոնք իրավական կերպով ունեն նմանատիպ կամ շփոթեցնելու աստիճանի նման ապրանքային նշաններ միևնույն տեսակի ապրանքների կամ ծառայությունների համար: Այս բնագավառում օրենսդրությունը դեռևս զարգացման փուլում է, և մոտեցումները կարող են տարբեր երկրներում տարբեր լինել: Հայաստանի Հանրապետությունում դա նոր զարգացող երևույթ է, հարց առաջանալու դեպքում խորհուրդ է տրվում դիմել Մտավոր սեփականության գործակալություն:

## Ինչ է դոմենի անվանումը և ինչպես է այն կապված ապրանքային նշանի հետ

Կարևոր խնդիրներից մեկը, որն առնչվում է ապրանքային նշանի և դոմենի անվանումներին, դա իրենց մեջ առաջացող հակասություններն են: Դոմենի անվանումները Ինտերնետ հասցեներ են, և լայնորեն օգտագործվում են ինտերնետային կայքեր գտնելու համար: Օրինակ, [wipo.int](http://wipo.int) դոմենի անվանումը օգտագործվում է, որ ՄՍՀԿ-ի կայքը տեղադրվի [www.wipo.int](http://www.wipo.int) կայքում: Ժամանակի ընթացքում դոմենի անունները դառնում են բիզնեսի բնորոշիչներ՝ հաճախ հակասության մեջ մտնելով ապրանքային նշանների հետ:

Այնուամենայնիվ, կարևոր է, որ դոմենի անվանումն ընտրելիս դուք ընտրեք այնպիսի անվանում, որ ուրիշ կազմակերպության ապրանքային նշան չլինի, հատկապես հանրահայտ ապրանքային նշան: Դրա հիմնական պատճառն այն է, որ ազգային օրենքները կամ դատարանները այլ կազմակերպության կամ անհատի ապրանքային նշանի գրանցմանը վերաբերում են դոմենի անվանմանը որպես ապրանքային նշանի խախտման կամ կիրբերսկվոտինգի՝



(ինտերնետ հասցեների գրանցում հետագայում շահագրգիռ անձանց վերավաճառելու նպատակով): Այսպիսի դեպքերում ձեր բիզնեսը հնարավոր է ոչ միայն փոխի իր դոմենի անվանումը, այլև վճարի վնասների փոխհատուցում կամ մեծ տուգանք: Որպեսզի պարզեք, թե արդյոք տվյալ ապրանքային նշանն արդեն պահպանված է, դուք կարող եք դիմել Մտավոր սեփականության գործակալություն, որն իրականացնում է Ինտերնետի միջոցով որոնում և ունի ապրանքային նշանների տվյալների բազա : Նմանատիպ տվյալների բազաների ցանկը հասանելի է WIPO-ի կայքում՝ [ecommerce.wipo.int/databases/trademark/](http://ecommerce.wipo.int/databases/trademark/): Կարող եք նաև դիմել Մտավոր սեփականության գործակալություն եւ օգտվել [www.aipa.am](http://www.aipa.am) կայքից:

Մյուս կողմից էլ, եթե ձեր կազմակերպության ապրանքային նշանը օգտագործվում է դոմենի անվանման մեջ այլ կազմակերպության կամ անհատի կողմից, դուք կարող եք դադարեցնել նման անօրինական օգտագործումը: Նման դեպքերում տարբերակներից

մեկն էլ ՄՄՀԿ-ի շատ հայտնի առցանցային կազմակերպչական գործընթացն է դոմենի անվանմանը վերաբերող վեճերի լուծման համար՝ [arbiter.wipo.int/domains/](http://arbiter.wipo.int/domains/): ՄՄՀԿ-ի այս կայքը ներառում է բողոքի դիմումի ձև, ինչպես նաև իրավական ինդեքս ՄՄՀԿ-ի հազարավոր դոմենի անվանումների դեպքերում, որ արդեն որոշված են:

**Կարող եք արդյոք ձեր ապրանքային նշանի օգտագործման լիցենզիա տալ այլ կազմակերպություններին**

Ապրանքային նշանները կարող են լիցենզավորվել այլ կազմակերպությունների կողմից: Նման դեպքերում ապրանքային նշանի տերը պահպանում է սեփականության իրավունքը և դժվար թե համաձայնվի, որ ապրանքային նշանը օգտագործվի մեկ կամ մի քանի

կազմակերպությունների կողմից: Մասովորաբար արվում է հոնորարների վճարման ժամանակ և ներառում է ապրանքային նշանի իրավատիրոջ համաձայնությունը՝ պաշտոնական լիցենզային պայմանագրով: Կախված պայմանագրի բնույթից՝ լիցինզատուն հաճախ հսկողություն է սահմանում

լիցենզատուի նկատմամբ, որպեսզի երաշխավորի ապրանքի որոշակի որակի պահպանումը:

Պրակտիկայում ապրանքային նշանի լիցենզիաները հազվադեպ են ներառվում ավելի լայն լիցենզային պայմագրերում: Օրինակ՝ ֆրանչայզինգի պայմանագրում կամ մտավոր սեփականության իրավունքի այլ լիցենզիաների, ինչպիսիք են գյուտերը, նոու-հաուն, որոշակի մակարդակի տեխնիկական լուծումները:

### Ինչ կապ ունի ֆրանչայզինգի պայմանագիրը ապրանքային նշանների հետ

Ապրանքային նշանի լիցենզավորումը ֆրանչայզինգի համար մեծ կարևորություն ունի: Ֆրանչայզինգի պայմանագրերի մեջ ապրանքային նշանի տիրոջ կողմից ֆրանչայզինգ ստացողի նկատմամբ իրականացվող հսկողությունը սովորաբար ավելի մեծ է, քան ապրանքային նշանների լիցենզային պայմանագրերի դեպքում: Ֆրանչայզինգի դեպքում ֆրանչայզինգ տրամադրողը թույլ է տալիս մյուս անձին՝ ֆրանչայզինգ ստացողին, օգտագործել իր գործարարության ձևը

(ներառյալ ապրանքային նշանները, նոու-հաուն, սպառողի սպասակումը, համակարգչային ծրագրային ապահովումը, խանութի ձևավորումը և այլն), նախատեսված կարգի համապատասխան՝ հատուցում կամ ռոյալթիներ ստանալու պայմանով:

**Կա ինչ-որ սահմանափակում ձեր կազմակերպության ապրանքային նշանը մեկ այլ կազմակերպության վաճառելու կամ փոխանցելու մեջ**

Հնարավոր է ապրանքային նշանը վաճառել կամ փոխանցել անկախ այն բիզնեսից, որ այն տնօրինում է: Ապրանքային նշանի վաճառքի կամ փոխանցման դեպքում հնարավոր է, որ պահանջվի համաձայնագրի պատճենը, կամ դրա որոշ մասերը պահպանվեն ապրանքային նշանը գրանցող մարմնում:

### Արդյոք անհրաժեշտ է գրանցել ձեր ապրանքային նշանի բոլոր չնչին փոփոխությունները

Շատ ապրանքային նշաններ, ներառյալ ամենահայտնիները, թեթևակիորեն փոփոխվել են տարիների ընթացքում, որպեսզի թարմացնեն կազմակերպության իմիջը

կամ հարմարվեն նոր գովազդով միջոցներին: Նշանները կարող են փոփոխվել կամ հարմարվել, բայց ձեր կազմակերպությունը պետք է ուշադիր լինի և խորհրդակցի ապրանքային նշանների գրանցման պատասխանատու մարմինների կամ ապրանքային նշանի հավատարմատարի հետ, թե արդյոք յուրահատուկ փոփոխությունը կպահանջի նոր հայտի մուտքագրում և սուրբեր:

## 5. Ապրանքային նշանների պաշտպանությունը

Ինչ պետք է անեք, եթե ձեր ապրանքային նշանն օգտագործվում է այլ կազմակերպությունների կողմից առանց օրինական թույլտվության

Ապրանքային նշանի պաշտպանությունը հիմնականում ընկած է ապրանքային նշանի իրավատիրոջ վրա: Ձեր կազմակերպությունը որպես ապրանքային նշանի իրավատեր, իր իրավունքների խախտման դեպքում, ինքն է որոշում, թե խախտման դեպքում ինչ միջոցներ է պետք ձեռնարկել ապրանքային նշանի

նկատմամբ իրավունքները պաշտպանելու համար:

Միշտ օգտակար է լսել փորձագետի խորհուրդը, եթե դուք մտածում եք, որ ինչ որ մեկը խախտում է ձեր ապրանքային նշանի նկատմամբ իրավունքը: Մտավոր սեփականության գործակալության իրավաբանին կամ փորձագետին դիմելը ճիշտ կլինի, քանի որ նա ձեզ տեղեկատվություն կտա ձեր երկրում գործող օրենքի և պահպանության միջոցների մասին, ինչպես նաև հարևան երկրներում գործող օրենքների և միջոցների մասին, որպեսզի կոնտրաֆակտ ապրանքների դեմ ուղղված քայլեր ձեռնարկեք, և թե ինչպես պաշտպանեք ձեր իրավունքները, կոնտրաֆակտ ապրանքների հետ կապված հայց ներկայացնելու և ձեր իրավունքների պաշտպանության հնարավորությունների մասին:

Եթե դուք հանդիպել եք ապրանքային նշանի նկատմամբ ձեր իրավունքի **խախտման** դեպքերի, ապա դուք կարող եք նամակ ուղարկել (հայտնի որպես " անօրինական գործողություններն արգելելու մասին" նամակ) խախտողին՝ նրան

տեղեկացնելով հնարավոր խատման մասին: Նման նամակ գրելիս խորհուրդ է տրվում օգտվել ապրանքային նշաններով զբաղվող իրավաբանի խորհուրդներից:

Եթե դուք գտնում եք, որ խախտումը կատարվել է **կանխամտածված** և գիտեք, թե խախտում կատարողը որտեղ է ծավալում իր գործունեությունը, կարող եք ապրանքային նշաններով զբաղվող իրավաբանի օգնությամբ գործողություններ ձեռնարկել, կարգ ու կանոն հաստատելու նպատակով (սովորաբար համապատասխան դատարանի կամ ոստիկանության միջոցով) իրականացնել ստուգումներ առանց խախտում կատարող կողմին նախապես զգուշացնելու :

Կարող են պարտավորեցնել, որ խախտում կատարողը ձեզ տեղեկացնի ապրանքների կամ ծառայությունների արտադրության և տարածման մեջ ներգրավված անձանց ինքնությունը: Որպես խախտումը կանխելու արդյունավետ միջոց, ձեր պահանջի համաձայն դատական մարմինները կարող են պահանջել, որ առանց որևէ փոխհատուցման կեղծված

ապրանքները և նյութերը ոչնչացվեն, հանվեն շրջանառությունից Որպեսզի կանխվի **կեղծված ապրանքային նշանով արտադրանքի ներկրումը**, շատ երկրներում, ինչպես նաև Հայաստանում, ազգային մաքսային ծառայությունների միջոցով միջազգային սահմանի վրա ապրանքային նշանների իրավատերերի համար կան հասանելի միջոցներ : Որպես ապրանքային նշանի իրավատեր՝ ձեր կազմակերպությունը սահմանում կարող է ակնկալել մաքսային ծառայությունների աջակցությունը, քանի դեռ կեղծված ապրանքները չեն տարածվել: Մաքսային ծառայության աջակցություն համար դուք պետք է կապ հաստատեք համապատասխան մաքսային մարմնի հետ, որի համար պահանջվում է սահմանված տուրքերի վճարում:

## Դասեր Ապրանքների և ծառայությունների անվանումները

դաս 1. քիմիական նյութեր, որոնք նախատեսված են օգտագործելու արդյունաբերական և գիտական նպատակներով, լուսանկարչության, գյուղատնտեսության, այգեգործության և անտառաբուծության մեջ. չմշակված սինթետիկ խեժեր, չմշակված պլաստմասսաներ. պարարտանյութեր. կրակմարող բաղադրություններ. քիմիական նյութեր մետաղների զոդման և մխման համար. քիմիական նյութեր սննդամթերքի պահածոյացման համար. դաբաղիչ նյութեր. սոսնձող նյութեր արդյունաբերական նպատակներով օգտագործելու համար:

դաս 2. ներկեր, արծնուկներ, լաքեր. մետաղը ժանգոտումից և փայտանյութը քայքայումից պաշտպանող նյութեր. ներկանյութեր. խածանյութեր, ներկանյութերի սելեռակայիչներ. չմշակված բնական խեժեր. թերթավոր և փոշենման մետաղներ՝ գեղարվեստական, գեղազարդման նպատակների և գեղարվեստական տպագրության համար:

դաս 3. սպիտակեցնող պատրաստուկներ և այլ նյութեր լվացքի համար. պատրաստուկներ մաքրման, ողորկման (փայլեցման), ճարպագերծման և հղկամշակման համար. օժառներ. օժանելիք, եթերային յուղեր, կոսմետիկական միջոցներ, լոսյոններ մազերի համար. ատամի փոշիներ և մածուկներ:

դաս 4. տեխնիկական յուղեր և (թանձր) քսուքներ. քսանյութեր. փոշու կլանման, թրջման և կապակցման բաղադրություններ. վառելիք (ներառյալ շարժիչային բենզինը) և նյութեր լուսավորման նպատակների համար. մոմեր, պատրույգներ լուսավորման համար:

դաս 5. դեղագործական և անասնաբուժական պատրաստուկներ. հիգիենիկ պատրաստուկներ բուժական


նպատակների համար. դիետիկ նյութեր բուժական նպատակների համար, մանկական սնունդ. սպեղանալաթեր, վիրակապման նյութեր. ատամնալցման եւ ատամների ծեփապատճեններ պատրաստելու նյութեր. ախտահանիչ միջոցներ. վնասատու կենդանիների ոչնչացման պատրաստուկներ. ֆունգիցիդներ, հերբիցիդներ:

դաս 6. սովորական մետաղներ եւ դրանց համահավաքներ. մետաղյա շինանյութեր. շարժական մետաղյա կառուցվածքներ եւ շինություններ. մետաղյա նյութեր ռեսուրսների համար. մետաղյա ճոպաններ եւ լարեր. մետաղակապեր եւ փականքային իրեր. մետաղյա խողովակներ. անկիզելի պահարաններ. սովորական մետաղներից պատրաստված իրեր, որոնք ընդգրկված չեն այլ դասերում. հանքանյութեր:

դաս 7. մեքենաներ եւ հաստոցներ. շարժիչներ (բացառությամբ վերգետնյա տրանսպորտային միջոցների համար նախատեսվածների). կցորդիչներ, միացքներ, կցիչներ եւ փոխանցման տարրեր(բացառությամբ վերգետնյա տրանսպորտային միջոցների համար նախատեսվածների). գյուղատնտեսական գործիքներ, բացառությամբ ձեռքով կառավարվողների. ինկուբատորներ:

դաս 8. ձեռքի գործիքներ. դանակավոր իրեր. պատառաքաղներ եւ գդալներ. սառը զենք. ածելիներ:

դաս 9. գիտական, ծովային, երկրաբաշխական, լուսանկարչական, կինեմատոգրաֆիական, օպտիկական, կշռման, չափման, ազդանշանման, հսկման (ստուգման), փրկության եւ ուսուցման սարքեր ու գործիքներ. էլեկտրականության հաղորդման, միացման, փոխակերպման, կուտակման, կարգավորման կամ վերահսկման սարքեր եւ գործիքներ. ձայնի կամ պատկերի գրառման, հաղորդման կամ



վերարտադրման սարքեր. մագնիսական տեղեկակիրներ, ձայնագրման սկավառակներ. առետրի ավտոմատներ եւ կանխավճարով աշխատող ապարատների մեխանիզմներ. դրամարկղային ապարատներ, հաշվիչ մեքենաներ, տեղեկատվության մշակման սարքավորումներ եւ համակարգիչներ. կրակմարիչներ.

դաս 10. վիրաբուժական, բժշկական, ատամնաբուժական եւ անասնաբուժական սարքեր եւ գործիքներ, վերջավորությունների պրոթեզներ, աչքերի եւ ատամների պրոթեզներ. ոսկրաբուժական իրեր. նյութեր կարեր դնելու համար:

դաս 11. լուսավորման, ջեռուցման, շոգու արտադրման, սննդամթերքի ջերմամշակման, սառեցման, չորացման, օդափոխման, ջրաբաշխման եւ սանիտարատեխնիկական սարքեր:

դաս 12. տրանսպորտային միջոցներ. ցամաքով, օդով կամ ջրով տեղաշարժվող ապարատներ:

դաս 13. հրազեն. ռազմամթերք եւ արկեր. պայթուցիկ նյութեր. հրավառելիք:

դաս 14. ազնիվ մետաղներ եւ դրանց համահալվածքներ, դրանցից պատրաստված կամ դրանցով պատված իրեր, որոնք ընդգրկված չեն այլ դասերում. ոսկերչական իրեր, զարդեր, թանկարժեք քարեր. ժամացույցներ եւ այլ ժամանակաչափ սարքեր:

դաս 15. երաժշտական գործիքներ:

դաս 16. թուղթ, ստվարաթուղթ եւ դրանցից պատրաստված իրեր,

որոնք ընդգրկված չեն այլ դասերում. տպագրական արտադրանք. նյութեր կազմարարական աշխատանքների համար. լուսանկարներ. թղթագրենական պիտույքներ. կպչուն նյութեր գրասենյակային կամ կենցաղային նպատակների համար. պիտույքներ նկարիչների համար. վրձիններ. գրամեքենաներ եւ գրասենյակային պիտույքներ (բացառությամբ կահույքի). ուսուցողական նյութեր եւ դիտողական ձեռնարկներ (բացառությամբ սարքավորումների). պլաստմասսայե նյութեր փաթեթավորման համար, որոնք ընդգրկված չեն այլ դասերում. տառաշարեր. տպագրական կլիշեներ.

դաս 17. կաուչուկ, ռետին, գուտապերչ, ասբեստ, փայլար եւ այդ նյութերից պատրաստված իրեր, որոնք ընդգրկված չեն այլ դասերում. մասնակի մշակված պլաստմասսայից իրեր. խծուծման, խցման եւ մեկուսացման նյութեր. ոչ մետաղյա ճկուն խողովակներ:

դաս 18. կաշի եւ կաշվի նմանակումներ, դրանցից պատրաստված իրեր, որոնք ընդգրկված չեն այլ դասերում. կենդանիների մորթիներ. սնդուկներ եւ ճամփորդական ճամպրուկներ. հովանոցներ, անձրեւակալներ եւ ձեռնափայտեր. մտրակներ, լծասարքեր եւ թամբագործական իրեր.

դաս 19. ոչ մետաղյա շինանյութեր. ոչ մետաղյա կոշտ խողովակներ շինարարական նպատակների համար. ասֆալտ, խեժեր եւ բիտում. ոչ մետաղյա շարժական կառուցվածքներ եւ շինություններ. ոչ մետաղյա հուշարձաններ:

դաս 20. կահույք, հայելիներ, նկարների շրջանակներ. փայտից, խցանից, եղեգից, ուռենուց, եղջյուրից, ոսկրից, փղոսկրից, կետի բեղից, կրիայի զրահից, խեցուց, սաթից, սադափից, ծովի փրփուրից, այդ նյութերի փոխարինիչներից կամ պլաստմասսայից պատրաստված իրեր, որոնք ընդգրկված չեն այլ դասերում:



դաս 21. տնային կամ խոհանոցային կահկարասի եւ սպասք, սանրեր եւ սպունգներ. խոզանակներ (բացառությամբ նկարչական վրձինների) եւ դրանց պատրաստման նյութեր. իրեր մաքրման նպատակների համար. պողպատյա տաշեղ. չմշակված կամ մասնակի մշակված ապակի (բացառությամբ շինարարական ապակու). ապակյա, հախճապակյա եւ ճենապակյա իրեր, որոնք ընդգրկված չեն այլ դասերում:

դաս 22. ճոպաններ, պարաններ, առասաններ, ցանցեր, վրաններ, ծածկարաններ, բրեզենտ, առագաստներ, պարկեր եւ տոպրակներ (որոնք ընդգրկված չեն այլ դասերում). խծուծման նյութեր (բացառությամբ ռետինից եւ պլաստմասսայից պատրաստվածների). մանածագործական թելքահումք:

դաս 23. մանվածք եւ թելեր մանածագործության համար:

դաս 24. գործվածքներ եւ մանածագործական ապրանքներ, որոնք ընդգրկված չեն այլ դասերում. անկողնու եւ սեղանի ծածկոցներ:

դաս 25 հագուստ, կոշիկներ, գլխարկներ:

դաս 26. ժանյակներ եւ ասեղնագործված իրեր, երիզներ եւ ժապավեններ. կոճակներ, սեղնակոճակներ, կեռիկներ եւ ամրողակներ, գնդասեղներ եւ ասեղներ. արհեստական ծաղիկներ:

դաս 27. գորգեր, հատակի ծածկոցներ, խսիրներ, լինօլեում եւ այլ հատակածածկույթներ. պատի պաստառներ(ոչ մանածագործական):

դաս 28. խաղեր եւ խաղալիքներ. մարմնամարզական եւ սպորտային իրեր, որոնք ընդգրկված չեն այլ դասերում. տոնածառի զարդեր.

դաս 29. միս, ձուկ, թռչնամիս եւ որսամիս. մսի էքստրակտներ. պահածոյացված, սառեցված, չորացված եւ ջերմամշակման ենթարկված մրգեր եւ բանջարեղեն. դոնդող, մուրաբա, կոմպոտ. ձու, կաթ եւ կաթնամթերք. սննդային յուղեր եւ ճարպեր.

դաս 30. սուրճ, թեյ, կակաո, շաքար, բրինձ, տապիոկա, սագո, սուրճի փոխարինիչներ. ալյուր եւ հացահատիկային մթերքներ, հաց, հրուշակեղեն եւ քաղցրավենիք, պաղպաղակ. մեղր, մաթ. խմորիչներ, հացաթխման փոշիներ. աղ, մանանեխ. քացախ, սոուսներ (համեմունք). համեմունք

սառույց:

դաս 31. գյուղատնտեսական, այգեգործական, անտառային եւ հացահատիկային մթերքներ, որոնք ընդգրկված չեն այլ դասերում. կենդանիներ. թարմ մրգեր եւ բանջարեղեն. սերմեր, բնական բույսեր եւ ծաղիկներ. կեր կենդանիների համար. ածիկ.

դաս 32. գարեջուր. հանքային եւ գազավորված ջրեր եւ այլ ոչ ալկոհոլային ըմպելիքներ. մրգային ըմպելիքներ եւ մրգահյութեր. օշարակներ եւ ըմպելիքների պատրաստման այլ բաղադրանյութեր:

դաս 33. ալկոհոլային խմիչքներ (բացառությամբ գարեջրի):

դաս 34. ծխախոտ. ծխելու պիտույքներ. լուցկի:

դաս 35. գովազդ. գործերի կառավարում գործարարության ասպարեզում. վարչարարական գործունեություն գործարարության ասպարեզում. գրասենյակային ծառայություններ.

դաս 36. ապահովագրություն. ֆինանսական գործունեություն. դրամավարկային գործառնություններ. անշարժ գույքի հետ կապված գործառնություններ:

դաս 37. շինարարություն. նորոգում. սարքավորումների տեղակայում.

դաս 38. հեռահաղորդակցություն:

դաս 39. տրանսպորտ (փոխադրումներ). ապրանքների փաթեթավորում եւ պահպանում. ճանապարհորդությունների կազմակերպում.

դաս 40. նյութերի մշակում:

դաս 41. դաստիարակություն (կրթություն, ուսուցում). ուսումնական գործընթացի ապահովում, զվարճություններ. մարզական եւ մշակութային միջոցառումների կազմակերպում.

դաս 42. գիտական եւ տեխնոլոգիական ծառայություններ եւ հետազոտություններ եւ դրանց հետ կապված մշակումներ. արդյունաբերական վերլուծումներ եւ հետազոտություններ. համակարգչային ապարատների եւ ծրագրերի մշակում եւ կատարելագործում.


դաս 43 սննդամթերքով եւ ըմպելիքներով ապահովման ծառայություններ. ժամանակավոր բնակատեղով ապահովում.

դաս 44 բժշկական ծառայություններ. անասնաբուժական ծառայություններ. կենդանիների եւ մարդկանց հիգիենիկ եւ կոսմետիկական ծառայություններ. գյուղատնտեսական, այգեգործական եւ անտառային ծառայություններ.

դաս 45 իրավաբանական ծառայություններ. անվտանգությամբ ծառայություններ սեփականության եւ անհատի պաշտպանության համար. այլ անձանց կողմից մատուցված անհատական եւ սոցիալական ծառայություններ անհատի կարիքները հոգալու համար:

## Մադրիդյան համաձայնագրի անդամ երկրներ

Ալբանիա	Ճապոնիա
Ալժիր	Ղազախստան
Անտիգա – Բարբուդա	Քենիա
Ավստրալիա	Ղրղզստան
Ավստրիա	Լատվիա
Հայաստան	Լեւոտո
Ադրբեջան	Լիբերիա
Բելառուս	Լիխտենշտեյն
Բելգիա	Լիտվա
Բուրսան	Լյուքսեմբուրգ
Բոսնիա-Հերցեգովինա	Մոնակո
Բուլղարիա	Մոնղոլիա
Չինաստան	Մարոկո
Խորվաթիա	Մոզամբիկ
Կուբա	Նիդերլանդներ
Կիպրոս	Նորվեգիա
Չեխիայի Հանրապետություն	Լեհաստան
Կորեայի Դեմոկրատական	Պորտուգալիա
Հանրապետություն	Կորեայի Հանրապետություն
Դանիա	Մոլդովա
Եգիպտոս	Ռումինիա
Էստոնիա	Ռուսաստանի Դաշնություն
Ֆինլանդիա	ՍանՄարինո
Ֆրանսիա	Սերբիա-Մոնտենեգրո
Վրաստան	Սիերա Լիոնե
Գերմանիա	Սինգապուր
Հունաստան	Սլովակիա
Հունգարիա	Սլովենիա
Իսլանդիա	Իսպանիա
Իռլանդիա	Սուդան
Իտալիա	Սվազիլենդ



Շվեյցարիա  
Շվեդիա  
Տաջիկստան  
Մակեդոնիա  
Թուրքիա  
Թուրքմենստան  
Ուկրաինա  
Միացյալ Թագավորություն  
Ամերիկայի Միացյալ Նահանգներ  
Ուզբեկստան  
Վիետնամ  
Զամբիա

**Օգտակար էլեկտրոնային հասցեներ մանրամասն տեղեկություններ ստանալու համար՝**

[www.aipa.am](http://www.aipa.am)  
[www.wipo.int/sme/](http://www.wipo.int/sme/)  
[www.wipo.int/about-ip/en/](http://www.wipo.int/about-ip/en/)  
[www.inta.org](http://www.inta.org)  
[www.wipo.int/news/en/links/ipo](http://www.wipo.int/news/en/links/ipo)  
[www.wipo.int/madrid/en](http://www.wipo.int/madrid/en)  
[www.wipo.int/classifications/en/ecommerce.wipo.int/domains/](http://www.wipo.int/classifications/en/ecommerce.wipo.int/domains/)  
[www.icann.org](http://www.icann.org)

## Հրատարակություններ «Մտավոր սեփականությունը բիզնեսի համար» շարքից

1. Նշանի ստեղծում. Ընդհանուր գիտելիքներ «Ապրանքային նշանները փոքր ու միջին ձեռնարկությունների համար» թեմայի վերաբերյալ, ՄՍՀԿ հրատարակություն N 900,
2. Չգտում կատարելության. Ընդհանուր գիտելիքներ «Արդյունաբերական նմուշները փոքր ու միջին ձեռնարկությունների համար» թեմայի վերաբերյալ, ՄՍՀԿ հրատարակություն N 498,
3. Կերտիր ապագան. Ընդհանուր գիտելիքներ «Արտոնագրերը փոքր ու միջին ձեռնարկությունների համար» թեմայի վերաբերյալ, ՄՍՀԿ հրատարակություն N 917,
4. Ստեղծագործական արտահայտություն. Ընդհանուր գիտելիքներ «Յեղիմակային իրավունքը փոքր ու միջին ձեռնարկությունների համար» թեմայի վերաբերյալ, ՄՍՀԿ հրատարակություն N 918,

Բոլոր հրատարակությունները կարելի է ձեռք բերել ՄՍՀԿ էլեկտրոնային գրախանութի [www.wipo.int/ebookshop](http://www.wipo.int/ebookshop) ինտերնետային կայքից:

«Մտավոր սեփականությունը բիզնեսի համար» շարքի հրատարակությունների էլեկտրոնային տարբերակները կարող եք ձեռք բերել ՄՍՀԿ Փոքր ու միջին ձեռնարկությունների բաժնի ինտերնետային կայքից՝ [www.wipo.int/sme/en](http://www.wipo.int/sme/en):

Կարող եք նաեւ [www.wipo.int/sme/en/documents/wipo\\_sme\\_newsletter.html](http://www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_sme_newsletter.html) կայքից անվճար ձեռք բերել ՄՍՀԿ Փոքր ու միջին ձեռնարկությունների բաժնի ամենամսյա էլեկտրոնային թերթը, որը ձեզ կտեղեկացնի ոլորտի կարեւոր իրադարձությունների մասին:

Մամրամասն տեղեկությունների համար դիմել՝

World Intellectual Property Organization

Address:

34, chemin des Colombettes  
P.O. Box 18  
CH-1211 Geneva 20  
Switzerland

Telephone:

+41 22 338 91 11

Fax:

+41 22 733 54 28

e-mail:

wipo.mail@wipo.int  
WIPO Publication N 900(E)

Սույն հրատարակությունը կարող էք ձեռք բերել ՀՀ Ստավոր սեփականության գործակալությունից.

հեռ. 37410 52 06 73

ֆաքս: 37410 54 34 67

e-mail; cright@aipa.am

Translation, customization and printing of this material was financed under the WIPO United States Patent and Trademark Office Funds in Trust

Սույն ձեռնարկի հայերեն թարգմանությունը, «Ապրանքային նշանների մասին» ՀՀ օրենքին համապատասխանեցումը եւ հրատարակությունը իրականացվել է ՄՍՀԿ Միացյալ Նահանգների Արտոնագրային ու Ապրանքային նշանների Գրասենյակի հիմնադրամի միջոցներով: