ԺԱՄԱՆԱԿԻՆ ՀԱՄԸՆԹԱՑ

Մտավոր սեփականության օգտագործումը տեքստիլ ձեռնարկությունների կողմից

Մտավոր սեփականության
գործակալություն

ՀՏԴ 347.77: 677: 334
ԳՄԴ 67.99 (2Հ) 3+37.23+65.5
Ժ-214

Ժ-214 Ժամանակին համընթաց.- Եր.:
Մտավոր սեփական. գործակալ., 2010.- 32 էջ:

Զգուշացում. Սույն հրատարակության հիմնական նպատակը առարկայի վերաբերյալ ընդհանուր տեղեկություններ ապահովելն է. այն չի փոխարինում մասնագիտացված իրավաբանական խորհրդատվությանը:
Սույն հրատարակությունը համապատասխանեցվել է մտավոր սեփականության ՀՀ օրենսդրությանը եւ վերարտադրվել է Մտավոր սեփականության համաշխարհային կազմակերպությունից (ՄՍՀԿ) նախապես ձեռք բերված գրավոր թույլտվությամբ:

Բնօրինակ անգլերեն լեզվով գրքույկի նկատմամբ հեղինակային իրավունքը պատկանում է ՄՍՀԿ-ին: Հրատարակության անգլերեն տարբերակը մատչելի է www.wipo.int/sme/en/documents/guides/ ինտերնետային կայքից:

Համապատասխանեցված տարբերակի համար ՄՍՀԿ-ն պարտավորություն կամ պատասխանատվություն չի կրում. պատասխանատվությունը կրում է Մտավոր սեփականության գործակալությունը:

ՀՏԴ 347.77: 677: 334
ԳՄԴ 67.99 (2Հ) 3+37.23+65.5

ISBN 978-99941-2-362-8

© Մտավոր սեփականության գործակալություն, 2010
© ՄՍՀԿ, անգլերեն բնօրինակի նկատմամբ, 2005

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

ԺԱՄԱՆԱԿԻՆ ՀԱՄԸՆԹԱՑ

Մտավոր սեփականության օգտագործումը տեքստիլ ձեռնարկությունների կողմից

Մտավոր սեփականության գործակալություն

Բովանդակություն

Մտավոր սեփականության կարեւորությունը
փոքր եւ միջին ձեռնարկությունների համար.....3

Արդյունաբերական նմուշներ.....5

Գյուտեր.....11

Ապրանքային նշաններ.....15

Առեւտրային գաղտնիքներ 22

Մտավոր սեփականության պահպանություն.....23

ՄՏԱՎՈՐ ՍԵՓԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ ՏԵՔՍՏԻԼ ԱՐԴՅՈՒՆԱԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ

«Դիտումները ցույց են տալիս, որ հաջողությունը նախապատվությունը տալիս է խելացիներին»,-ասել է Լուի Պաստորը, ով «պատահականորեն» հայտնագործեց մի գործվածք, որը հետագայում կոչվեց վիսկոզա, մինչ հետազոտություններ էր կատարում արհեստական մետաքս ստանալու համար:

Տեքստիլ արդյունաբերությունում նորարարությունը վերջին 50 տարվա ընթացքում զարգացել է 3 հիմնական ուղղություններով՝ հագուստի, կենցաղային եւ տեխնիկական նշանակության: Լայկրան հիմնովին փոխեց կանանց եւ ամենօրյա հագուստի արդյունաբերությունը: Բամբակյա բանվորական տաբատները, որ մշակված էին քիմիական, հրակայուն պրոբանից եւ նոմեկս հրակայուն գործվածքից պատրաստված գլխարկները փրկեցին հրշեջների կյանքն ամբողջ աշխարհում: Այս նոր գործվածքներն օգտագործվեցին նաեւ կահույքի արտադրության մեջ, որոնցից պատրաստված կահույքն ավելի հարմարավետ, գեղեցիկ եւ դիմացկուն էր:

Ոչ մի կասկած չկա, թե ինչ մեծ կարեւորություն ունի մտավոր սեփականությունը տեքստիլ արդյունաբերությունում: Մինչդեռ փոքր եւ միջին շատ ձեռնարկություններ (ՓՄՁ) չեն կարեւորում իրենց ձեռնարկությունների մտավոր կարողության պահպանությունը:

Ներկայիս գործարարական շրջաններում ավելի մրցունակ դառնալու գրավականը նորարարության ու ստեղծագործական մտքի գնահատումն է: Մտավոր սեփականության ներուժը տնտեսական զարգացման եւ սոցիալական ու մշակութային բարեկեցության հզոր գործիք է:

Սույն գրքույկը փոքր եւ միջին ձեռնարկություններին ուղղություն է տալիս ոլորտում մշակել ճիշտ ռազմավարություն եւ իրականացնել մտավոր սեփականության արդյունավետ օգտագործում, որը կկրճատի ռիսկը, կզարգացնի գործարարական համագործակցությունը եւ կբարձրացնի մրցունակությունը տեքստիլ արդյունաբերության ոլորտում գործող նմանատիպ ձեռնարկությունների նկատմամբ:

«Նայիր սովորական իրերին ոչ սովորական աչքերով»
Վիկո Մագիստրետի, Իտալիայի կահույքի ամենահայտնի դիզայներներից մեկը

ԱՐԴՅՈՒՆԱԲԵՐԱԿԱՆ ՆՄՈՒՇՆԵՐ

Նորաձեւությունը տեքստիլ արդյունաբերության սիրտն է, եւ մտավոր սեփականության գործիքների շարքում արդյունաբերական նմուշների պահպանությունը ամենամոտն է նորաձեւությանը:
Ամեն տարի նորաձեւության եւ հագուստի արդյունաբերությունը հսկայական գումարների ներդրում է պահանջում նոր եւ ինքնատիպ իրեր ստեղծելու համար:

Արդյունաբերական նմուշը որեւէ իրի արտաքին տեսքի զարդանախշային կամ գեղագիտական լուծումն է: Նմուշը կարող է լինել ծավալային, ինչպես ասենք իրի ձեւը, կամ երկչափ հատկանիշներ ունենալ, ինչպես օրինակ՝ նախշերը, գծերը կամ գույները: Արդյունաբերական նմուշները իրը գրավիչ ու հետաքրքիր են դարձնում, արդյունքում բարձրանում է դրա իրացման հավանականությունը: Արդյունաբերական նմուշի հենց այս էրգոնոմիկական գնահատականն է, որ սպառողին գրավելու հարցում անխուսափելիորեն կարեւոր միջոց է: Հենց այս պատճառով է, որ արտադրողի համար շատ է կարեւորվում արդյունաբերական նմուշների իրավական պահպանությունը, ինչն էլ հանգեցնում է նրանց կողմից ապրանքների արտաքին տեսքի բարելավմանն ուղղված միջոցների ներդրմանը:

Երբ արդյունաբերական նմուշը գրանցվում է, նմուշը գրանցման ներկայացրած ֆիզիկական կամ իրավաբանական անձը՝ սեփականատերը, բացառիկ իրավունք է ձեռք բերում արգելելու երրորդ անձանց նմուշի ապօրինի վերարտադրումը, դրա նմանակումը եւ կանխելու ապօրինի գործողությունները: Դա նպաստում է կատարած ներդրման դիմաց արդարացի վարձատրություն ստանալուն: Արդյունաբերական նմուշի պահպանությունը նաեւ ապահովում է բարեխիղճ մրցակցություն եւ

արդար առեւտուր, ինչպես նաեւ նպաստում է ստեղծագործական գործունեության զարգացմանն ու սպառողի ուշադրությունը գրավում գեղագիտական ապրանքների նկատմամբ: Արդյունաբերական նմուշների պահպանությունը նպաստում է տնտեսության զարգացմանը՝ խրախուսելով ստեղծագործական գործունեությունն արդյունաբերական, տնայնագործական, տեքստիլի արտադրության ճյուղերում:

Արդյունաբերական նմուշների իրավական պահպանության օրենսդրությունը որոշակիորեն կապված է եւ՛ հեղինակային իրավունքի, եւ՛ արդյունաբերական սեփականության մասին օրենքների հետ: Որոշ երկրներում արդյունաբերական նմուշը կարող է պահպանվել հեղինակային իրավունքով՝ որպես դեկորատիվ-կիրառական արվեստի ստեղծագործություն: Հետեւապես յուրաքանչյուր կոնկրետ դեպքում արդյունաբերական նմուշ ստեղծողի համար հարց է առաջանում՝ ո՞ր օրենքով նախատեսված իրավական պահպանությունից օգտվելն է նպատակահարմար:

Եթե խոսքը վերաբերում է նոր «դիզայներական» աշխատանքին, օրինակ՝ եթե գործ ունենք գորգագործության կամ մանածագործության նոր մշակման հետ, ապա նպատակահարմար է դա պահպանել հեղինակային իրավունքի մասին օրենքով: Եթե գործ ունենք կենցաղային, գրասենյակային, նորաձեւության նոր ոճի իրերի հետ, ապա, իհարկե, նպատակահարմար է դրանք պահպանել որպես արդյունաբերական նմուշներ, նկատի ունենալով, որ պահպանության այս ժամկետը կարդարացնի ծախսած ժամանակն ու ներդրած գումարները:

DESIGNS

Դիզայնը՝ Արեւիկ Սիմոնյանի

Հաջողություններ նորաձեւության աշխարհում

Pret-a-Porter ցուցադրումները միակ սեզոնային նորաձեւության ցուցադրումներն են, որոնք հնարավորություն են տալիս հայ դիզայներներին՝ զարգացնելու հագուստի դիզայնը Հայաստանում եւ դրանով բարձրացնելու նորաձեւության արդյունաբերությունը: Նման ցուցադրումները կարեւորվում են նրանով, որ դիզայներները ստեղծագործական պայքարի մեջ են մտնում, միջազգային ճանաչում են ձեռք բերում եւ հնարավորություն են ստանում իրենց հավաքածուները դուրս բերել միջազգային շուկա:

Pret-a-Porter պոդյումային ցուցադրումներին մասնակցում են ոչ միայն տեղական, այլ նաեւ սփյուռքի մեր դիզայներները, ովքեր ցանկանում են իրենց արտադրությունն սկսել Հայաստանում:

«Ռուսական սիլուետ» փառատոնի հայկական ցուցադրումները ամենամյա բնույթ են կրում: Այստեղ իրենց ուժերն են փորձում հայկական նորաձեւության երիտասարդ դիզայներները: Այս փառատոնը մեծ հեղինակություն ունի համաշխարհային նորաձեւության շրջանակներում եւ ցանկացած նվաճում կարող է մեծ համբավ բերել մեր դիզայներներին ամբողջ աշխարհում:

Ավելին, նմուշի պահպանությունը միշտ չէ, որ կապված է մեծ գումարների հետ: Որոշ երկրներ, օրինակ՝ Անգլիան, առաջարկում է պահպանության համեմատաբար ավելի կարճ ժամկետ չգրանցված արդյունաբերական նմուշի համար:

Չգրանցված արդյունաբերական նմուշի պահպանությունը անչափ օգտակար է նորաձեւության դիզայներների կամ փոքր ձեռնարկությունների համար, որոնց բյուջեն սահմանափակ է, եւ, իհարկե, նրանց համար, ովքեր ուզում են իրենց արտադրանքը շուկա հանել նախքան կողմնորոշվելը, թե որ նմուշը գրանցեն:

«Զատիկ» նորաձեւության ստուդիա

Հայկական նորաձեւության «Զատիկ» ստուդիան մեծ համբավ ունի միջազգային շուկայում: Այն կազմավորվել է 1997թ-ին եւ սկսել է իր գործունեությունը հագուստի արդյունաբերությունում՝ պարահանդեսային զգեստների եւ պատվերով կանացի զգեստների արտադրությամբ, ստեղծել է իր սեփական հավաքածուն: Այսօր հագուստի արտադրության մեջ օգտագործվում են բարձրորակ սարքավորումներ, իսկ դրանց ստեղծմանը մասնակցում է դիզայներների, նկարիչների, դերձակների եւ մենեջերների փորձված անձնակազմ: Ստուդիայի աշխատանքային ուղղվածությունը հայկական գույների եւ էլեմենտների ներմուծումն է համաշխարհային նորաձեւության մեջ: Ստուդիան որպես հումք ավելի հաճախ օգտագործում է հայկական մետաքսը եւ բամբակը: «Զատիկ» ստուդիան կազմակերպում է կանացի զգեստների ցուցադրումներ: Ցուցադրումներին ներկայացվող հագուստների վրա աշխատում են հմուտ եւ փորձառու դիզայներներ:

դիզայնը՝ «Զատիկ» ստուդիայի

Եվրամիությունում չգրանցված համայնքային նմուշին պահպանություն տրամադրվում է առավելագույնը 3 տարի ժամկետով, սկսած այն օրվանից, երբ արդյունաբերական նմուշը առաջին անգամ մատչելի է դարձել Եվրամիության 27 երկրներից որեւէ մեկում: Հարկ է նշել, որ շատ երկրներ թույլատրում են գրանցման մեկ հայտում ներկայացնել միանգամից մի քանի տարբեր նմուշներ (10, 20 կամ նույնիսկ՝ 100) պայմանով, որ դրանք բոլորը վերաբերում են միեւնույն ապրանքին կամ ապրանքների «դասին»:

Տարբեր երկրներում արդյունաբերական նմուշի նկատմամբ իրավունքի գործողության ժամկետը տարբեր է: Սովորաբար, առավելագույն ժամկետը 5-ից 25 տարի է. հաճախ սահմանվում են որոշակի ժամկետներ, որոնք արդյունաբերական նմուշի սեփականատերը երկարաձգում է վերագրանցման միջոցով:
Պահպանության համեմատաբար կարճ ժամկետը վերաբերում է այն նմուշներին, որոնք ընդհանրանում են նորաձեւության հետ եւ որոնց մասսայականությունը կամ հաջողությունն անցողիկ բնույթ ունի հատկապես նորաձեւությունից կախված այնպիսի ճյուղերում, ինչպիսիք են հագուստի կամ կոշկեղենի արտադրությունները:

Նորաձեւության այն նմուշները, որոնք ավելի երկար կյանքի տեւողություն ունեն, որպես արդյունաբերական նմուշ գրանցելը ամենաարդյունավետ միջոցն է: Արդյունաբերական նմուշի գրանցումը իրավատիրոջը հնարավորություն է տալիս արգելելու երրորդ անձանց օգտագործել այն առանց իր թույլտվության:

Բրիմֆուլ Դիզայն, Պակիստան

Վերջին 11 տարիների ընթացքում նորաձեւության ստուդիան, որ գործում է Լահորում, (Պակիստան) արտադրում եւ շուկա է հանում բարձրորակ բամբակյա հագուստ Յահիր Վահիդ Դիզայներ Լոուն ապրանքային նշանով: 2003 թ-ին ընկերությունը հայտնաբերեց, որ իրենց դիզայնով մեծ քանակությամբ կեղծված ցածրորակ բամբակյա հագուստ է արտադրվում, որոնցով ողողված է շուկան եւ վաճառվում է բնօրինակ արտադրանքից 3 անգամ էժան:

Ընկերության իրավաբանը խորհրդակցեց մտավոր սեփականության փորձագետի հետ, ով խորհուրդ տվեց անհապաղ գրանցել նմուշները Պակիստանի արտոնագրային գերատեսչությունում: Հետեւելով փորձագետի խորհրդին ընկերության իրավաբանը արտոնագրային գերատեսչություն ներկայացրեց համապատասխան փաստաթղթերն ու գրանցեց բոլոր նմուշները՝ խախտումները կանխելու եւ իրավական գործողություններ սկսելու նպատակով: Նրանք չբավարարվեցին միայն իրենց նմուշները գրանցելով, այլ օգտագործեցին լրատվական միջոցները եւ իրավապահ մարմինների հետ արդյունավետ քայլեր ձեռնարկեցին իրավախախտ կրկնօրինակները վերացնելու ուղղությամբ: Եվ ընկերությունը հասավ իր նպատակին: Այս ամենը տվեց սպասված արդյունքները. 2005 թ. կեղծ օրինակների քանակը զգալիորեն նվազեց: Այնուամենայնիվ նրանց պայքարը դեռ շարունակվում է:

Չնայած որ Բրիմֆուլ Դիզայն ընկերությունը բավականին փոքր է, նրանք գիտեն իրենց իրավունքները եւ արդյունավետ ձեւով պաշտպանում են դրանք: Իրավախախտողները դադարեցրին նույնական դիզայնի կրկնօրինակումը, սակայն դեռ շարունակում են այնքան նման նմուշներ ստեղծել, որ շփոթության մեջ են գցում սպառողներին: Բրիմֆուլ Դիզայնը հուսով է, որ համապատասխան մարմինների կողմից խիստ պատժամիջոցներ կկիրառվեն մտավոր սեփականության իրավունքները խախտողների դեմ:

ԳՅՈՒՏԵՐ

PATENTS

Ընդհանրապես առօրյայում գյուտ ասելով հասկանում ենք ցանկացած բնագավառի արտադրանք կամ ինչ որ բան անելու եղանակ կամ որեւիցե խնդրի նոր լուծում, որն իրագործված է տեխնիկապես: Տեխնիկական նորարարությունը, որը պահպանվում է արտոնագրով, տեքստիլ արտադրողին շուկայում ավելի մրցունակ դարձնելու ուղիներից մեկն է: Արտոնագրային փաստաթղթերը վկայում են ընկերության տեխնիկական գերազանցության մասին, օրինակ՝ նոր գործվածքի հայտնագործումը, որը չի ճմրթվում, ավելի փափուկ է, ջրակայուն, էլաստիկ եւ այլն: Այսպիսի գյուտերը կարող են հրապուրել գործարարներին ու ներդրողներին:

Ստվերարկման գործվածք ջերմատների համար

Գյուտը վերաբերում է միկրոկլիմայի պահպանման ու կարգավորման միջոցներին, մասնավորապես՝ կարող է օգտագործվել ջերմոցներում եւ ջերմատներում ջերմաստիճանի կարգավորման սարքերում եւ գյուղատնտեսության մեջ:

գործվածք ջերմատների համար

Դա ջերմոցների եւ ջերմատների ստվերարկման համար գործվածք է, որը հյուսված է ցանցերի տեսքով, եւ պարունակում է լուսանդրադարձնող ալյումինե նրբաթիթեղներ: Գործվածքի ազատ, ցանցային մասերը օդը եւ լույսը թափանցելու համար են, իսկ ալյումինե նրբաթիթեղով հատվածը՝ արեւի ճառագայթները անդրադարձնելու համար: Այն բարձրացնում է ստվերարկման գործվածքի ֆունկցիոնալ հնարավորությունը:

Օգտագործելով գործվածքի տարբեր մակերեւույթները՝ անդրադարձնող կամ կլանող, հնարավոր է կառավարել ջերմատան ջերմաստիճանային ռեժիմը:

Արտոնագրային փաստաթղթերը

Արտոնագիրը մի փաստաթուղթ է, որը համապատասխան հայտի հիման վրա, օրենքով սահմանված կարգով տրվում է պետության կողմից (ի դեմս պետական լիազոր մարմնի) եւ որին պարտադիր կցվում է այն օբյեկտի նկարագրությունը, որին իրավական պահպանություն է տրամադրվել:

Իտալական Գրինդի Սրլ. ընկերությունը ստեղծեց խցանից պատրաստված Սուբերիս կոչվող նոր նյութը, որը փափուկ էր, ինչպես թավիշը, թեթեւ՝ ինչպես մետաքսը, լվացվող, չճմրթվող, չգունաթափվող, ջրակայուն եւ հրակայուն: Նյութը փորձարկելուց հետո 1998թ-ին Գրինդին միջազգային արտոնագրային հայտ ներկայացրեց Արտոնագրային համագործակցության մասին պայմանագրի (PCT) ընթացակարգով՝ իր յուրօրինակ արտադրանքը մի շարք երկրներում պահպանելու նպատակով: Սուբերիս նյութը օգտագործվում է հագուստի, կոշկեղենի եւ սպորտային հագուստի արտադրության մեջ, ունի նաեւ ուրիշ շատ կիրառություններ:

դիզայնը՝ Գրինդի Սրլ.

Արտոնագրային փաստաթղթերը կարող են այնպիսի տեղեկատվություն պարունակել, որը կարող է կատարելագործել արտադրանքը կամ կրճատել այն շուկա հանելու ժամանակը կամ բարձրացնել արտադրանքի որակը:

Տեքստիլ արդյունաբերության ձեռնարկությունները կարող են արտոնագրված տեխնոլոգիան օգտագործելու լիցենզիա ձեռք բերել՝ մրցակցության մեջ առավելության հասնելու կամ ռազմավարական գործընկերություն ձեւավորելու միջոցով որեւէ ընկերության տեխնոլոգիային հասու լինելու նպատակով:

Արտոնագրերը պարունակում են տեխնիկայի մակարդակի վերաբերյալ տեղեկատվություն, որն օգնում է ձեռնարկությանը խուսափել ժամանակի եւ գումարի կորուստներից:

Բացի այն, որ պետք է ստուգել, արդյոք գյուտը արտոնագրաունակ է թե ոչ, արտոնագրերի տվյալների բազայում ժամանակին կատարած արդյունավետ որոնումը կարող է օգտակար տեղեկություններ տրամադրել՝

- ներկա եւ ապագա մրցակիցների R&D (հետազոտություն եւ զարգացում) գործունեության,
- տեխնոլոգիայի բնագավառում ներկայիս ուղղությունների,
- լիցենզավորվող տեխնոլոգիաների,
- պոտենցիալ մատակարարների, գործընկերների կամ գիտնականների,
- ձեր երկրում եւ երկրից դուրս հնարավոր շուկայական պահանջարկի,
- երրորդ անձանց արտոնագրերի՝ համոզվելու, որ ձեր արտադրանքը չի խախտում նրանց արտոնագրով տրամադրված իրավունքները,
- գործողության ժամկետն ավարտված արտոնագրերի եւ հանրության սեփականություն դարձած տեխնոլոգիաների, եւ
- առկա տեխնոլոգիաների վրա հիմնված նոր զարգացումների վերաբերյալ:

PATENTS

Geox արտոնագրերը

Ռետինե կոշիկները, որ ստեղծվեցին դեռ 50 տարի առաջ եւ մեծ նվաճում էին, ջրակայուն էին, ոտքը չոր եւ տաք էին պահում հատկապես ձմռանը: Դրա թերությունն այն էր, որ քրտնեցնում էր ոտքը: Geox ընկերությունը գտավ այդ խնդրի լուծումը բավականին հեշտ եղանակով եւ ուսումնասիրությունների արդյունքում ստեղծեց փոքր ծակոտիներով հատուկ տակդիր, որը կլանում էր քրտինքը ներբանի միջոցով եւ հեռացնում այն ներբանից գոլորշու տեսքով: Ծակոտիները, որ ավելի մեծ էին, քան ջրի կաթիլները, դուրս էին հանում ջուրը եւ ոտքը չոր պահում՝ դրանով ապահովելով կոշիկի իդեալական միկրոկլիման:

Geox ընկերությունը խնդրի լուծումը գտավ նաեւ հագուստի համար՝ ստեղծեց տաք եւ չոր զգեստներ: Նրա արտոնագրած այս տեխնոլոգիան ապահովում է մարդու մարմնի անհրաժեշտ ջերմաստիճանն ու հարմարավետությունը:

ԱՊՐԱՆՔԱՅԻՆ ՆՇԱՆՆԵՐ

Ապրանքային նշանները շատ կարեւոր նշանակություն ունեցան հատկապես ապրանքների զանգվածային արտադրության զարգացման եւ այդ ապրանքների արտահանման ծավալների ընդլայնման համար:

Ապրանքային նշանը տարբերակիչ նշան է, որն առեւտրում տարբերում է որեւէ անձի կամ ձեռնարկության ապրանքներն այլ անձանց նույնատիպ ապրանքներից: Սա օգնում է սպառողներին ճանաչել եւ ձեռք բերել այնպիսի ապրանքներ, որոնց ծագումն ու որակը, որ մատնանշված է տարբերակիչ ապրանքային նշաններով, բավարարում են նրանց կարիքները: Ապրանքային նշանները հեշտացնում են սպառողներին ընտրություն կատարել որոշակի ապրանք գնելիս: Դրանք շատ կարեւոր դեր ունեն հագուստի, կահույքի, տեխնիկայի եւ տեքստիլ արդյունաբերության մեջ:

Ձեռնարկությունների ռազմավարությունն այն պիտի լինի, որ ստեղծեն այնպիսի բրենդ, որը հետաքրքրություն կառաջացնի եւ վստահություն կներշնչի սպառողներին: Այն պետք է համապատասխանի ապրանքի որակի չափանիշներին եւ պահանջներին: Կարեւորն այն է, որ սպառողը կարողանա լիովին վստահել այն ձեռնարկությանը, կազմակերպությանը, որի պատասխանատվությամբ տվյալ ապրանքային նշանով ապրանքը շրջանառության մեջ է դրվում: Ապրանքային նշանի պահպանությունը կանխում է անբարեխիղճ մրցակիցների փորձերը՝ կեղծել ապրանքը: Այդ մրցակիցների թվում են կեղծ ապրանք արտադրողները, որոնք շփոթության աստիճան նման կամ ուրիշի ապրանքային նշաններն ապօրինի օգտագործում են իրենց ցածրորակ ապրանքներն իրացնելու նպատակով:

Հայաստանյան հագուստի շուկան այսօր հեղեղված է չինական եւ թուրքական էժանագին եւ որոշ դեպքերում՝ անորակ հագուստով, իսկ հեղինակավոր ապրանքային նշաններով արտադրանքը շատ թանկ է եւ Հայաստանի միջին սպառողի գրպանին ոչ համապատասխան: Սրա հիմնական պատճառը Հայաստանի Հանրապետությունում տեքստիլ արդյունաբերության իսպառ բացակայությունն է:

Վերջին մի քանի տարիների ընթացքում տեքստիլ արտադրությունը բավականին առաջընթաց է ունեցել Հայաստանում: Այժմ արտասահմանյան բրենդներով մակնշված արտադրանքի կողքին հայտնվում են մեր հայկական արտադրողների ապրանքները, եւ կոչ է արվում բոլորին գնել հայրենական արտադրանքը, որը ոչ միայն չի զիջում արտասահմանյան արտադրանքին, այլեւ որոշ դեպքերում նույնիսկ գերազանցում է:

Հայ արտադրողներն իրենց արտադրանքի շեշտը դրել են բնական հումքի, առողջության համար անվնաս բաղադրիչների վրա: Այն, որ օգտակարի, բնականի, հարմարավետի եւ գունեղի միաձուլումը կարող է կրել «Պատրաստված է Հայաստանում» պիտակը, արդեն կասկած չի հարուցում: Օրինակ, տրիկոտաժե հագուստ արտադրող «Տոսպ» ընկերությունը հայկական շուկայում իր արտադրանքը վաճառում է՝ նշելով, որ այն պատրաստված է 100% բամբակե հումքից, մատչելի գին ունի եւ հարմարավետ է: «Ռասար» ֆաբրիկան, որը Երեւանի նախկին Կաշվե գալանտերիայի գործարանի նոր անվանումն է, հայ սպառողին է առաջարկում բնական կաշվից ու գործվածքից կարված պայուսակներ, դպրոցական ուսապարկեր ու գրչատուփեր, որոնք աչքի են ընկնում հայկական խորհրդանիշերով: Նրանք որպես զարդանախշ օգտագործում են հայկական այբուբենի տառերը: «Ռասար» ֆաբրիկան հայրենական շուկայից կարողացել է դուրս մղել չինական արտադրանքն ու իր բազմազան տեսականիով բավարարում է հայ սպառողի ակնկալիքները:

MARKS

«Արմոս» ընկերությունը

Կոշիկի արտադրությունն ավանդաբար զարգացած է Հայաստանում: Հայաստանի կոշիկը մրցունակ էր հիմնականում Խորհրդային Միության տարածքում: Խորհրդային տարիները, մանավանդ վերջին շրջանը համարվում է Հայաստանի կոշիկի արտադրության մեջ առաջին եւ ամենամեծ էտապը: Այսօր Հայաստանում հայտնի են կոշիկի արտադրությամբ զբաղվող մի քանի ձեռնարկություններ. «Հելեն» ՍՊԸ, «Արմոս» ՍՊԸ եւ այլն:

«Արմոս» ընկերությունը հիմնադրվել է 1992 թվականին: Ընկերության նպատակը աշխարհում կոշիկի նորաձեւության նոր ուղղությունների ուսումնասիրությունն ու հայաստանյան ու արտասահմանյան շուկայում բարձրորակ արտադրանքով հանդես գալն է: Շատ մեծ ուշադրություն է ցուցաբերվում կոշիկի դիզայնին:

Ընկերության լոգոն ներկայացնում է հայ կոշկակարի պատկերը, որը խորհրդանշում է ձեռքի որակյալ աշխատանքը:
Կոշիկի ժամանակակից դիզայնը, բարձրորակ հումքն ու տեսականու մշտական թարմացումը նրանց արտադրանքն ավելի գրավիչ են դարձնում սպառողի համար: «Արմոս» ընկերությունն ունի արտադրական ու մասնագիտական լայն հնարավորություններ: Նոր տեխնոլոգիաների օգտագործումը, ստեղծագործական մոտեցումը, ինչպես նաեւ արտադրության բարձր որակը ավելի հայտնի են դարձնում նրան՝ ապահովելով ընկերության արտադրանքի վաճառքի ծավալների աճը:

«Արմոս» ընկերության լոգոն

Հայ սպառողը «Արմոս» ապրանքային նշանն ընկալում է որպես ժամանակակից, նորաձեւ կոշիկի բրենդ եւ պատրաստ է ավելի մեծ գումարներ վճարել այն կոշիկների համար, որոնք կրում են հենց այս ապրանքային նշանը:

Ավելին՝ քան անունն է

Ճապոնացի դիզայներ Տակադո Կենզոին 30 տարի էր պետք, որ հայտնի դառնար նորաձեւության աշխարհում եւ իր ձեռք բերած համբավի վրա էլ ստեղծեր իր կայուն ապրանքային նշանը: Կենզոն օգտագործում էր պայծառ ու տաք գույներով գործվածքներ, համակցելով ժամանակակից եւ ավանդական ոճերը՝ սկիզբ դնելով KENZO նոր եւ յուրօրինակ ուղղությանը: 1993 թվականին Կենզոն վաճառեց իր նորաձեւության սրահը ֆրանսիացի նորաձեւության արքա LVMH-ին 29 միլիոն եվրոյով՝ մինչեւ կյանքի վերջը մնալով Կենզոյի թիվ 1 դիզայները: 1997-ին LVMH-ը վերադարձրեց նրան նրա անունից ու ազգանունից կազմված համատեղ օգտագործվող ապրանքային նշանը՝ պահպանելով KENZO բրենդը:

Մի քանի տարի հետո Տակադա Կենզոն որոշեց վերադառնալ նորաձեւությանը, որն այս անգամ կիրառվելու էր կահույքի եւ կենցաղային իրերի համար արտադրվող գործվածքներում: Նա որոշեց, որպես ապրանքային նշան, օգտագործել իր անվան չինարեն տարբերակը: Հենց այդ ժամանակ Կենզոն պարզեց, որ LVHM-ն արդեն օգտագործում է իր անվան չինարեն տարբերակը եւ 2005 թվականին նա դատի տվեց LVHM-ին իր ապրանքային նշանն օգտագործելու համար եւ մի քանի միլիոնի փոխհատուցում պահանջեց ընկերությունից : Նա ապացուցեց, որ վիճարկվող ապրանքային նշանը 1997թ. LVHM ընկերության հետ կնքած պայմանագրով վերադարձված իրավունքների մի մասն է: Վեճն ի վերջո լուծվեց խաղաղ ճանապարհով:

ԱՇԽԱՐՀԱԳՐԱԿԱՆ ՆՇՈՒՄՆԵՐ, ԿՈԼԵԿՏԻՎ ԵՎ ՀԱՎԱՍՏԱԳՐԱՅԻՆ ՆՇԱՆՆԵՐ

Բազմազան ապրանքային նշանների կողքին գոյություն ունեն նաեւ նշանների մի քանի այլ դասեր, մասնավորապես՝ կոլեկտիվ նշանները, հավաստագրային նշաններն ու աշխարհագրական նշումները:

Կոլեկտիվ նշաններ ասելով, սովորաբար հասկանում են նշաններ, որոնք տարբերակում են մի խումբ ձեռնարկությունների կողմից միասնական արտադրվող որոշակի բնութագրեր ունեցող ապրանքները կամ ծառայությունները, ինչպես օրինակ՝ դրանց աշխարհագրական ծագումը, նյութը, որից պատրաստված է ապրանքը եւ պատրաստման եղանակը: Կոլեկտիվ նշանների սեփականատեր կարող են լինել ձեռնարկությունների ասոցիացիաները կամ այլ կազմակերպություններ, ներառյալ հասարակական կառույցներն ու տնտեսական ընկերակցությունները:

Աշխարհագրական նշումը մի նշան է, որն օգտագործվում է այն ապրանքների նկատմամբ, որոնք ունեն որոշակի աշխարհագրական ծագում եւ այնպիսի հատկություններ ու որակ, որ բնորոշ են տվյալ աշխարհագրական միջավայրին՝ ծագման տվյալ վայրին: Աշխարհագրական նշումները որոշակի ապրանքների՝ մասնավորապես գինիների եւ ոգելիչ խմիչքների համար շատ ավելի լայն պահպանություն են տրամադրում, քան այլ ապրանքների կամ այն ապրանքների համար, որոնք շուկա են հանվում կոլեկտիվ նշանով:

Եգիպտական բամբակ

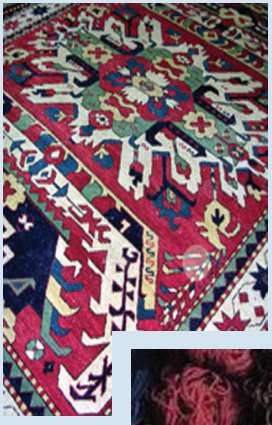
Եգիպտոսի մեղմ կլիման բարենպաստ է բամբակ աճեցնելու եւ բարձրորակ եգիպտական բամբակ արտադրելու համար, որը մեծ ճանաչում ունի ամբողջ աշխարհում: Եգիպտոսի կառավարությունը արտադրանքի արժեքը հասկացավ դեռեւս 1926թ. եւ խիստ հսկողություն սահմանեց բամբակի սերմերի վրա: Բամբակի սերմերը պետք է բարձրորակ սերմեր լինեին եւ ոչ մի դեպքում չխառնվեին ավելի ցածրորակ սերմերի հետ: 2001թ. Եգիպտոսի Էկոնոմիկայի եւ առեւտրի նախարարությունը Ալեքսանդրիայի բամբակ արտահանողների միջազգային ասոցիացիայի հետ միասին միջազգային ապրանքային նշանի հայտ ներկայացրեց (Մադրիդյան համակարգի 756059 համարով): Եգիպտական բամբակը կարող է օգտագործվել միայն լիցենզիայի հիման վրա եւ երաշխավորում է 100%-անոց եգիպտական բամբակից պատրաստված արտադրանքի որակը:

Մի շարք երկրներ պահպանություն են տրամադրում նաեւ հավաստագրային նշաններին, որոնք կարող են կիրառվել միայն արտադրվող այն ապրանքների նկատմամբ, որոնք համապատասխանում են սահմանված որոշակի չափանիշներին: Դրանք կարող են օգտագործվել ցանկացած անձի կողմից, ով կապացուցի, որ իր արտադրած ապրանքները համապատասխանում են այդ սահմանված չափանիշներին:

Հայտնի հավաստագրային նշան է **WOOLMARK**-ը, որը հավաստում է, որ այն ապրանքները, որոնց նկատմամբ կիրառվում է նշանը, պատրաստված են 100% -անոց բրդից:

Աշխարհագրական նշումները հայկական գորգերի համար

Հայկական գորգերը վաղուց ի վեր բարի համբավ են վայելում: Թանկարժեք գորգեր տարբեր ժամանակներում գործել են Հայաստանի բոլոր գավառներում, ինչպես նաեւ Հայաստանից դուրս հայաբնակ վայրերում: Զարդապատկերների հարստությունն ու բազմազանությունը, ոճական միասնությունը, առանձին մոտիվների մշակված, հղկված, լակոնիկ ձեւերը, համաչափության պահպանումը յուրահատուկ նուրբ գեղեցկություն են հաղորդում հայկական գորգերին: Գորգերը գործել են ոչխարի եւ ուղտի բրդից, այծի մազից, բամբակից, վուշից մանած թելերով՝ ներկված հանքային, կենդանական եւ բուսական տարբեր գույների եւ երանգների ներկերով: Թանկարժեք գորգերի մեջ օգտագործել են նաեւ մետաքսե, ոսկե եւ արծաթե թելեր: Այդ է պատճառը, որ ինչպես հնում, այնպես էլ XV-XVI դդ. միջազգային առեւտրում գորգերը մեծ դեր են խաղացել: Հայ վաճառականները Արեւմտյան Եվրոպայում ունեին գորգերի առեւտրի մենաշնորհ:



Զեռագործ գորգերը, որ գործվում են Հայաստանի տարբեր շրջաններում հայտնի են իրենց տարբերակիչ հատկություններով՝ ավանդական մոտիվներով, գործելու մեթոդներով, բույսերից ստացված ներկերով, որոնք բնորոշ են հենց տվյալ շրջանին, եւ այլն:

Այսօր Հայաստանում առավել հայտնի արտադրողներից են Հայգորգը (ձեռագործ գորգեր), Իջեւանի Գորգը (մեքենագործ գորգեր), ամերիկյան Թուֆենքյանի Գորգի հայաստանյան մասնաճյուղը: Հայկական գորգերը արտահանվում են ԱՄՆ եւ արեւմտաեվրոպական շուկաներ:

ԱՌԵՎՏՐԱՅԻՆ ԳԱՂՏՆԻՔՆԵՐ

Մտավոր գործունեության արդյունքները, որոնք տեխնիկական, կազմակերպչական կամ առեւտրային բնույթի տեղեկություններ են, կարող են պահպանվել որպես չբացահայտված տեղեկատվություն (առեւտրային գաղտնիք, ծառայողական գաղտնիք, արտադրական գաղտնիք (նոու-հաու)), եթե դա համապատասխանում է հետեւյալ պայմաններին՝

- երրորդ անձանց անհայտ լինելու ուժով ունի իրավական կամ հնարավոր առեւտրային արժեք.
- օրինական հիմքերով այն ազատորեն ստանալու հնարավորություն չկա.
- տեղեկատվությունը տիրապետողը հատուկ միջոցներ է ձեռնարկում դրա գաղտնիության պահպանման համար:

Չբացահայտված տեղեկատվության պահպանության համար առավելագույն ժամկետ չի սահմանվում, եւ պահպանվում է այնքան ճամանակ, որքան ցանկանում է դրա տիրապետողը, եթե պահպանված են վերը նշված երեք պայմանները:

Չբացահայտված տեղեկատվությունն ապօրինի օգտագործումից պահպանելու իրավունքը ծագում է անկախ այդ տեղեկատվության նկատմամբ որեւէ ձեւականություն կատարելուց (գրանցելուց, վկայական ստանալուց եւ այլն):

Չբացահայտված տեղեկատվության պահպանության կանոնները չեն կիրառվում այն տեղեկությունների նկատմամբ, որոնք օրենքին համապատասխան չեն կարող լինել ծառայողական, առեւտրային կամ բանկային գաղտնիք (իրավաբանական անձանց, գույքի նկատմամբ իրավունքների պետական գրանցման մասին, պետական վիճակագրական հաշվետվության տեղեկությունները եւ այլն):

ՄՏԱՎՈՐ ՍԵՓԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՊԱՀՊԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ

Ընդհանրապես մտավոր սեփականության պահպանությունը սահմանափակվում է այն երկրի տարածքով, որտեղ այն գրանցվել է: Այսպիսով գործարարների համար խնդիր է առաջանում, թե որ երկրներում պահպանեն իրենց մտավոր սեփականության օբյեկտները:

Արդյունաբերական սեփականության օբյեկտի առաջնությունը որոշվում է հայտը Մտավոր սեփականության գործակալություն (այսուհետ՝ Գործակալություն) ներկայացնելու թվականով (օր, ամիս, տարի, առաջնության թվական):

Առաջնության իրավունքը կարգավորվում է Արդյունաբերական սեփականության պահպանության մասին Փարիզյան կոնվենցիայով: Այս բացառությունը վերաբերում է միայն այն հայտերին, որոնք ներկայացվել են Փարիզյան կոնվենցիայի անդամ երկրներում:

Առաջնությունը կարող է որոշվել առաջին հայտը Արդյունաբերական սեփականության պահպանության մասին Փարիզյան կոնվենցիայի մասնակից որեւէ երկիր ներկայացնելու թվականով (կոնվենցիայով առաջնություն), եթե գյուտի հայտը Գործակալություն է ներկայացվել նշված թվականից տասներկու ամսվա ընթացքում, իսկ արդյունաբերական

նմուշինը՝ վեց ամսվա ընթացքում:

ԱՐԴՅՈՒՆԱԲԵՐԱԿԱՆ ՆՄՈՒՇՆԵՐԻ ՊԱՀՊԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ

Ինչպես պահպանել արդյունաբերական նմուշը

Հայաստանի Հանրապետությունում արդյունաբերական նմուշի իրավական պահպանությունն իրականացվում է «ՀՀ Գյուտերի, օգտակար մոդելների եւ արդյունաբերական նմուշների մասին» օրենքով սահմանված կարգով, պետական գրանցման հիման վրա :

Արդյունաբերական նմուշը գրանցելու համար անհրաժեշտ է հայտ ներկայացնել Մտավոր սեփականության գործակալություն: Արդյունաբերական նմուշի հայտը պետք է պարունակի՝

- դիմում արդյունաբերական նմուշի վկայագիր ստանալու համար,
- արդյունաբերական նմուշի նկարագրությունը,
- իրի, դրա մանրակերտի կամ նկարի լրակազմը,
- էրգոնոմիկական սխեման (համապատասխան դեպքերում):

Հայտին կցվում են՝

- հայտի փաստաթղթերի հայերեն թարգմանությունը, եթե օտարերկրյա հայտատուների կողմից հայտը ներկայացվել է այլ լեզվով,
- լիազորագիր, եթե այն ներկայացվել է հավատարմատարի կամ ներկայացուցչի միջոցով,
- սահմանված պետական տուրքի վճարման անդորրագիրը, առանց որի հայտը համարվում է չներկայացված:

PROPERTY

Արդյունաբերական նմուշի հայտի փորձաքննությունը գործակալությունում իրականացվում է միայն հայտի ձեւական փորձաքննության անցկացմամբ: Ստուգվում է, արդյոք ներկայացված օբյեկտը վերաբերում է այն օբյեկտներին, որոնք ենթակա են իրավական պահպանության եւ արդյոք հայտի փաստաթղթերը համապատասխանում են սահմանված պահանջներին: Եթե փորձաքննության ընթացքում գործակալությունը պարզում է, որ հայտը համապատասխանում է սահմանված պահանջներին, ապա որոշում է կայացվում արդյունաբերական նմուշի վկայագիր տալու մասին:

Արդյունաբերական նմուշի վկայագրի գործողության ժամկետը 5 տարի է, բայց կարող է երկարաձգվել մեկ կամ մի քանի անգամ, յուրաքանչյուր անգամ հինգ տարի ժամկետով, ընդհանուր առմամբ ոչ ավելի, քան մինչեւ հայտի ներկայացման թվականից քսանհինգ տարին լրանալը:

Գրանցված արդյունաբերական նմուշի համար տրվում է արդյունաբերական նմուշի գրանցման վկայագիր

Ինչպես պահպանել արդյունաբերական նմուշը երկրից դուրս

Հայտատուն ծագման երկրում ներկայացրած առաջին հայտի հիման վրա, իրավունք ունի 6 ամսվա ընթացքում պահպանություն խնդրարկել ցանկացած այլ երկրում, ընդ որում, այդ հաջորդող հայտերը կդիտարկվեն որպես առաջին հայտի թվականով ներկայացված (առաջնության իրավունք): Եթե այս 6 ամսվա ժամանակահատվածը ավարտվում է, հայտատուն այլեւս չի կարող այլ երկրներում պահպանություն խնդրարկել իր արդյունաբերական նմուշի համար՝ օգտվելով առաջնության թվականից:

Այս դրույթից բխող կարեւոր առավելություններից մեկն այն է, որ եթե հայտատուն ցանկանում է պահպանություն ձեռք բերել մի քանի երկրներում, նա պարտավոր չէ այդ երկրներում հայտերը ներկայացնել միաժամանակ, քանի որ ունի 6 ամիս ժամանակ՝ իր համար առավել կարեւորություն ունեցող երկրները որոշելու եւ այդ երկրների ազգային օրենսդրության պահանջների համաձայն համապատասխան հայտերը ձեւակերպելու համար:

Արդյունաբերական նմուշները երկրից դուրս պահպանելու համար 3 փուլ կա.

- **Ազգային ընթացակարգ.** հայտատուն կարող է սկսել ազգային ընթացակարգը նշված ցանկացած գերատեսչությունում իր արդյունաբերական նմուշի համար պահպանություն խնդրարկելու համար: Այս գործընթացը բավականին ծավալուն է եւ թանկ, քանի որ հայտատուն պետք է տրամադրի հայտի թարգմանությունը նշված երկրների պաշտոնական լեզվով, վճարի սահմանված տուրքերը եւ տվյալ երկրում իր ներկայացուցչի ծախսերը:

- **Տարածաշրջանային ընթացակարգ.** եթե հայտատուն ցանկանում է պահպանել իր արդյունաբերական նմուշը մի

քանի երկրներում, որոնք տարածաշրջանային համաձայնագրի անդամ են, ապա կարող է մեկ հայտ ներկայացնելով տարածաշրջանային գերատեսչություն պահպանություն ստանալ նշված երկրներում:

- **Միջազգային ընթացակարգ.** արդյունաբերական նմուշների միջազգային ավանդադրման վերաբերյալ Հաագայի համաձայնագիրն առաջարկում է գրանցման նոր ընթացակարգ: Հայտատուն կարող է արդյունաբերական նմուշի իրավական պահպանություն խնդրարկել միջազգային մեկ հայտ ներկայացնելով այս համաձայնագրի անդամ որեւէ երկրի ազգային գերատեսչության միջոցով կամ ՄՍՀԿ Միջազգային բյուրո:

ԳՅՈՒՏԵՐԻ ՊԱՀՊԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ

Ինչպես է տրվում արտոնագիրը

Արտոնագիր ստանալու գործընթացը սկսվում է անհրաժեշտ փաստաթղթերը լրացնելով եւ համապատասխան հայտը ազգային կամ տարածաշրջանային գերատեսչություն, իսկ Հայաստանում՝ Մտավոր սեփականության գործակալություն ներկայացնելով: Հայտը պետք է պարունակի.

- դիմում՝ արտոնագիր ստանալու մասին,
- գյուտի նկարագրությունը, որը բացահայտում է գյուտը՝ տվյալ բնագավառի մասնագետի կողմից դա իրականացնելու համար բավարար չափով,
- գյուտի հավակնության սահմանումը, որն արտահայտում է դրա էությունը եւ ամբողջապես հիմնված է նկարագրության վրա,

- գծագրեր եւ այլ նյութեր, եթե դրանք անհրաժեշտ են գյուտի էությունը հասկանալու համար,
- գյուտի համառոտ շարադրանքը (ռեֆերատ):

Գյուտի հայտին կցվում է «Պետական տուրքի մասին» ՀՀ օրենքով սահմանված համապատասխան պետական տուրքի վճարման անդորրագիրը:

Գործակալությունն ստուգում է հայտի համապատասխանությունը սահմանված պահանջներին, ինչը սովորաբար անվանում են ձեւական կամ նախնական փորձաքննություն: ՀՀ օրենսդրությունը գյուտի ըստ էության փորձաքննություն չի նախատեսում: Եթե գործակալությունը պարզում է, որ ներկայացված հավակնության սահմանմամբ գյուտը համապատասխանում է օրենքով սահմանված պահանջներին, ապա որոշում է կայացնում հայտը պաշտոնական տեղեկագրում հրապարակելու եւ արտոնագիր տալու մասին:

Գործակալությունը գյուտը գրանցում է գյուտերի պետական գրանցամատյանում եւ տեղեկություններ է հրապարակում արտոնագիր տալու մասին: Արտոնագիր տալու թվական համարվում է հայտի հրապարակման թվականը:
Գյուտի արտոնագիրը գործում է մինչեւ հայտը ներկայացնելու օրվանից 20 տարին լրանալը:

ԱՐՏՈՆԱԳԻՐ

Գրանցված գյուտի կամ օգտակար մոդելի արտոնագիրը

PROPERTY

- **Ազգային ընթացակարգ**. հայտատուն կարող է հայտ ներկայացնել համապատասխան երկրի ազգային արտոնագրային գերատեսչություն: Սա իհարկե երկարատեւ եւ թանկ գործընթաց է, քանի որ հայտատուն պետք է տրամադրի հայտի թարգմանությունը նշված երկրի պաշտոնական լեզվով, վճարի սահմանված տուրքերը եւ տվյալ երկրում իր ներկայացուցչի ծախսերը:

- **Տարածաշրջանային ընթացակարգ.** հայտատուն կարող է հայտ ներկայացնել տարածարջանային արտոնագրային որեւէ գերատեսչություն, օրինակ՝ Եվրոպական արտոնագրային գերատեսչություն (EPO), կամ Եվրասիական արտոնագրային գերատեսչություն (EAPO), ապահովելով այդ կազմակերպության անդամ երկրներում արտոնագիր ստանալու հնարավորությունը:

- **Միջազգային ընթացակարգ.** Արտոնագրային համագործակցության մասին պայմանագիրը (PCT), որին անդամակցում է Հայաստանի Հանրապետությունը, հնարավորություն է տալիս ՄՍՀԿ միջազգային բյուրո մեկ հայտ ներկայացնելով գյուտի պահպանություն խնդրարկել միաժամանակ մասնակից բոլոր երկրներում:

ԱՊՐԱՆՔԱՅԻՆ ՆՇԱՆՆԵՐԻ ՊԱՀՊԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ

Ինչպես պահպանել ապրանքային նշանը

Հայաստանի Հանրապետությունում ապրանքային նշանի նկատմամբ իրավունքները ծագում են օրենքով սահմանված կարգով դրա գրանցման հիման վրա, ապրանքային նշանը հանրահայտ ճանաչելու հիման վրա եւ միջազգային պայմանագրերի ուժով: Օրենսդրությամբ ապրանքային նշաններին իրավական պահպանություն տրամադրելու համար սովորաբար նախատեսվում են որոշակի ընդհանուր պահանջներ, որոնց համապատասխանության դեպքում միայն ապրանքային նշաններին կարող է տրամադրվել իրավական պահպանություն: Ապրանքային նշանները պահպանվում են «Ապրանքային նշանների մասին» ՀՀ օրենքով:

Ապրանքային նշանի գրանցումը իրականացվում է Մտավոր սեփականության գործակալության կողմից, օրենքով սահմանված կարգով, նշանի գրանցման համար ներկայացված հայտի հիման վրա: Հայտը ներկայացնում է այն անձը, ում անունով խնդրարկվում է նշանի գրանցումը: Հայտը կարող է ներկայացվել նաեւ հայտատուի ներկայացուցչի կամ արտոնագրային հավատարմատարի միջոցով:

Հայտը, որը լրացվում է սահմանված ձեւաթղթի տեսքով, պետք է վերաբերի մեկ ապրանքային նշանի եւ պարունակի՝

- դիմում ապրանքային նշանի գրանցման մասին
- հայտարկվող նշանի պատկերը եւ դրա նկարագրությունը,
- ապրանքների եւ ծառայությունների միջազգային դասակարգման դասերին համապատասխան խմբավորված այն ապրանքների ցանկը, որոնց համար խնդրարկվում է նշանի գրանցումը:

Հայտին կցվում են՝

- հայտ ներկայացնելու եւ փորձաքննություն անցկացնելու համար սահմանված չափով պետական տուրքի վճարման անդորրագիրը,
- արտոնագրային հավատարմատարի կամ ներկայացուցչի իրավասությունը հաստատող փաստաթուղթը (լիազորագիրը), եթե հայտը ներկայացվում է նրա միջոցով:

Որպես կանոն, ապրանքային նշանի հայտը ստանալուց հետո այն ենթարկվում է նախնական փորձաքննության՝ պարզելու համար դրա համապատասխանությունը սահմանված ձեւական պահանջներին: «Ապրանքային նշանների մասին» օրենքը սահմանում է, որ նախնական փորձաքննությունից հետո հայտը հրապարակվում է եւ ցանկացած անձ երկամսյա ժամկետում կարող է առարկություն ներկայացնել ապրանքային նշանի գրանցման դեմ: Այդ ժամկետը լրանալուց հետո, հաշվի առնելով ստացված առարկությունները, անցկացվում է ըստ էության փորձաքննություն, այսինքն՝ նշանի գրանցումը մերժելու բացարձակ հիմքերով, ինչպես նաեւ այլ կամ հարաբերական հիմքերով փորձաքննություն:

Եթե փորձաքննության արդյունքում պարզվում է, որ նշանի գրանցումը մերժելու հիմքեր չկան, ապա որոշում է կայացվում նշանը գրանցելու մասին: Ապրանքային նշանի գրանցումը սովորաբար կատարվում է 10 տարով, սակայն այդ ժամկետը կարող է երկարաձգվել ամեն անգամ 10 տարով: Եթե լրացել է ապրանքային նշանի գրանցման ընթացիկ գործողության 10 տարին եւ օրենքով սահմանված ժամկետներում չի երկարաձգվել գրանցման գործողությունը, ապա ապրանքային նշանի գրանցումը չեղյալ է հայտարարվում:

«Զատիկ» ապրանքային նշանը

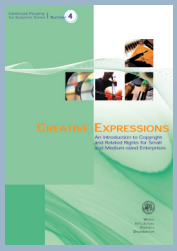
«Արմոս» ապրանքային նշանը

«Մտավոր սեփականությունը բիզնեսի համար» շարքից հրատարակություններ

Նշանի ստեղծումը. Ընդհանուր գիտելիքներ ապրանքային նշանի մասին, նախատեսված է փոքր եւ միջին ձեռնարկությունների համար, ՄՄՀԿ հրատարակություն թիվ 900

Ձգտում կատարելությանը. Ընդհանուր գիտելիքներ արդյունաբերական նմուշի մասին, նախատեսված է փոքր եւ միջին ձեռնարկությունների համար, ՄՄՀԿ հրատարակություն թիվ 498

Կերտիր ապագան. Ընդհանուր գիտելիքներ արտոնագրերի մասին, նախատեսված է փոքր եւ միջին ձեռնարկությունների համար, ՄՄՀԿ հրատարակություն թիվ 917



Ստեղծագործական արտահայտություններ. Ընդհանուր գիտելիքներ հեղինակային եւ հարակից իրավունքների մասին, նախատեսված է փոքր եւ միջին ձեռնարկությունների համար, ՄՄՀԿ հրատարակություն թիվ 918

Բոլոր հրատարակությունները մատչելի են ՄՄՀԿ էլեկտրոնային գրախանութից. www.wipo.int/ebookshop

Հրատարակությունների էլեկտրոնային տարբերակները կարող եք ձեռք բերել ՄՄՀԿ փոքր եւ միջին ձեռնարկությունների բաժնի ինտերնետային կայքից՝ www.wipo.int/sme/en

Կարող եք ձեռք բերել նաեւ ՄՄՀԿ փոքր եւ միջին ձեռնարկությունների բաժնի ամեն ամիս հրատարակվող անվճար էլեկտրոնային թերթը, որը ձեզ կտեղեկացնի ոլորտի կարեւոր իրադարձությունների մասին:
Ինտերնետային կայքի հասցեն է՝ www.wipo.int/sme/en/documents/wipo_sme_newsletter.html

Լրացուցիչ տեղեկությունների համար կարող եք դիմել՝

Մտավոր սեփականության գործակալություն

Գլխավոր պողոտա, Կառավարական 3-րդ շենք, Երեւան 0010, Հայաստանի Հանրապետություն

Հեռախոս
+37410 52 06 73
Ֆաքս
+37410 54 34 67
Էլ.փոստ
www.cright@aipa.am

կամ՝ Մտավոր սեփականության համաշխարհային կազմակերպություն

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

Հեռախոս
+4122 338 91 11
Ֆաքս
+4122 733 54 28
Էլ.փոստ
wipo.mail@wipo.int

Customization and printing of this material was finenced under the WIPO United States Patent and Trademarks Office (USPTO) Funds in Trust.

Սույն հրատարակության համապատասխանեցումը մտավոր սեփականության օրենսդրությանն ու դրա տպագրությունն իրականացվել է Միացյալ Նահանգների ՄՄՀԿ Արտոնագրային ու ապրանքային նշանների գերատեսչության հիմնադրամի միջոցներով:

ՄՄՀԿ հրատարակություն No.794(E)