

ԲԻԶՆԵՍԸ ՉԻ ՃԱՆԱՃՈՒՄ ԱԶԳՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՍԱՀՄԱՆՆԵՐ

Այսօր շրջանառվում է այն տեսակետը, որ տեղական արտադրողները հեշտությամբ վերցնում են միջազգային հայտնի բրենդների անվանումներն ու օգտագործում տեղական շուկայում: Ենթադրվում է, որ նրանք գերշահույթներ են ստանում՝ օգտվելով ուրիշի հեղինակությունից: Իսկ երբ վերոնշյալ բրենդի իրական սեփականատերն օրերից մի օր հետաքրքրվում է հայկական շուկայով, ապա գալով այստեղ՝ անակնկալի է գալիս, երբ տեսնում է իր անվանակցին:

Պարզելու համար, թե արդյո՞ք տեղական տնտեսվարողի համար այդքան հեշտ է հայտնի բրենդը ՀՀ-ում գրանցելն ու գործունեություն ծավալելը, դիմեցինք ՀՀ մտավոր սեփականության գործակալության պետի տեղակալ Անդրանիկ Խաչիկյանին: *«Իհարկե, լինում են դեպքեր, երբ տեղական արտադրողները կամ տեղական սուբյեկտները գրանցվում են այլ երկրներում գոյություն ունեցող ապրանքային նշանների տակ, եւ երբ այդ օտարերկրյա ընկերությունների արտադրանքը ինչ-ինչ ճանապարհներով փորձում են ներկրել Հայաստան, առաջանում են որոշակի խնդիրներ: Այսինքն նա, ով Հայաստանում գրանցվել է, փորձում է գրանցման ուժով արգելել նման ապրանքի մուտքը Հայաստան: Ամբողջ աշխարհում ապրանքային նշանների նկատմամբ իրավունքը ծնվում է այն երկրում, որտեղ դա գրանցված է: Հետեւապես՝ եթե Միացյալ Նահանգներում ինչ-որ ապրանքային նշան կա, որը գրանցված է ինչ-որ կազմակերպության անունով, այն պահպանվում է միայն Միացյալ Նահանգներում, այլ ոչ նաեւ մեկ այլ երկրում: Ֆիրմային անվանումների մասին օրենքում գրված է հետեւյալը՝ եթե որեւէ ֆիրմային անվանում ՀՀ-ում հայտնի է, այդ դեպքում դա կարող է հիմք ծառայել այն ընկերության գրանցումը մերժելու, որը ցանկանում է գրանցվել նույն անունով: Կամ եթե մեկ այլ ֆիրմա այնուամենայնիվ գրանցվել է այդ անունով՝ հետագայում արտասահմանյան ընկերությունը կարող է դատական կարգով հասնել նրան, որ ՀՀ-ում գրանցված համանուն ֆիրմայի գրանցումն անվավեր ճանաչվի:*

Գրանցման ժամանակ սովորաբար ստուգվում է երկու տվյալների բազա՝ այն գրանցումները, որոնք այստեղ կան, եւ այն

կազմակերպությունների ցանկը, որոնք չնայած մեզ մոտ գրանցված չեն, բայց հայտնի են դարձել մեր սպառողներին իրենց ապրանքը ՀՀ-ում վաճառելով: Պետք է նշեն, որ պրոբլեմների մեծ մասը կապված է լինում հենց ՀՀ-ում չգրանցված կազմակերպությունների հետ: Չգրանցվածների հարցը մեր փորձագետը չի կարող սուբյեկտիվ ձևով որոշել: Չնայած նա նույնպես սպառող է, բայց բոլոր դեպքերում իր կարծիքը քիչ է. կարող է իրեն այդ ապրանքատեսակը հայտնի լինի, բայց սպառողների 90 տոկոսին՝ ոչ: Ուստի հետազայում մենք հրապարակում ենք այդ գրանցումը, եւ եթե դրա հետ կապված հարց կառաջանա, այն կքննարկվի դատական կարգով»,- ասաց պարոն Խաչիկյանը:

Նախ՝ արձանագրենք, որ եթե որեւէ արտասահմանյան ընկերության հետաքրքրում է հայկական շուկան, ապա բիզնեսի ընդունված օրենքներով՝ նա պետք է բարի լինի գա Հայաստան եւ գրանցի իր ապրանքանիշը, ինչպես աշխարհահռչակ շատ ապրանքանիշներ այսօր գրանցվել են եւ լիովին պաշտպանված են («Պեպսի Կոլան», «Կոկա Կոլան», «Ադիդասը», «Մերսեդես Բենցը», «Արմանին» եւ այլն): Իսկ եթե ընկերությունը տարիների ընթացքում արհամարհել է հայկական շուկան, հարկ չի համարել մի փոքր գումար ծախսել եւ գրանցել իր ապրանքանիշը, ապա հայրենական արտադրողը լիովին իրավունք ունի գրանցել ցանկացած անվանում:

Երբ ձեռնարկատերը գրանցում է իր ապրանքանշանը մտավոր սեփականության գործակալությունում, օրենքը ենթադրում է, որ տվյալ երկրում ոչ մի այլ արտադրող չի կարող նույն անվանումով ապրանք վաճառել: Համանուն ապրանքի մուտքը երկիր թույլ չտալու համար ձեռնարկատերը դիմում է մաքսային ծառայություն՝ ակնկալելով, որ վերջինս կկասեցնի օտարերկրյա համանուն ապրանքի ներկրումը: Բայց արի ու տես՝ շատ դեպքերում այս օրենքը չի կիրառվում եւ համանուն արտասահմանյան ապրանքներն ազատ վաճառվում են մեր երկրում: Մեզ մոտ ներմուծման սահմանափակումներ պարզապես չկան, որն էլ սեփականատերերի իրավունքների լուրջ խախտում է: Ներմուծողները սրանից շահում են, իսկ սեփականատերն իր իրավունքների պաշտպանության խնդիր է ունենում:

Պետությունն այս դեպքում հանդես է գալիս ծառայություն մատուցողի դերում. ձեռնարկատերը պետքույժ է վճարում գումար, պետությունն էլ պետք է զբաղվի նրանով, որ երկրում համանուն այլ ապրանք չվաճառվի: Բայց, այնուամենայնիվ, նույն անունը կրող ապրանքատեսակն անարգել ներթափանցում է մեր երկիր, իսկ ՀՀ մաքսային ծառայությունն էլ դրա վրա աչք է փակում՝ պատճառաբանելով, որ տեղական ինչ-որ արտադրողի պատճառով չի

պատրաստվում նեղացնել օտարերկրյա խոշոր ընկերությանը: Փաստորեն, ստացվում է հետեւյալը՝ ես վճարում եմ մի բանի համար, որ չեմ ստանալու: Այս դեպքում պետությունն ուղղակիորեն կասկածի տակ է դնում մտավոր սեփականության գործակալության գոյության նպատակահարմարությունը: Դա նույնն է, որ վճարես հացի համար եւ հացի փոխարեն ստանաս գեղեցիկ պատճառաբանություն: Տեւական ժամանակ է՝ մեր երկրում իրականացվող տնտեսական քաղաքականությունը խթանում է ներմուծմանը եւ ոտնահարում տեղական արտադրողի շահերը: Փաստորեն, դա արտահայտվում է նաեւ օրենքը չկիրառելու ձեւով: Գաղտնիք չէ, որ ԽՍՀՄ-ի ժամանակ ապրանքանիշը պետական էր, եւ միութենական տարբեր հանրապետություններում կարող էր նույն ապրանքն արտադրվել: Հիմա մենք անկախացել ենք, եւ, ինչպես նախկինում, մեր գնորդին ծանոթ ապրանքատեսակը ծանոթ ապրանքանիշով հրամցնում է տեղական արտադրողը: Բայց արի ու տես ստացվում է այնպես, որ մեզ մոտ միանգամայն չհիմնավորված ձեւով առավելություն է տրվում նույն ապրանքատեսակի, ասենք, ռուսական կամ ուկրաինական որեւէ գործարանի անորակ արտադրանքին: Եթե այդ նախապատվությունը տար գնորդը, դա նորմալ կհամարվեր, բայց եթե դա անում են պետական մարմինները՝ խախտելով օրենսդրությունը, անընդունելի է:

Վերջին տարիներին հաճախ ենք լսում տեղական բիզնեսը խթանելու պետության պլանների մասին: Էլ ինչպե՞ս ենք խթանում, եթե պետական մակարդակով ստորադասում ենք մեր բիզնեսմենին օտարից: Ինչո՞ւ այսօր համանուն հայաստանյան ապրանքը ՌԴ չի կարող մտնել, իսկ ռուսականը ողողել է մեր շուկան: Բիզնեսը չի ճանաչում ոչ ազգություն, ոչ սահմաններ, ուստի գոնե բիզնեսի դեպքում պետք է կարողանանք ձերբազատվել այս կամ այն գերտերության կրտսեր եղբոր կարգավիճակից:

ԱՐԱՄ ԱՆՏԻՆՅԱՆ