ចំណាំសិក្សា: ម៉ូឌុលនេះគួរចំណាយពេលប្រហែល 6 ម៉ោងដើម្បីសិក្សា។

ម៉ូឌុល ៩: ការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

គោលបំណង

បន្ទាប់ពីបញ្ចប់ការសិក្សាម៉ូឌុលនេះអ្នកគួរតែអាច:

1. ផ្តល់ឧទាហរណ៍នៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់
2. រៀបរាប់និងពន្យល់ពីប្រភេទសំខាន់ៗនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់
3. ពន្យល់ការប្រែប្រួលមួយចំនួនក្នុងប្រទេសផ្សេងគ្នាពីការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។

© WIPO/OMPI

សេចក្តីផ្តើម

ម៉ូឌុលនេះគឺពាក់ពន្ធ័នឹងទស្សនៈនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។ ម៉ូឌុលនេះនឹងពន្យល់ពីអ្វីជាប្រភេទនៃអំពើ ដែលត្រូវចាត់ទុកដូចជាការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ និងពន្យល់ពីដំណោះស្រាយដែលត្រូវប្រើ រួមគ្នាជាមួយនឹងប្រទេសកាតព្វកិច្ចត្រូវតែបំពេញដើម្បីធានាអោយបាននូវភាពយុត្តិធម៌ក្នុងការប្រកួតប្រជែង។ គំនិតនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ជាបទពិសោធន៍សម្រាប់ពេលខ្លះ ហើយត្រូវបានបង្ហាញជាផ្នែកមួយនៃការការពារកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៅដើមឆ្នាំ1900 ក្នុងការពិនិត្យឡើងវិញនៅទីក្រុងព្រុចសែលនៃអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស។

© WIPO/OMPI

តើអ្វីជាការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់?

មាត្រា 10 ស្ទួន (2) នៃអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសកំណត់ថាអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ជា " អំពើនៃប្រកួតប្រជែងទាំងឡាយណាផ្ទុយទៅនឹងការអនុវត្តន៍ទៀងត្រង់នៅក្នុងវិស័យឧស្សាហកម្ម ឬ ពាណិជ្ជកម្ម "។

មាត្រា 10ស្ទួន (3) បន្តបញ្ជាក់ថាអំពើដែលត្រូវហាមឃាត់ជាពិសេស:

1. អំពើទាំងឡាយ ដែលបង្កើតអោយមានការយល់ច្រឡំ តាមមធ្យោបាយណាមួយជាមួយសហគ្រាស ទំនិញ ឬ សកម្មភាពឧស្សាហកម្ម ឬពាណិជ្ជកម្មរបស់គូប្រកួតប្រជែង
2. ការចោទប្រកាន់មិនពិតក្នុងរង្វង់ពាណិជ្ជកម្មតាមបែបណាមួយដូចជាបង្ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះគូប្រកួតប្រជែងពីទំនិញ ឬ សកម្មភាពឧស្សាហកម្ម ឬ ពាណិជ្ជកម្ម
3. ការចង្អុលបង្ហាញ ឬ ការចោទប្រកាន់គ្មានភស្តុតាងក្នុងរង្វង់ពាណិជ្ជកម្មនាំអោយសាធារណជនភន្ត័ច្រឡំពីទំនិញ ប្រភេទ ដំណើរការផលិត ចរិតលក្ខណៈ គោលបំណងសមស្របរបស់វា ឬ បរិមាណ "។

© WIPO/OMPI

សំណួរវាយតម្លៃខ្លួនឯង (SAQ)

បន្ទាប់ទៀតក្នុងម៉ូឌុលនេះអ្នក នឹងទទួលបានឧទាហរណ៍លម្អិតបន្ថែមទៀតនូវប្រភេទមួយចំនួន ដែលជាការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ប៉ុន្តែសម្រាប់ពេលនេះសាកល្បងសំណួរវាយតម្លៃខ្លួនឯងសិន

SAQ 1: តើខាងក្រោមនេះណាខ្លះ ដែលអ្នកគិតជាអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់?

1. **ការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលថាទឹកដោះគោជូរបស់គូប្រកួតប្រជែងមួយ មិនបានធ្វើឡើងពីទឹកដោះគោ**
2. **សេចក្តីថ្លែងមិនពិតមួយដែលថាគូប្រកួតប្រជែងបានក្ស័យធន**
3. **ការជ្រើសរើសរូបសញ្ញាដែលគ្រាន់តែខុសគ្នាបន្តិចបន្តួចពីគូប្រកួតប្រជែង**
4. **ការលួចការរចនាសម្ងាត់ នៃផលិតផលរបស់គូប្រកួតប្រជែង**
5. **ការលួចវត្ថុគំរូដំបូងទាំងមូលនៃផលិតផលថ្មីរបស់គូប្រកួតប្រជែង**

វាយចម្លើយរបស់អ្នកនៅទីនេះ:

ចម្លើយ SAQ 1

ឧទាហរណ៍ទាំងអស់ដែលបានផ្តល់ឱ្យនៅក្នុងសំណួរនេះគឺមិនស្មោះត្រង់ ប៉ុន្តែចម្លើយ 1-4 ជាប្រភេទនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ និងត្រូវបានដោះស្រាយដោយប្រើច្បាប់ណាមួយ រៀបចំឡើងដើម្បីប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។ ឧទាហរណ៍ចុងក្រោយ (5) គឺចោរលួចដោយត្រង់ ហើយអាចត្រូវបានដោះស្រាយតាមវិធីធម្មតាសម្រាប់បទល្មើសមួយ។

© WIPO/OMPI

ដូច្នេះការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់សាមញ្ញបំផុត គឺការអនុវត្តមិនទៀងត្រង់។ ពិតណាស់គំនិតនៃការអនុវត្តន៍មិនស្មោះត្រង់ គឺមានការលំបាកបន្តិចបន្តួចក្នុងការកំណត់អោយច្បាស់លាស់ និង ត្រូវកំណត់ក្នុងច្បាប់ជាតិរបស់ប្រទេសមួយៗ ។ ច្បាប់ជាតិទាំងនេះកំណត់ពីស្ថានភាពពាណិជ្ជកម្ម និងច្បាប់ ធានាអោយមានការប្រកួតប្រជែងដោយយុត្តិធម៌ និង បំពេញបន្ថែមការការពារកម្មសិទ្ធិបញ្ញាជាលទ្ធផល ។

តម្រូវការសម្រាប់ការការពារ

បទពិសោធន៍បានបង្ហាញថា មានក្តីសង្ឃឹមតិចតួចណាស់នៃការប្រកួតប្រជែងដោយយុត្តិធម៌ត្រូវបានសម្រេច ដោយផ្អែកតែលើកម្លាំងទីផ្សារសេរី ។ តាមទ្រឹស្តី អ្នកប្រើប្រាស់ដែលមានតួនាទីជាអាជ្ញាកណ្តាលនៃការចូលរួមក្នុងសេដ្ឋកិច្ច អាចធ្វើឱ្យសហគ្រិនដែលមិនទៀងត្រង់ដោយមិនប្រើទំនិញ ឬសេវាកម្មរបស់ពួកគេ ហើយគាំទ្រអ្នកប្រកួតប្រជែងស្មោះត្រង់។ ទោះជាយ៉ាងណា តាមការពិតគឺខុសគ្នា ។ ស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចកាន់តែស្មុគ្រស្មាញ អ្នកប្រើប្រាស់កាន់តែមានចំនួនតិចដើរតួជាអាជ្ញាកណ្តាល ។ ជាញឹកញាប់ពួកគេមិនមានសូម្បីតែតួនាទីពិនិត្យអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ដោយខ្លួនឯង ដោយចាំដល់មានប្រតិកម្មកើតឡើង ។ ជាការពិតណាស់ វាគឺជាអ្នកប្រើប្រាស់នៅជាមួយនឹងអ្នកប្រកួតប្រជែងស្មោះត្រង់ ដែលត្រូវការពារប្រឆាំងនឹងការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ។

ក្នុងទីផ្សារសេរី មិនអាចត្រូវបានធានាដោយការការពារតែកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្មប៉ុណ្ណោះទេ។ ភាពទូលំទូលាយនៃអំពើមិនស្មោះត្រង់ ដូចជាការធ្វើអោយល់ច្រឡំពីការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការរំលោភលើពត៌មានសម្ងាត់ពាណិជ្ជកម្ម ជាធម្មតាមិនត្រូវបានដោះស្រាយដោយច្បាប់ស្តីពីកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្មជាក់លាក់ទេ។ ដូច្នេះ ច្បាប់ស្តីពីការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ គឺចាំបាច់បន្ថែមលើច្បាប់ស្តីពីកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម ឬផ្តល់ប្រភេទនៃការការពារដែលគ្មានចែងក្នុងច្បាប់នោះ។

© WIPO/OMPI

សម្លេងទី1: *តើច្បាប់ស្តីពីការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ទាក់ទងនឹងការរៀបចំដើម្បីប្រឆាំងនឹងការរំលោភបំពាននៃការគ្រប់គ្រងទីផ្សារយ៉ាងដូចម្តេច?*

វិធានការបង្ការការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ និង ការការពារការអនុវត្តអាជីវកម្មចង្អៀត (ច្បាប់រំលោភលើសេចក្តីទុកចិត្ត) ត្រូវបានទាក់ទងគ្នា: គោលបំណងទាំងពីរធានានូវប្រតិបត្តិការប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពក្នុងសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារ។ ប៉ុន្តែគោលបំណងទាំងនេះ ធ្វើឡើងតាមវិធីផ្សេងគ្នា។ ច្បាប់រំលោភលើសេចក្តីទុកចិត្តមានពាក់ពន្ធ័នឹងការរក្សាសេរីភាពនៃការប្រកួតប្រជែងដោយការប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងការដាក់កំហិតលើពាណិជ្ជកម្ម និង ការរំលោភបំពាននៃអំណាចសេដ្ឋកិច្ច។ ផ្ទុយមកវិញ ច្បាប់ប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ពាក់ពន្ធ័នឹងការធានាយុត្តិធម៌ក្នុងការប្រកួតប្រជែងដោយបង្ខំអ្នកចូលរួមទាំងអស់ អនុវត្តតាមវិធានដូចគ្នា។ ប៉ុន្តែ ច្បាប់ទាំងពីរគឺសំខាន់ដូចគ្នាទោះបីជាក្នុងគោលការណ៍ផ្សេងគ្នា ហើយបំពេញគ្នាទៅវិញទៅមក។

© WIPO/OMPI

សំណួរវាយតម្លៃខ្លួនឯង (SAQ)

SAQ2: តើហេតុផលខាងក្រោមនេះណាខ្លះជាហេតុផលត្រឹមត្រូវ សម្រាប់តម្រូវការច្បាប់ស្តីពីការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ?

1. ដើម្បីផ្តល់នូវ "វេទិការ(level playing field)" សម្រាប់គូប្រកួតប្រជែងទាំងអស់ដែលមានស្រាប់ និង គូប្រកួតប្រជែងមានសក្តានុពល ។

2. ដើម្បីជៀសវាងការរំលោភបំពានពីអំណាចផ្តាច់មុខក្នុងទីផ្សារ

3. ដើម្បីជួយធានាបាននូវទីផ្សារការងារសេរី

4. ដើម្បីជៀសវាងការរំលោភបំពានប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម

5. ដើម្បីអនុវត្តការការពារម៉ាក

វាយចម្លើយរបស់អ្នកនៅទីនេះ:

ចម្លើយ SAQ 2

1. បាទ ប្រើភាពស្រដៀងគ្នារវាងការប្រកួតប្រជែងសេដ្ឋកិច្ច និងការប្រកួតប្រជែងកីឡា។ ដើម្បីទទួលបានលទ្ធផលល្អបំផុត និង ស្មោះត្រង់ក្នុងការប្រកួតប្រជែងកីឡានិងសេដ្ឋកិច្ច តម្រូវអោយដៃគូប្រកួតប្រជែងទាំងអស់អនុវត្តវិធានដូចគ្នា។

2. ទេនេះគួរស្ថិតក្រោមច្បាប់ស្តីពីការរំលោភលើសេចក្តីទុកចិត្តឬច្បាប់ប្រឆាំងការផ្តាច់មុខ។

3. បាទ

4. ទេ នេះអាចត្រូវអនុវត្តដោយច្បាប់ប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្មដែលមានស្រាប់ទេ។

5. ទេជាថ្មីម្តងទៀត នេះត្រូវស្ថិតក្រោមច្បាប់ម៉ាកដែលមានស្រាប់។

© WIPO/OMPI

ឥឡូវនេះសូមមើលអំពើមិនស្មោះត្រង់មួយចំនួនដោយលម្អិត។

អំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

វាគឺជាការពិត ដែលថាការពិពណ៌នាអំពីនៃការប្រកួតប្រជែងជាអំពើផ្ទុយពី "ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មស្មោះត្រង់" "ភាពទៀតត្រង់"។ល។ មិនធ្វើឱ្យមានភាពច្បាស់លាស់ ការទទួលយកស្តង់ដានៃការប្រត្តិបត្តិជាសកល ព្រោះអត្ថន័យនៃពាក្យដែលបានប្រើគឺមានភាពប្រែប្រួល ។ ស្តង់ដានៃ " យុត្តិធម៌ " ឬ " ភាពស្មោះត្រង់ " នៅក្នុងការប្រកួតប្រជែងនេះគឺ មិនលើសពីការឆ្លុះបញ្ចាំងពីសង្គមវិជ្ជា សេដ្ឋកិច្ច សីលធម៌និងទស្សនៈទានសង្គមក្នុងសង្គមមួយ ដូច្នេះហើយអាចខុសគ្នាពីប្រទេសមួយទៅប្រទេស (និងពេលខ្លះ សូម្បីតែក្នុងប្រទេសមួយ) ។ ស្តង់ដារនោះ អាចនឹងមានការផ្លាស់ប្តូរតាមពេលវេលាផងដែរ។ លើសពីនេះទៀតតែងតែមានអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ថ្មីព្រោះមានការសំញែងភាពបង្កើតថ្មីគ្មានការកំណត់ក្នុងវិស័យការប្រកួតប្រជែងនេះ។ ការប៉ុនប៉ងដាក់បញ្ចូលអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងទាំងអស់ដែលមានស្រាប់ និងពេលអនាគតណាមួយក្នុងនិយមន័យមួយបានបរាជ័យទល់ពេលនេះ ក្នុងពេលជាមួយគ្នាកំណត់គ្រប់ឥរិយាបថហាមឃាត់ទាំងអស់ និងភាពបត់បែនគ្រប់គ្រាន់ដើម្បី សម្របខ្លួនទៅនឹងការអនុវត្តក្នុងទីផ្សារថ្មី ។

នេះមិនមែនមានន័យថា អំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ មិនអាចត្រូវដាក់បញ្ចូលដោយនិយមន័យទូទៅណាមួយទេ។ ការកត់សម្គាល់ភាគច្រើននៃអំពើទាំងនេះគឺការបង្កឱ្យមានការភាន់ច្រឡំ ការបង្ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះ និងការប្រើការបោកបញ្ឆោត។ ទិដ្ឋភាពរួមសំខាន់បំផុត តែគ្មានន័យទូលំទូលាយ ឧទាហរណ៍ ឥរិយាបទទីផ្សារអយុត្តិធម៌គឺជាការប៉ុនប៉ង (ដោយសហគ្រិន) ដើម្បីទទួលបានជោគជ័យ នៅក្នុងការប្រកួតប្រជែងដោយមិនពឹងផ្អែកលើសមិទ្ធិផលរបស់គាត់ក្នុងលក្ខខណ្ឌគុណភាព និងតម្លៃផលិតផលនិងសេវាកម្ម ប៉ុន្តែដោយសារការយកអត្ថប្រយោជន៍នៃការងាររបស់អ្នកផ្សេង ឬ ដោយការជះឥទ្ធិពលតាមតម្រូវការរបស់អតិថិជនជាមួយនឹងសេចក្តីថ្លែងមិនពិត ឬ បោកបញ្ឆោត ។ ការអនុវត្តដែលពាក់ពន្ធ័នឹងវិធីសាស្រ្តបែបនេះ គឺគួរឱ្យសង្ស័យនៅដើមដំបូងដូចភាពយុត្តិធម៌ក្នុងការប្រកួតប្រជែង។

© WIPO/OMPI

កត្តាសំខាន់បំផុតសម្រាប់កំណត់ " ភាពអយុត្តិធម៌ " នៅក្នុងទីផ្សារ ត្រូវបានទាញចេញមកពីគោលបំណងនៃច្បាប់ការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។ នៅក្នុងន័យនេះ ច្បាប់ស្តីពីការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីការពារពាណិជ្ជករទៀងត្រង់។ ក្នុងពេលនេះ ការការពារអតិថិជនត្រូវបានគេទទួលស្គាល់ថាជាការសំខាន់ដូចគ្នា។ លើសពីនេះទៀត ប្រទេសមួយចំនួនបានសង្កត់ធ្ងន់ជាពិសេសលើការការពារជាសាធារណៈដែលមានទំហំធំ និងជាពិសេសការចាប់អារម្មណ៍លើសេរីភាពនៃការប្រកួតប្រជែង។ ដូច្នេះ ច្បាប់ស្តីពីការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ទំនើប ដែលបម្រើគោលបំណងទាំងបីនេះគឺ: ការការពារគូប្រកួតប្រជែង ការការពារអ្នកប្រើប្រាស់ និង ការពារការប្រកួតប្រជែងដើម្បីការពារសាធារណៈជនភាគច្រើន។

ផ្ទុយមកវិញ មានកិច្ចព្រមព្រៀងទូលាយថា យ៉ាងហោចណាស់ អំពើមួយចំនួន និងការអនុវត្តគឺតែងតែមិនអាចផ្សះផ្សាជាមួយនឹង សញ្ញាណនៃភាពយុត្តិធម៌នៅក្នុងការប្រកួតប្រជែង។ ទាំងនេះត្រូវបានពិភាក្សាយ៉ាងលម្អិតដូចខាងក្រោម។

© WIPO/OMPI

ប្រភេទនៃអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

ខាងក្រោមនេះគឺជាសកម្មភាពទូទៅដែលទទួលស្គាល់ថាជាអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់:

- ☐ ការបណ្ដាលអោយភាន់ច្រឡំ
- ☐ ការបោកបញ្ឆោត
- ☐ ការបង្ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះគូប្រកួតប្រជែង
- ☐ ការបង្ហាញព័ត៌មានសម្ងាត់
- ☐ ការទាញយកប្រយោជន៍ពីសមិទ្ធិកម្មរបស់អ្នកដទៃ (ជិះសេះលេងដៃ)
- ☐ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មប្រៀបធៀប

ចូរមើលចំនុចនីមួយៗទាំងនេះតាមលំដាប់។

© WIPO/OMPI

ការបណ្ដាលអោយភាន់ច្រឡំ

អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស (មាត្រា10bis(3)) តំរូវប្រទេសជាសមាជិកហាមឃាត់អំពើទាំងឡាយដែលមានលក្ខណៈ "បង្កើតឲ្យយល់ច្រឡំតាមមធ្យោបាយណាមួយជាមួយនឹងសហគ្រាស ទំនិញ ឬ សកម្មភាពឧស្សាហកម្ម ឬសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មរបស់គូប្រកួតប្រជែង "។ វិសាលភាពនៃមាត្រានេះ គឺទូលំទូលាយណាស់ ដូចជាវាគ្របដណ្ដប់ អំពើទាំងឡាយណានៅក្នុងដំណើការធ្វើពាណិជ្ជកម្មពាក់ព័ន្ធនឹងម៉ាក សញ្ញា ផ្លាក ពាក្យស្លោក ការវេចខ្ចប់ រូបរាង ឬ ពណ៌ នៃទំនិញ ឬ ការចង្អុលបង្ហាញញែកដាច់ណាមួយ បានប្រើដោយពាណិជ្ជករណាម្នាក់។ ដូច្នេះ មិនត្រឹមតែជាការចង្អុលបង្ហាញត្រូវប្រើដើម្បីញែកទំនិញ សេវាកម្ម ឬអាជីវកម្មនោះទេ ប៉ុន្តែក៏មានរូបរាងនៃទំនិញ និងការបង្ហាញពីសេវាកម្ម ដែលត្រូវបានចាត់ទុកថាពាក់ព័ន្ធសម្រាប់ហាមឃាត់នៃការធ្វើអោយភាន់ច្រឡំ។ ទោះជាយ៉ាងណា មានវិស័យចំបងពីរ ដែលការភាន់ច្រឡំកើតឡើងជាញឹកញាប់ ។

ទាំងនេះគឺជាបង្ហាញពីប្រភពដើមពាណិជ្ជកម្មតាមវិធីមួយ និងរូបរាងនៃទំនិញតាមវិធីមួយផ្សេងទៀត។ ទោះជាយ៉ាងណា នេះមិនច្រានចោល ឬ កំរិតការការពារគុណលក្ខណៈ ឬ សមិទ្ធិផលផ្សេងទៀតប្រឆាំងនឹងការភាន់ច្រឡំ ។

ឧទាហរណ៍មួយនៃប្រភេទទីមួយនៃការភាន់ច្រឡំ អាចជាស្ថានភាពមួយដែលអង្គការមួយ ដែលញែកដាច់ទាំងស្រុងពីហាងលក់តុក្កតាដ៏ធំមួយរបស់អាមេរិកត្រូវបានគេស្គាល់ថាស្ថិតនៅក្រោមម៉ាក " Toys ‵R′ US " ចាប់ផ្ដើមលក់ហ្គេមក្នុងហាងមួយហៅថា ' Games ‵R' US

© WIPO/OMPI

សម្លេងទី 2: *ជាសង្ខេប តើការការពារគំនូរឧស្សាហកម្មមានដំណើរការយ៉ាងដូចម្តេច?*

ច្បាប់បែបនេះជាទូទៅហាមឃាត់ការប្រើប្រាស់រូបរាងផលិតផលដូចគ្នា ឬ ស្រដៀងគ្នា សម្រាប់ទំនិញដូចគ្នា ឬ ស្រដៀងគ្នា។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ច្បាប់ពាណិជ្ជសញ្ញា ការការពារស្ថិតក្រោមច្បាប់ពិសេសស្តីពីគំនូរឧស្សាហកម្មក៏មានកំនត់តាមវិធីជាច្រើនផងដែរ ដែលប្រែប្រួលយ៉ាងខ្លាំងពីប្រទេសមួយទៅប្រទេសមួយ។ នៅក្នុងលក្ខណៈស្រដៀងគ្នាទៅនឹងការការពារជាក់លាក់ក្រោមច្បាប់ពាណិជ្ជសញ្ញា ដូចជាការកំណត់ដែលពាក់ព័ន្ធការអនុវត្តច្បាបគំនូរឧស្សាហកម្មទៅលក្ខណៈខាងក្រៅផលិតផល និង វិសាលភាពពិតនៃការការពារផ្តល់តាមច្បាប់កំណត់ ។ ជាឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើការរចនាការពារនៃការតុបតែងផ្ទៃមួយត្រូវបានកំណត់ចំពោះការប្រើប្រាស់នៃការតុបតែងលើផលិតផលសម្រាប់ការរចនាដែលត្រូវបានចុះបញ្ជី ការការពារប្រឆាំងនឹងការចម្លងនៃការរចនាសម្រាប់ការតុបតែងផលិតផលផ្សេងទៀត អាចត្រូវទទួលបានស្ថិតនៅក្រោមច្បាប់ការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ប្រសិនបើការចម្លងនោះនាំអោយយល់ច្រឡំ ឬ បណ្តាលអោយភាន់ច្រឡំទៅនឹងប្រភពពាណិជ្ជកម្ម។

© WIPO/OMPI

សំណួរវាយតម្លៃខ្លួនឯង (SAQ)

SAQ 3: តើដូចខាងក្រោមនេះណាខ្លះ គឺជាការអនុវត្តនាំអោយភាន់ច្រឡំដ៏មានសក្តានុពល ដែលអាចនាំឱ្យមានការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ?

1.ផលិតផលដែលមាន រូបភាពប្រមុខរដ្ឋលើសំបកវេចខ្ចប់

2.ក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈ ប្រើដបដូចកូកាកូឡា

3.ការប្រើប្រាស់ម៉ាក ស្រដៀងគ្នាទៅនឹងម៉ាកដែលមានស្រាប់ ដែលមិនទាន់បានចុះបញ្ជីការពារម៉ាក

4.ភោជនីយដ្ឋាន ដែលមានការតុបតែង និងផ្គត់ផ្គង់ស្ទើរតែដូចគ្នាស្រុងទៅនឹងគូប្រកួតប្រជែង ដែលមានឈ្មោះល្បី ។

វាយចម្លើយរបស់អ្នកនៅទីនេះ:

ចម្លើយSAQ 3

ចម្លើយទី 1: ករណីនេះ មិនមានអ្វីដែលត្រូវជាមួយនឹងការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ទេ។ ប្រមុខរដ្ឋអាចប្តឹងសម្រាប់ការរំលោភសិទ្ធិបុគ្គលរបស់គាត់។

ចម្លើយទី 2-4 : គឺទាំងអស់ជាការភាន់ច្រឡំដ៏មានសក្តានុពល ហើយអាចជាកម្មវត្ថុនៃសកម្មភាពការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។

ចម្លើយទី 2: ករណីនេះ ក៏អាចត្រូវបានចាត់ទុកថាជាការរំលោភបំពាន់ម៉ាក។

ចម្លើយទី 3: ការពិតដែល ម៉ាកមួយដែលមិនបានចុះបញ្ជី គឺមិនច្បាស់លាស់ពិតប្រាកដ ដូចចំណុចសំខាន់ គឺការយល់ច្រឡំ អាចនឹងកើតមាន។

© WIPO/OMPI

ការបោកបញ្ឆោត

ការបោកបញ្ឆោត អាចពិបាកត្រូវកំណត់ថាជាការបង្កើតអារម្មណ៍ខុសលើផលិតផល ឬ សេវាកម្មរបស់គូប្រកួតប្រជែង។ វាអាចជាទម្រង់ទូទៅនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ហើយវាគឺមិនប្រាកដថាគ្មានទុក្ខទោសទេ ។ ផ្ទុយមកវិញ ការបោកបញ្ឆោតអាចមានផលវិបាកធ្ងន់ធ្ងរណាស់: អតិថិជន ផ្អែកលើពត៌មានមិនត្រឹមត្រូវ អាចនឹងខូចខាតហិរញ្ញវត្ថុ (ឬ គ្រោះថ្នាក់បន្ថែមទៀត) ។ គូប្រកួតប្រជែងទៀងត្រង់ បាត់បង់អតិថិជន។ តម្លាភាពទីផ្សារកាត់បន្ថយ ដោយមានផលវិបាកមិនល្អសម្រាប់សេដ្ឋកិច្ចទាំងមូល និងសុខុមាលភាពសេដ្ឋកិច្ច។

មានមតិទូទៅយោងទៅគំនិតនៃបោកបញ្ឆោតនេះ គឺការដាក់កម្រិតមិនមែនជាសេចក្តីថ្លែងខុស ហើយក៏មិនមែនជាសេចក្តីថ្លែងនាំទៅរកចំណាប់អារម្មណ៍ខុសពីផ្នែកអ្នកប្រើប្រាស់ដែរ។ ជំនួញវិញ វាត្រូវបានចាត់ទុកថាគ្រប់គ្រាន់ថាការចង្អុលបង្ហាញនេះថាទំនងជាបោកបញ្ឆោត ។ សូម្បីតែ សេចក្តីថ្លែងការណ៍ត្រឹមត្រូវ អាចត្រូវបានយល់ខុស ។

ជាឧទាហរណ៍ បើគ្រឿងផ្សំគីមីជាទូទៅត្រូវបានគេហាមឃាត់នៅក្នុងនំប៉័ង តុលាការនៃប្រទេសភាគច្រើន នឹងពិចារណាលើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលអះអាងថានំប៉័ងនោះ "គឺគ្មានគ្រឿងផ្សំគីមី " ជាការកុហកបោកប្រាស់ ដោយសារតែ ទោះបីជាការពិតក៏ដោយវាផ្តល់នូវអារម្មណ៍ខុសឆ្គងថាការផ្សព្វផ្សាយពិតជាមានអ្វីមួយមិនធម្មតា។

ដូចគ្នានេះដែរ មិនចាំបាច់សម្រាប់ផលិតផលនេះជាផលិតផលអន់នោះទេ ដរាបណាការចង្អុលបង្ហាញ ឬ ការនិយាយបំផ្លើសមានផលប៉ះពាល់ដល់អតិថិជន ។ ជាឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើសាធារណៈជនចង់បានទំនិញក្នុងស្រុកជាជាងទំនិញបរទេស សេចក្តីប្រកាសខុសថាទំនិញនាំចូលជាទំនិញក្នុងស្រុក គឺជាការបោកបញ្ឆោត បើទោះបីជាទំនិញនាំចូលមានគុណភាពល្អជាងក៏ដោយ ។

© WIPO/OMPI

សំណួរស្វ័យវាយខ្លួនឯង (SAQ)

SAQទី4: តើអ្នកគិតថាខាងក្រោមនេះត្រូវបានបោកបញ្ឆោតឬទេ? ការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មមួយអះអាងថា បន្ទះនំប៉័ងនេះ មានកាឡូរីតិចជាងបន្ទះនំប៉័ងផ្សេងទៀត ខណៈដែរការពិតគឺដោយសារតែ វាស្ដើងជាង។

វាយចម្លើយរបស់អ្នកនៅទីនេះ:

ចម្លើយSAQ 4

បាទ ការលុបចោលព័ត៌មាន ដែលថាបន្ទះស្ដើងជាងអាចបង្កើតជាការយល់ខុសយ៉ាងខ្លាំងជាសេចក្ដីថ្លែងបញ្ជាក់ថា នំប៉័ងទាំងមូលមានកាឡូរីតិចជាងនំប៉័ងផ្សេងទៀត។

© WIPO/OMPI

សំណួរស្វ័យវាយខ្លួនឯង (SAQ)

SAQ 5: តើក្រុមហ៊ុនមួយដែលផលិត ស្រាបៀរថ្មីមួយ ដែលគេហៅថា បាវ៉ារៀ អាចមាន កំហុសនៃបោកបញ្ឆោតអតិថិជនដែរឬទេ?

វាយចម្លើយរបស់អ្នកនៅទីនេះ

ចម្លើយSAQ 5

ប្រសិនបើស្រាបៀរមិនបានផលិតនៅក្នុងតំបន់បាវ៉ារៀរបស់អាល្លឺម៉ង់ទេ វាអាចជាការបំភាន់ ថាប្រភពដើមរបស់វាអាចត្រូវបានគេសន្មត់ថានៅបាវ៉ារៀ ។ វាក៏អាចត្រូវបានសន្មត់ ថាជា ស្រាបៀរតាមរចនាបទរបស់ជនជាតិអាល្លឺម៉ង់ ដែលផលិតឡើងតាមស្តង់ដាគុណភាពអាល្លឺ ម៉ង់។

នៅក្នុងប្រទេសមួយចំនួន នេះអាចត្រូវបានចាត់ទុកថាជា ការរំលោភម៉ាកសម្គាល់ភូមិ សាស្ត្រទំនិញ។

© WIPO/OMPI

សម្លេងទី 3: *តើគំនិតនៃការបោកបញ្ឆោតប្រែប្រួលពីប្រទេសមួយទៅប្រទេសដែរឬទេ?*

ជាទូទៅគំនិតនៃការបោកបញ្ឆោតប្រែប្រួលពីប្រទេសមួយទៅប្រទេស ហើយនេះត្រូវបានមើលឃើញល្អបំផុតក្នុងប្រព្រឹត្តិកម្មជាតិផ្សេងៗនៃការបំផ្លើស ។ ថ្វីបើជានៅក្នុងប្រទេសទាំងអស់ ជាក់ស្តែង ការបផ្លើស (ទោះជាមិនត្រឹមត្រូវតាមន័យរបស់ពាក្យ) មិនត្រូវបានចាត់ទុកថាបោកបញ្ឆោតទេ ដោយសារតែពួកគេអាចត្រូវស្គាល់យ៉ាងងាយតាម " ការលក់ដោយនិយាយ " សំណួរអំពីអ្វីដែលគ្រាន់តែ " និយាយផ្ទាល់ " ឬ "ផ្សាយបំផ្លើស" និង អ្វីដែលត្រូវយកចិត្តទុកដាក់យ៉ាងខ្លាំង គឺចម្លើយខុសគ្នាក្នុងប្រទេសផ្សេងៗគ្នា។ នៅក្នុងប្រទេសខ្លះ (ដូចជា ប្រទេសអាល្លឺម៉ង់) វាបានសន្មត់ថា សាធារណៈជនជាទូទៅជឿជាក់លើការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និង ជាពិសេសអ្វីដែលអះអាងតែមួយគត់ ("ល្អបំផុត លេខមួយ" ជាដើម) ជាលទ្ធផល បទដ្ឋានដ៏តឹងរឹងមួយត្រូវបានអនុវត្ត។ បណ្តាប្រទេសផ្សេងទៀត (ដូចជា ប្រទេសអ៊ីតាលី និង សហរដ្ឋអាមេរិច) អនុវត្តផ្ទុយគ្នា និង ការថ្លឹងថ្លែងជាទូទៅលើការចង្អុលបង្ហាញ ជាពិសេសអ្នកដែលអះអាងថាតែមួយគត់។ ដូច្នេះ នៅក្នុងសហរដ្ឋអាមេរិច តុលាការជាទូទៅមានអន្តរាគមន៍ ប្រសិនបើផលិតផលផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មថា ល្អបំផុត តែជាការពិតអន់ ។

© WIPO/OMPI

ការបង្ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះគូប្រកួតប្រជែង

ការបង្ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះ (ឬ បង្ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះ) ជាធម្មតាត្រូវបានកំណត់ថា ដូចជាការចោទប្រកាន់មិនពិតណាមួយទាក់ទងនឹង គូប្រកួតប្រជែងដែល ទំនងជាបំផ្លាញតម្លៃកេរ្តិ៍ឈ្មោះពាណិជ្ជកម្មរបស់គូប្រជែង។ ដូចការបោកបញ្ឆោត ការបង្ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះព្យាយាមល្បួងអតិថិជននឹងព័ត៌មានមិនត្រឹមត្រូវ។ មិនដូចការបោកបញ្ឆោត ទោះបីជានេះមិនត្រូវបានធ្វើឡើងដោយសេចក្តីរាយការណ៍មិនពិត ឬ យល់ច្រឡំពីផលិតផលផ្ទាល់របស់ខ្លួនទេ ប៉ុន្តែជាការរិះគន់លើគូប្រកួតប្រជែងមិនពិតនូវផលិតផល ឬសេវារបស់គូប្រជែង។ ការបង្ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះ តែងតែពាក់ពន្ធ័ជាមួយការវាយប្រហារដោយផ្ទាល់លើពាណិជ្ជករណាមួយ ឬ ប្រភេទពិសេសណាមួយនៃក្រុមពាណិជ្ជករនោះ ប៉ុន្តែផលវិបាករបស់វា ទៅហួសពីគោលបំណង: ព្រោះព័ត៌មានពីគូប្រកួតប្រជែង ឬ ផលិតផលរបស់គាត់គឺមិនត្រឹមត្រូវ អតិថិជនក៏ទទួលរងគ្រោះផងដែរ ។

© WIPO/OMPI

សម្លេងទី4: *តើគំនិតនៃការបង្ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះខុសគ្នានៅក្នុងប្រទេសផ្សេងៗគ្នាឬទេ ?*
នៅក្នុងប្រទេសមួយចំនួន ការថ្លែងយ៉ាងពិតប្រាកដអំពីគូប្រកួតប្រជែងមួយអាចចាត់ទុកថាជាការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ប្រសិនបើ "ការវាយប្រហារ" ត្រូវបានផ្ទុះឡើងចេញពីក្រៅដែនកំណត់ ឬ ប្រសិនបើពាក្យដែលបានប្រើធ្វើអោយខូចប្រយោជន៍។ ផ្ទុយមកវិញ ប្រទេសមួយចំនួន រឹតបន្តឹងនូវសញ្ញាណនៃការនិយាយបង្ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះដែលមិនត្រឹមត្រូវ ឬយ៉ាងហោចណាស់ជាការបោកបញ្ឆោត ។

ការពន្យល់ពីភាពខុសគ្នានៅក្នុងឥរិយាបទនេះអាចត្រូវបាន រកឃើញនៅក្នុងការវាយតម្លៃដាច់ពីគ្នានៃ "កិត្តិយសនៃពាណិជ្ជកម្ម" ។ ច្បាប់ស្តីពីការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់មានឬសគល់ការពារកិត្តិយសពាណិជ្ជកម្មរបស់ធុរៈជនម្នាក់ៗក្នុងពាណិជ្ជកម្ម ដូចជានៅក្នុងប្រទេសនៃទ្វីបអឺរ៉ុប" កំហុសរដ្ឋប្បវេណីពិសេសនៃការបង្ខូចអាជីវកម្ម "បានកើតមាន ជាគោលការណ៍ វិធាននេះ មានការរឹតបន្តឹងខ្លាំងជាងសេចក្តីថ្លែងប្រមាថនៅខាងក្រៅវង្វង់ការប្រកួតប្រជែងដោយការគិតតាមធម្មនុញ្ញភាព ដូចជាសេរីភាពនៃការបញ្ចេញមតិ ត្រូវបានយកមកគិតពិចារណា។ ក្នុងប្រទេសផ្សេងទៀត ជាពិសេសប្រទេសដែលមិនទាន់បានបង្កើតប្រព័ន្ធ ប្រឆាំងនឹងការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់អោយបានទូលំទូលាយ ឥរិយាបថគឺពិតជាផ្ទុយគ្នាៈ វាត្រូវសន្មត់ថាក្នុងចំណាប់អារម្មណ៍នៃការប្រកួតប្រជែង ការវាយប្រហារលើគូប្រកួតប្រជែង គឺជារឿងចៀសមិនផុត ដែលពួកគេត្រូវតែអត់ឱនអោយបានច្រើន និងព្រំដែនគួរតែគូរចេញពីកន្លែងដែលការវាយប្រហារនេះផ្អែកលើរឿងមិនពិត។ នៅក្នុងប្រទេសទាំងនោះ ភាគីដើមចោទជាធម្មតា ក៏បដិសេធរាល់បន្ទុកនៃភស្តុតាង ដូចមិនពិតនៃសេចក្តីថ្លែង ដែលជូនកាលអាចធ្វើឱ្យសកម្មភាពមួយមិនអាចទៅរួច។

© WIPO/OMPI

សំណួរវាយតម្លៃខ្លួនឯង (SAQ)

SAQ6:*តើខាងក្រោមនេះណាខ្លះជាឧទាហរណ៍នៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ដោយសារការបង្ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះ ?*

1.ការនិយាយថា ទឹកដោះគោជូរបស់គូប្រកួតប្រជែងធ្វើពីទឹកដោះគោខូច

2.ការនិយាយថា ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនមួយគឺល្អប្រសើរសម្រាប់សុខភាពអ្នកប្រើប្រាស់

3.ការប្រើប្រាស់ស្លាកសញ្ញាស្រដៀងគ្នាទៅនឹងគូប្រកួតប្រជែង លើផលិតផលអន់ជាងខ្លាំង

វាយចម្លើយរបស់អ្នកនៅទីនេះ:

ទាំងអស់នេះ គឺជាឧទាហរណ៍នៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ប៉ុន្តែមានតែលេខ1ទេ គឺជាឧទាហរណ៍នៃការបង្ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះ តែងតែសន្មតថាសេចក្តីថ្លែងនេះគឺមិនពិតទេ។ លេខ 2 គឺជាបោកបញ្ឆោតប្រសិនបើមិនពិត ហើយលេខ3 គឺជាប្រភេទនៃការធ្វើអោយភាន់ច្រឡំ។

© WIPO/OMPI

ការបង្ហាញព័ត៌មានសម្ងាត់

សារៈសំខាន់នៃការប្រកួតប្រជែងពាណិជ្ជកម្មរបស់សហគ្រាសមួយអាចជាព័ត៌មានដែលបានបង្កើត និងដែលប្រមូលបានដោយសហគ្រាស ឬ បុគ្គលនោះ ។ ជាឧទាហរណ៍ បញ្ជីអតិថិជន និងអតិថិជនសក្តានុពល អាចផ្តល់ឱ្យក្រុមហ៊ុននូវគុណសម្បត្តិលើគូប្រកួតប្រជែងរបស់ខ្លួន ដែលមិនមានបញ្ជីឈ្មោះនេះ។ ឧទាហរណ៍មួយទៀត គឺ សហគ្រាសមួយបានបង្កើតដំណើរការឧស្សាហកម្មសម្ងាត់មួយដែលអាចឱ្យវអាចលក់ផលិតផលដែលមានគុណភាព ឬ តម្លៃទាបជាង ។ ខ្ញុំសង្ឃឹមថាអ្នកយល់ស្របជាមួយខ្ញុំថា ប្រសិនបើ បំណែកព័ត៌មានទាំងនេះត្រូវបានផ្តល់ទៅគូប្រកួតប្រជែង ដោយគ្មានការអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ព័ត៌មាននេះជាការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។ ជាការពិតណាស់ ការបញ្ចេញព័ត៌មានសម្ងាត់ ត្រូវបានកំណត់ថាជាការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ដោយកិច្ចព្រមព្រៀង TRIPS ឆ្នាំ 1994 ដែលតម្រូវឲ្យសមាជិកអង្គការពាណិជ្ជកម្មពិភពលោក ផ្តល់នូវការការពារសម្រាប់ " ពត៌មានដែលមិនត្រូវបង្ហាញ" ។

កិច្ចព្រមព្រៀងTRIPS បានពិពណ៌នាជាពិសេសថាការការពារព័ត៌មានដែលមិនបង្ហាញ ចាំបាច់ដើម្បីការពារប្រឆាំងនឹងការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ (មាត្រា39(2)) ។

(ក)

© WIPO/OMPI

សម្លេងទី 5: *ហេតុអ្វីបានជា ការពារប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម មិនអាចត្រូវការពារដូច ព័ត៌មានសម្ងាត់ ?*

ការពង្រឹងការប្រកួតប្រជែងជាធម្មតា អាស្រ័យទៅលើបច្ចេកទេសច្នៃប្រឌិត និងផ្សាភ្ជាប់នឹងចំណេះធ្វើនៅក្នុងវិស័យឧស្សាហកម្ម និង/ឬ ពាណិជ្ជកម្ម។ ទោះជាយ៉ាងណា បច្ចេកទេស និង ចំណេះធ្វើនេះ គឺតែងតែមិនការពារដោយច្បាប់ប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្មទេ ។ ទីមួយ ប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម គឺសម្រាប់តែការបង្កើតថ្មីនៅក្នុងវិស័យបច្ចេកវិទ្យា និង មិនសម្រាប់សមិទ្ធិផលច្នៃប្រឌិតទាក់ទងនឹងការប្រតិបត្តិអាជីវកម្មទេ។ល។ ជាងនេះទៅទៀត ការរកឃើញបច្ចេកទេស ឬ ព័ត៌មានមួយចំនួន ដែលផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ពាណិជ្ជកម្ម សម្រាប់ពាណិជ្ជករជាក់លាក់ណាមួយ អាចខ្វះភាពថ្មីស្រឡាង ឬ ជំហានច្នៃប្រឌិត ដើម្បីធ្វើឱ្យពួកគេអាចចុះប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្មបាន ។ លើសពីនេះទៀត ពេលដែលពាក្យស្នើសុំប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្មមួយកំពុងរង់ចាំ ដរាបណាពត៌មានមិនត្រូវបានបញ្ចេញជាសាធារណៈ ម្ចាស់ពត៌មានដែលត្រូវចុះប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម គួរតែការពារប្រឆាំងនឹងការបង្ហាញព័ត៌មានខុសច្បាប់ណាមួយដោយអ្នកផ្សេងទៀត ដោយមិនគិតថាតើទីបំផុតពាក្យស្នើសុំទទួលបានការផ្តល់ប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្មបានឬមិនបាននោះទេ។

© WIPO/OMPI

សំណួរស្វ័យវាយតម្លៃ (SAQ)

SAQ 7: តើខាងក្រោមនេះណាខ្លះ អាចត្រូវបានចាត់ទុកថាជាពត៌មានសមរម្យ សម្រាប់ ការការពារក្រោមកិច្ចព្រមព្រៀង TRIP?

1. រូបមន្តសម្រាប់ភេសជ្ជៈគ្មានជាតិអាល់កុល
2. ពត៌មាននៅក្នុងប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម ដែលបានផុតសុពលភាព
3. ពត៌មានដែលមិនត្រូវបានទទួលការផ្តល់ប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម
4. ការអនុវត្តគណនីរបស់ក្រុមហ៊ុន
5. បញ្ជីឈ្មោះអតិថិជន

វាយចម្លើយរបស់អ្នកនៅទីនេះ:

សូមចុចទីនេះសម្រាប់ចម្លើយ

ចម្លើយ SAQ 7

មានតែលេខ2ទេ មិនអាចចាត់ទុកថាជាការសម្ងាត់ពាណិជ្ជកម្មដូចជាព័ត៌មាននៅក្នុងប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្មត្រូវបានគេផ្សព្វផ្សាយ និង ស្ថិតជាសាធារណៈ ហើយអាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ដោយសេរី បន្ទាប់ពីផុតសុពលភាពប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម។

© WIPO/OMPI

ទាញយកប្រយោជន៍ហួសហេតុពិសមិទ្ធិផល របស់អ្នកដ៏ទៃ

សញ្ញាណ "Free riding" មានលក្ខណៈពិសេសរួមមួយចំនួន ជាសញ្ញាណនៃការបង្ក ឱ្យមានការភាន់ច្រឡំ និងការបោកបញ្ឆោត ។ វាអាចកំណត់បានថា ទម្រង់ទូលាយនៃការ ប្រកួតប្រជែងដោយការធ្វើត្រាប់តាម ។ ក្នុងគោលការណ៍នៃទីផ្សារសេរី ទោះជាយ៉ាងណា ការកេងប្រវ័ញ្ច ឬ "ការយកធ្វើជារបស់ខ្លួន" នៃសមិទ្ធិផលរបស់មនុស្សម្នាក់គឺអយុត្តិធម៌ក្នុង កាលៈទេសៈជាក់លាក់។ ផ្ទុយមកវិញ អំពើដែលបណ្តាលអោយមានការយល់ច្រឡំ ឬ យល់ខុសជាធម្មតា បញ្ជាក់ការយកដោយសេរី(Free riding) លើសមិទ្ធិផលរបស់មនុស្ស ម្នាក់ផ្សេងទៀត ប៉ុន្តែជាទូទៅទទួលស្គាល់ថាជាទម្រង់នៃការយកដោយសេរី "Free riding" តែងតែជាអំពើអយុត្តិធម៌។

មានប្រភេទផ្សេងគ្នានៃការយកដោយសេរី Free riding រួមមានការបំផ្លាញភាពញែក ដាច់ពីតម្លៃ និងគុណភាពនៃម៉ាករបស់គូប្រកួតប្រជែង។ នេះអាចកើតឡើងប្រសិនបើ ម៉ាក ស្រដៀងគ្នាមួយ ត្រូវបានប្រើសម្រាប់ ទំនិញ ឬសេវាកម្មមិនដូចគ្នា ។

© WIPO/OMPI

ការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ប្រៀបធៀប

ការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មប្រៀបធៀបមាន ២ បែប : ជាសេចក្តីយោងវិជ្ជមានដល់ផលិតផលមួយផ្សេងទៀត (ដោយអះអាងថាផលិតផលរបស់ខ្លួនគឺ ល្អដូចគេ) ឬ សេចក្តីយោងអវិជ្ជមាន (ដោយអះអាងថាផលិតផលរបស់ខ្លួនគឺ ប្រសើរជាងគេ) ។ នៅក្នុងការលើកឡើងទីមួយ ជាទូទៅផលិតផលគូប្រកួតប្រជែងត្រូវបានគេទទួលស្គាល់ ចំនុចសំខាន់ទាក់ទងនឹងលទ្ធភាពនៃការទាញយកកេរ្តិ៍ឈ្មោះជំនួញ។ នៅក្នុងករណីទីពីរ ផលិតផលគូប្រកួតប្រជែងត្រូវបានរិះគន់ វាគឺជាសំណួរនៃការខូចខាតដែលបានលើកឡើង។ ទោះជាយ៉ាងណា ទម្រង់ទាំងពីរនៃការប្រៀបធៀបពាក់ពន្ធ័សេចក្តីយោង(គ្មានការអនុញ្ញាត) ទៅគូប្រកួតប្រជែងណាមួយ ដែលបានបង្ហាញដោយឈ្មោះ ឬ អាចកំណត់អត្តសញ្ញាណបានទាំងស្រុងជាសាធារណៈ។

ត្រូវចងចាំថា វាមានភាពខុសគ្នានៅក្នុងការវាយតម្លៃសញ្ញាណនៃ "ការបោកបញ្ឆោត" និង ជាពិសេស "ការបង្ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះ"។ ដូចបានរៀបរាប់ខាងលើ បណ្តាប្រទេសមួយចំនួនគិតថាសេចក្តីថ្លែងអះអាងថាឧត្តមខ្ពង់ខ្ពស់ ឬ ល្អប្លែក (ដូចជា "ល្អបំផុត" ជាដើម) ជាការបោកបញ្ឆោត លុះត្រាតែពួកគេអាចបង្ហាញបានថាត្រឹមត្រូវ ពេលដែលអ្នកផ្សេងគិតថាពួកគេបំផ្លើសគ្មានការបង្កគ្រោះថ្នាក់ ។ ការវាយតម្លៃខុសគ្នានៃសញ្ញាណរបស់ "ការបង្ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះ" និង "រីតិកម្ម" គឺមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងណាស់ ។ នៅក្នុងបណ្តាប្រទេសដែលមានឥរិយាបទទុទិដ្ឋិនិយម សេចក្តីថ្លែងបង្អាប់ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មប្រៀបធៀប ជាទូទៅមានការអត់ឱនឱ្យ ។ ដរាបណាអ្វីដែលបាននិយាយ ជាការពិត តុលាការនឹងមិនជ្រៀតជ្រែកទេ ទោះជាសេចក្តីយោងទៅគូប្រកួតប្រជែង ឬ ផលិតផលរបស់គេគឺយ៉ាងច្បាស់បង្អាប់ ឬ កេងប្រវ័ញ្ចលើកេរ្តិ៍ឈ្មោះល្បីរបស់ពួកគេក៏ដោយ។ នៅក្នុងបណ្តាប្រទេស ដែលមានប្រពៃណីសង្កត់ធ្ងន់ជាពិសេសទៅលើការការពារពាណិជ្ជករ «ទៀងត្រង់»និងកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់គាត់ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មប្រៀបធៀប គឺត្រូវហាមឃាត់ ឬក៏យ៉ាងហោចណាស់បានដាក់កម្រិតយ៉ាងខ្លាំង។ ពេលខ្លះ ឈ្មោះរបស់គូប្រកួតប្រជែងត្រូវបានលើកឡើងប្រឆាំងនឹងឆន្ទៈរបស់គាត់ នេះត្រូវបានចាត់ទុកថាជាការបង្ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះ ហេតុដូច្នេះជាប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។ យោងតាមវិធានដែលថា " ពាណិជ្ជករទៀងត្រង់គួរពុំត្រូវបានគេលើកឡើងទោះបីជាការលើកឡើងជាការពិតក៏ដោយ" ច្បាប់ប្រទេសមួយចំនួនបានហាមឃាត់ការប្រៀបធៀបទាំងអស់ ដោយមិនចាំបាច់ឱ្យកំណត់អត្តសញ្ញាណគូប្រកួតប្រជែង ។ សេចក្តីសំអាងដូចគ្នាបាននាំអោយតុលាការនៃបណ្តាប្រទេស ផ្សេងទៀតកំណត់ថាការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មប្រៀបធៀប តិច ឬច្រើនដោយស្វ័យប្រវត្តិប្រឆាំងនឹងការអនុវត្តពាណិជ្ជកម្ម

© WIPO/OMPI

ទៀងត្រង់ (ដូច្នេះហើយ ប្រឆាំងនឹងបទប្បញ្ញត្តិទូទៅនៃច្បាប់ស្តីពីការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់) ។

ទោះបីជា ប្រទេសជាច្រើនកំណត់យ៉ាងតឹងរឹងថា ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មប្រៀបធៀប គឺជាការអនុវត្តមិនទៀងត្រង់ និន្នាការអវិជ្ជមានទាក់ទងនឹងក្នុងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មប្រៀបធៀបមានការផ្លាស់ប្តូរ ប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ។ វាត្រូវបានទទួលស្គាល់កាន់តែខ្លាំងឡើងថា ការប្រៀបធៀបពិតនៃអង្គហេតុត្រឹមត្រូវ មិនត្រឹមតែអាចកាត់បន្ថយការចំណាយថ្លៃដើមស្វែងរកព័ត៌មានរបស់អតិថិជនទេ ប៉ុន្តែក៏មានផលវិជ្ជមានលើសេដ្ឋកិច្ច ដោយធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវតម្លាភាពទីផ្សារ។ តុលាការនៃបណ្តាប្រទេសទាំងនោះ ដែលជាទូទៅចាត់ទុកការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មប្រៀបធៀបជាការបង្ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះ បានបន្ធូរបន្ថយជាបន្តបន្ទាប់ការហាមឃាត់យ៉ាងតឹងរឹងលើសេចក្តីថ្លែងបង្ហាញពីអត្តសញ្ញាណគូប្រកួតប្រជែងណាមួយ។ ឧទាហរណ៍ ការប្រៀបធៀបថ្លៃ ប្រសិនបើមានមូលដ្ឋានពិត ត្រឹមត្រូវនិងគ្រប់គ្រាន់ អាចត្រូវបានអនុញ្ញាត។ ជារួម ហាក់បីដូចជាមាននិន្នាការច្បាស់លាស់ឆ្ពោះទៅរកការទទួលយកការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មប្រៀបធៀបយ៉ាងពិតប្រាកដ។

© WIPO/OMPI

អំពើផ្សេងទៀតនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

អ្នកគួរយល់ថា បច្ចុប្បន្ននេះវិស័យការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់មានលក្ខណៈទូលំទូលាយ ហើយប្រព្រឹត្តកម្មនៃប្រទេសផ្សេងគ្នា មានលក្ខណៈខុសគ្នាគួរឱ្យកត់សម្គាល់ ។ ដូច្នេះ ដើម្បីបំពេញបញ្ជីនៃអំពើមិនស្មោះត្រង់ តាមតែអាចធ្វើទៅបាន ជាសំខាន់ត្រូវមានការផ្តល់នូវឧទាហរណ៍ខ្លីៗបន្ថែម

- ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មប្រមាថ ។ ឧទាហរណ៍ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មទាញយកផលប្រយោជន៍ពីការភ័យខ្លាចដើម្បីបង្កើនការលក់។
- ការប្រើប្រាស់បច្ចេកទេសផ្សព្វផ្សាយការលក់មានដូចជា ឆ្នោត អំណោយ និង ប្រាក់រង្វាន់ ។ ទាំងនេះ ត្រូវបានចាត់ទុកជាគ្រឿងទាក់ចិត្តអតិថិជនឱ្យទិញផលិតផលអ្វីមួយ។
- ធ្វើឱ្យរាំងស្ទះដល់សកម្មភាពទីផ្សារ ដូចជាការបំផ្លាញដបភេសជ្ជៈរបស់ គូប្រកួតប្រជែងដែលយកត្រឡប់វិញបាន ។

© WIPO/OMPI

សេចក្តីសង្ខេបនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

គំនិតនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ មានតាំងពីយូរណាស់មកហើយដែរ ហើយត្រូវបានចាត់ទុកវិធីមួយក្នុងការការពារកម្មសិទ្ធិបញ្ញា នៅដើមឆ្នាំ1900 នៅពេលមានការកែប្រែអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសនៅទីក្រុងព្រុចសែល។ វាអាចចាត់ទុកជាការអនុវត្ត ដែលពង្វៀងចេញពីប្រតិបត្តិការដោយសេរីនៃកម្មសិទ្ធិបញ្ញា និងជាប្រព័ន្ធផ្តល់នូវការលើកទឹកចិត្ត ។

អំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ គឺជាអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងណាមួយដែលផ្ទុយពីការអនុវត្តន៍ទៀតត្រង់ នៅក្នុងមជ្ឈដ្ឋានឧស្សាហកម្ម ឬ ពាណិជ្ជកម្ម។

ជាឧទាហរណ៍ អំពើដូចខាងក្រោម ត្រូវបានហាមឃាត់ :

- អំពើទាំងឡាយ ដែលបង្កើតអោយមានការយល់ច្រឡំ តាមមធ្យោបាយណាមួយ ជាមួយសហគ្រាស ទំនិញ ឬ សកម្មភាពឧស្សាហកម្ម ឬពាណិជ្ជកម្មរបស់គូប្រកួតប្រជែង
- ការចោទប្រកាន់មិនពិតក្នុងរង្វង់ពាណិជ្ជកម្មតាមបែបណាមួយដូចជាបង្ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះគូប្រកួតប្រជែងពីទំនិញ ឬ សកម្មភាពឧស្សាហកម្ម ឬ ពាណិជ្ជកម្ម
- ការចង្អុលបង្ហាញ ឬ ការចោទប្រកាន់គ្មានភស្តុតាងក្នុងរង្វង់ពាណិជ្ជកម្មនាំអោយសាធារណជនភន្តច្រឡំពីទំនិញ ប្រភេទ ដំណើរការផលិត ចរិតលក្ខណៈគោលបំណងសមស្របរបស់វា ឬ បរិមាណ

© WIPO/OMPI

អំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ មានច្រើនប្រភេទ ដូចជា:

- ☐ ការធ្វើឱ្យភាន់ច្រឡំ
- ☐ ការបោកបញ្ឆោត
- ☐ ការបង្ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះគូប្រកួតប្រជែង
- ☐ ការរំលោភបំពានលើការសម្ងាត់ពាណិជ្ជកម្ម
- ☐ ការទាញយកផលប្រយោជន៍ពីសមិទ្ធផលរបស់អ្នកដទៃ (ជិះសេះលែងដៃ)
- ☐ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មប្រៀបធៀប។

អត្ថបទច្បាប់ :

- ☐ កិច្ចព្រមព្រៀង TRIPS
- ☐ អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសស្តីពីកិច្ចការពារកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម។

© WIPO/OMPI