កំណត់សំគាល់អំពីការសិក្សា: ដើម្បីសិក្សាផ្នែកនេះត្រូវប្រើពេលបីម៉ោង។

ម៉ូឌុល ៥ : ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ

គោលដៅ:

បន្ទាប់ពីបានបញ្ចប់ការសិក្សាអំពីម៉ូឌីលនេះ អ្នកអាច :

១-ពិពណ៌នាក្នុង១០០ពាក្យ អំពីចរិតលក្ខណៈ និងគោលបំណងនៃម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រ

២-លើកឧទាហរណ៍មួយចំនួនស្តីអំពីម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ។

៣-ពិពណ៌នាក្នុង១០០ពាក្យ អំពីភាពខុសគ្នារវាង ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើម និងការកំណត់ប្រភព ។

៤-ពិពណ៌នាអំពីវិធីសាស្ត្រខុសៗគ្នាស្តីអំពី កិច្ចការពារទំនិញ ឬសេវា ដែលបានផលិតនៅក្នុងតំបន់ ។

សេចក្តីផ្តើម

ការប្រើប្រាស់ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញជា វិធីសាស្ត្រសំខាន់មួយនៅក្នុងការសម្គាល់ប្រភពដើមនៃទំនិញឬសេវា។ គោលបំណងមួយក្នុងចំណោមគោលបំណងជាច្រើននៃការប្រើប្រាស់ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ គឺការជម្រុញពាណិជ្ជកម្មតាមរយៈការជូនដំណឹងដល់អតិថិជនអំពីប្រភពដើមនៃទំនិញ ដែលអាចបញ្ជាក់ពីគុណភាព ដែលអតិថិជនកំពុងស្វែងរក។ ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញអាចត្រូវបានប្រើប្រើប្រាស់សម្រាប់ផលិតផលឧស្សាហកម្មឬកសិកម្ម។ ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញត្រូវបានការពារកម្រិតជាតិ ប៉ុន្តែមានសន្ធិសញ្ញាអន្តរជាតិជាច្រើនដែលជួយឱ្យមានកិច្ចការពារបានក្នុងប្រទេសជាច្រើន ។

©WIPO/OMPI

ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ

ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញក្នុងន័យទូលំទូលាយរួមមានការសម្គាល់ប្រភព ការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើម និងម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ(ក្នុងន័យចង្អៀត)។ គួរកត់សម្គាល់ថា មិនមានការប្រើប្រាស់ពាក្យម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញក្នុងអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសទេ ប៉ុន្តែ អនុសញ្ញាមានប្រើពាក្យការសម្គាល់ប្រភព និងការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើម ។

ការសម្គាល់ប្រភពសំដៅដល់ពាក្យ ឬសញ្ញាដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់ សម្គាល់ថា ផលិតផល ឬសេវា មួយមានប្រភពពីប្រទេសមួយ តំបន់មួយ និងទីកន្លែងជាក់លាក់ណាមួយ ដែលផលិតផលនោះមានប្រភពមកពី ។ ឧទាហរណ៍: ផលិតនៅប្រទេសជប៉ុន ។

ការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើម សំដៅដល់ឈ្មោះភូមិសាស្ត្ររបស់ប្រទេសមួយ តំបន់មួយទីកន្លែងជាក់លាក់មួយដែលសម្រាប់កំណត់អំពី ផលិតផលដែលកើតនៅក្នុងប្រទេសនោះ គុណភាពដែលមានចរិតលក្ខណៈដាច់ដោយឡែក ឬជាពិសេសផ្សាភ្ជាប់ទៅនឹងបរិស្ថានភូមិសាស្ត្រដែលរួមមានកត្តាធម្មជាតិ ឬកត្តាមនុស្ស ឬកត្តាទាំងពីរ។ ឧទាហរណ៍ : ស្រា Champagne ។

ចូរអ្នកចាប់ផ្តើមស្តាប់ភាគនៃសម្លេងទីមួយ ដែលពន្យល់ក្នុងន័យទូលំទូលាយពីនិយមន័យ នៃម៉ាក សម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ។

ភាគនៃសម្លេងភាគ១: តើអ្នកអាចប្រាប់ខ្ញុំបានឬទេ អ្វីទៅជាម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ?

ជាគោលការណ៍ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ គឺជាកំណត់សម្គាល់ដែលបង្ហាញពីតំបន់ភូមិសាស្ត្រ ដែលជាប្រភពនៃផលិតផល។ ឧទាហរណ៍ដ៏ល្អនៃម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញគឺម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រ ទំនិញដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់ស្រានិងគ្រឿងស្រវឹងដូចជាម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រ ទំនិញរបស់ស្រា Champagne ត្រូវបានប្រើប្រាស់សម្រាប់សម្គាល់ថាជាប្រភេទស្រាពិសេសមួយប្រភេទ ដែលមាប្រភពមកពីតំបន់ Champagne ប្រទេសបារាំង ។ ដូចគ្នានេះដែរ Cognac ត្រូវបានប្រើប្រាស់សម្រាប់ម៉ាក សញ្ញាមកពីតំបន់នៃប្រទេសបារាំងដែលស្ថិតនៅជុំវិញទីក្រុង Cognac ។ ប៉ុន្តែម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញក៏ត្រូវបានប្រើប្រាស់ផងដែរសម្រាប់ផលិតផលផ្សេងទៀតក្រៅពីស្រា និងគ្រឿងស្រវឹងដូចជាថ្នាំ ជក់មកពីប្រទេស Cuba ឬប្រូម៉ាស្ស៊ Roquefort ។ ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ

©WIPO/OMPI

អាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ ផងដែរសម្រាប់ផលិតផលឧស្សាហកម្មមានដូចជា Sheffielf សម្រាប់ផលិតផលដែកថែប ។

សំណួរវាយតម្លៃខ្លួនឯង(SAQ)

SAQ១ : វាយនាមម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញឱ្យបាន ២ ឬ ៣ ដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់នៅក្នុងប្រទេសរបស់អ្នក ។

ចូរសរសេរចម្លើយរបស់អ្នក នៅទីនេះ:

ចុចត្រង់នេះដើម្បីមើលចម្លើយ

ចម្លើយ SAQ ១:

ខ្ញុំសង្ឃឹមថាអ្នកអាចរកចម្លើយឃើញខ្លះៗ ។ ប្រសិនបើអ្នកមិនអាចរកចម្លើយឃើញទេ សូមព្យាយាមពិចារណាថាអាចមកពីមូលហេតុអ្វី។ តើទស្សនៈនៃកម្មសិទ្ធិបញ្ញាមិនត្រូវបានគេដឹងក្នុងចំណោមផលិតករក្នុងតំបន់ ឬពួកគេមិនយល់ពីតម្លៃ នៃម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទាំងនេះ?

ជារួម ពាក្យ "Champagne""Cognac" "Roquefort""Chianti" "Champagne" "Porto" "Havana" និង"Tequila" គឺជាឧទាហរណ៍ដ៏ល្អបំផុតមួយចំនួនពីឈ្មោះដែលគេស្គាល់ទូទាំងពិភពលោកថាជា ផលិត ផលមានចរិតលក្ខណៈ និងប្រកបដោយគុណភាពពិត ។

ភាគនៃសម្លេងបន្ទាប់នឹងលុបបំបាត់ការភាន់ច្រឡំ ដែលតែងតែកើតមានរវាងពាក្យម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រ ទំនិញ និង ម៉ាក ។

ភាគនៃសម្លេងភាគ២: តើម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ និងម៉ាក មានលក្ខណៈខុសគ្នាដូចម្តេច ?

ម៉ាកសំដៅដល់សញ្ញាដែលពាណិជ្ជករ ឬក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់ដើម្បីសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃ ទំនិញ ឬសេវារបស់ខ្លួនពីទំនិញឬសេវារបស់គូប្រកួតប្រជែង ។ ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីបង្ហាញថាផលិតផល

©WIPO/OMPI

មានប្រភពពីក្នុងតំបន់ណាមួយ។ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្រ្តទំនិញ អាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ដោយគ្រប់ផលិតករនៅក្នុងតំបន់នោះ ។ ឧទាហរណ៍Bordeaux និងChampagne អាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ដោយអ្នកផលិតស្រាទាំងអស់នៅក្នុងតំបន់Bordeaux ឬChampagne ប៉ុន្តែមានតែ Moët និង Chandon តែប៉ុណ្ណោះដែលអាចប្រើឈ្មោះ champagne "Moët និង Chandon" បាន ថាជាពាណិជ្ជសញ្ញាស្រា champagne ។

ឥឡូវនេះ ខ្ញុំសង្ឃឹមថាអ្នកអាចយល់អំពីអត្ថប្រយោជន៍ដែលអាចទទួលបានពីការប្រើប្រាស់ម៉ាក សម្គាល់ភូមិសាស្រ្តទំនិញ ដូច្នេះសំណួរបន្ទាប់គឺ តើសម្គាល់ភូមិសាស្រ្តទំនិញអាចត្រូវបានការពារតាម របៀបណា ? ភាគនៃសំលេងបន្ទាប់ នឹងពន្យល់អំពីសំណួរនេះ ។

ភាគនៃសំលេង៣:តើអ្នកការពារម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្រ្តទំនិញយ៉ាងដូចម្តេច?

មិនដូចម៉ាក និងប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្មទេមានភាពខុសគ្នាខ្លាំងចំពោះកិច្ចការពារដែលអាចមានសម្រាប់ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្រ្តទំនិញ។ ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្រ្តទំនិញ អាចត្រូវបានការពារដោយច្បាប់ ឬក្រឹត្យ "ដោយឡែក" ដូចជា ប្រព័ន្ធដែលប្រើប្រាស់ដោយប្រទេសបារាំង និងប្រទេសព័រទុយហ្គាល់។ លទ្ធភាពមួយទៀត គឺត្រូវចុះបញ្ជីម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្រ្តទំនិញ ។

លទ្ធភាពមួយទៀត គឺពឹងផ្អែកលើច្បាប់ប្រឆាំងទៅនឹងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឬកំហុសដែលទាក់ទងនឹងការក្លែងបន្លំដើម្បីធ្វើជាមូលដ្ឋាន ក្នុងការនិយាយអំពីការធ្វើពាណិជ្ជកម្មដែលមិនទទួលបានសិទ្ធិប្រើប្រាស់ដោយមិនស្មោះត្រង់នោះ ។ ដើម្បីប្រើប្រាស់ការសម្គាល់ភូមិសាស្រ្តទំនិញសម្រាប់ផលិតផលមួយ ដែលមិនមានប្រភពនៅក្នុងតំបន់ដែលមានឈ្មោះ ដើម្បីយកមកធ្វើជាឧទាហរណ៍ឲ្យបានល្អប្រសើរស្តីពីការធ្វើពាណិជ្ជកម្មមិនស្មោះត្រង់ ។ ប្រសិនបើស្វែងរកកិច្ចការពារតាមច្បាប់ស្តីពីកំហុស ផ្នែករដ្ឋប្បវេណី(tort law) មិនមានការអង្កេតទម្រង់បែបបទដូចជាការចុះបញ្ជីឬក្រឹត្យឡើយ។ ភាគីរងគ្រោះត្រូវប្តឹងទៅតុលាការអំពីរឿងក្តីរបស់ខ្លួន។

ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្រ្តទំនិញ អាចត្រូវបានការពារផងដែរតាមរយៈការចុះបញ្ជីជាម៉ាកសមូហភាព ឬម៉ាកបញ្ជាក់ពីចរិតលក្ខណៈទំនិញនិងសេវា។ មិនដូចម៉ាក ម៉ាកសមូហភាពជាកម្មសិទ្ធិរបស់ក្រុមពាណិជ្ជករ ឬផលិតករ ។ ម្យ៉ាងទៀត ម៉ាកបញ្ជាក់ពីចរិត

©WIPO/OMPI

លក្ខណៈទំនិញ និងសេវាមិនមែនជាកម្មសិទ្ធិរបស់បុគ្គលណាមួយឡើយៈ ម៉ាកនេះត្រូវបាន ចុះបញ្ជីស្របតាមល័ក្ខខ័ណ្ឌ ដែលថាបុគ្គលណាមួយបានបំពេញតាមល័ក្ខខ័ណ្ឌជាក់លាក់ នោះ អាចប្រើប្រាស់ម៉ាកនេះបាន ។ ឧទាហរណ៍ការប្រើប្រាស់ម៉ាកបញ្ជាក់ពីចរិតលក្ខណៈ ទំនិញ និងសេវាសម្រាប់ប្រូម៉ាហ្ស៍ Stilton ត្រូវបានកម្រិតចំពោះកសិករមួយចំនួនដែល អនុលោមតាមវិធានដែលត្រូវអង្កេតលើការប្រើប្រាស់ដែលទទួលបានការអនុញ្ញាត ។

ដូច្នេះមានវិធីសាស្ត្រខុសៗគ្នាជាច្រើន ដែលម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញអាចត្រូវ បានការពារដោយផ្អែកលើច្បាប់ជាតិនិងមានវិធីសាស្ត្រខុសៗគ្នាជាច្រើនទៀត ដែលអាច ការពារម៉ាកនេះជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ ។

ភាគនៃសម្លេង៤ : អ្នកហាក់ដូចជានិយាយច្រើនបន្តិច អំពីវិធីទទួលបានកិច្ចការពារម៉ាក សម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញនៅក្នុងប្រទេសមួយ តើវាអាចទៅរួចទេ ដើម្បី ទទួលបានកិច្ចការពារម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ នៅទូទាំងពិភព លោក ?

ពិតណាស់នៅក្នុងទ្រឹស្តី ប៉ុន្តែក្នុងការអនុវត្តជាក់ស្តែងវិញមានការលំបាកខ្លាំងណាស់ ។ ប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម និងម៉ាកមាននីតិវិធីអនុវត្តជាក់លាក់ ប៉ុន្តែ វាមានលក្ខណៈខុស គ្នាឆ្ងាយពីម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញដោយសារមានប្រព័ន្ធនៃកិច្ចការពារផ្សេងៗ គ្នាជា ច្រើន ។ ក្នុងករណីដែលប្រព័ន្ធជាតិពុំមានចែងពីការចុះបញ្ជីម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ឬការផ្តល់សិទ្ធិប្រើប្រាស់ការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើមអាចមានបញ្ហាប្រឈមជាច្រើន ។ ជាទូទៅភាពខុសគ្នាអាចកើតឡើងក្នុងស្ថានភាពទាំងពីរគឺស្ថានភាពទ្វេភាគី និងស្ថានភាព ពហុភាគី។ នៅក្នុងបរិបទទ្វេភាគី ប្រទេសមួយចុះកិច្ចព្រមព្រៀងជាមួយប្រទេសមួយទៀត សម្រាប់ការពារម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញទៅវិញទៅមក ។ ដំណាក់កាលបន្ទាប់គឺការ ផ្លាស់ប្តូរបញ្ជីម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញដែលពាក់ព័ន្ធ ហើយផ្តល់កិច្ចការពារទៅវិញទៅ មក។ ឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើប្រទេសបារាំងបានចុះកិច្ចព្រមព្រៀងទ្វេភាគី ជាមួយប្រទេស អេស្ប៉ាញប្រទេសបារាំង ត្រូវផ្ញើបញ្ជីម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញរបស់ខ្លួនទៅឲ្យប្រទេស អេស្ប៉ាញ ហើយប្រទេសអេស្ប៉ាញ ត្រូវផ្ញើបញ្ជីម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញរបស់ខ្លួន ទៅឲ្យប្រទេសបារាំងវិញ បន្ទាប់មក ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញនៃប្រទេសនីមួយៗត្រូវ បានការពារដោយប្រទេសផ្សេងៗទៀត ។

©WIPO/OMPI

កិច្ចការនេះសម្រាប់ប្រទេសពីរដែលបានចុះកិច្ចព្រមព្រៀង ប៉ុន្តែប្រទេសទាំងអស់មិនមានកិច្ចព្រមព្រៀងទៅវិញទៅមកបែបនេះនោះទេ ។ ពិតណាស់ មានកិច្ចព្រមព្រៀងពហុភាគីផងដែរដែលក្នុងចំណោមកិច្ចព្រមព្រៀងទាំងនោះ ត្រូវបានគ្រប់គ្រងដោយអង្គការកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពិភពលោក ដូចជាកិច្ចព្រមព្រៀងលីស្បោនស្តីពី កិច្ចការពារការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើម និងការចុះបញ្ជីជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ

អ្នកអាចប្រទះឃើញផងដែរចំពោះ ពាក្យការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើម ហើយសម្លេងបន្ទាប់ នឹងពន្យល់ពីភាពខុសគ្នារវាងពាក្យនេះ និងម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ។

ភាគនៃសម្លេង៥ : អ្នកអាចប្រាប់ខ្ញុំបានឬទេថាតើការហៅឈ្មោះប្រភពដើម និង ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញមានលក្ខណៈខុសគ្នាដូចម្តេចខ្លះ?

ការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើមជា ប្រភេទនៃម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញជាក់លាក់។ ការសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញគឺជា កំណត់សម្គាល់មួយដែលបញ្ជាក់ពីប្រភពនៃផលិតផលណាមួយ ។ ឧទាហរណ៍ ពាក្យ "ផលិតនៅក្នុងប្រទេសស្វីស " គឺជា ការសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញមួយ: អ្នកទិញដឹងថាផលិតផលចេញពីប្រទេសនោះ ។ ការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើមគឺជាការសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញជាក់លាក់ ដែលបញ្ជាក់ថាផលិតផលនោះមានគុណភាពជាក់លាក់ ហើយគុណភាពទាំងនេះផ្សាភ្ជាប់ទាំងស្រុងទៅនឹងប្រភពនៃទីកន្លែងនោះ។ ទស្សនៈដែលជាមូលដ្ឋានគឺថា ផលិតផលមួយចំនួនផ្សាភ្ជាប់គុណភាពពិសេសរបស់ខ្លួនទៅនឹងទីកន្លែងដែលជាប្រភពផលិតផលនោះ ។ ជាទូទៅ ចំពោះផលិតផលកសិកម្មដូចជាប្រូម៉ាហ្ស៍ Roquefort ។ ប្រជាជនដែលផលិត Roquefort និយាយថាវាមានរសជាតិពិសេសដោយសារវាផលិតផលនេះ ត្រូវបានផលិតនៅក្នុងរូងភ្នំនៃតំបន់ Roquefort ហើយដោយសារតែវាផលិតក្នុងកន្លែងពិសេសនេះហើយ ទើបរសជាតិរបស់វាមានភាពល្បីល្បាញ។

ប្រសិនបើអ្នកប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រផលិតប្រូម៉ាហ្ស៍ដូចគ្នានៅរូងភ្នំផ្សេងគ្នា អ្នកមុខជាទទួលបានរសជាតិផ្សេងគ្នាហើយលទ្ធផលគឺមិនមែនជាប្រូម៉ាហ្ស៍ Roquefort ឡើយ ។ អនុវត្តដូចគ្នាដែរចំពោះល័ក្ខខ័ណ្ឌធម្មជាតិ ដែលជះឥទ្ធិពលដល់ការផលិតស្រាមានដូចជា អាកាសធាតុ ដី ជាដើម។ល។

©WIPO/OMPI

ជាគោលការណ៍ ការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើមគឺជា ការសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រមួយដែលបង្ហាញថាគុណភាពនៃទំនិញគឺបានមកពីតំបន់ផលិតកម្មទាំងស្រុង។

ភាគនៃសម្លេង៦: ដូច្នេះត្រឡប់ទៅមើលឧទាហរណ៍ស្តីពី Champagne វិញតើវាជាការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើមឬជាការសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ?

វាអាចជាការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើម និងជាការសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ។ ប៉ុន្តែការសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញគឺជាពាក្យដែលមានន័យទូលាយ ។ ផ្ទុយទៅវិញ ការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើមទាំងអស់គឺជាម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ក៏ប៉ុន្តែមិនមែនគ្រប់ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញសុទ្ធតែជាការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើមនោះទេ ។

សំណួរវាយតម្លៃខ្លួនឯង(SAQ)

សំណួរទី២ : ចូរអ្នកជ្រើសចេញពីបញ្ជីខាងក្រោមតើម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញណាដែលអាចចាត់ទុកផងដែរថាជាការហៅឈ្មោះប្រភពដើម

ក) ស្រា Bordeau

ខ) ប្រូម៉ាហ្ស៊ីStilton

គ) ប្រូម៉ាហ្ស៊ីRoquefort

ឃ) Champagne

ង) ដែកថែបSheffield

ច) ផលិតនៅប្រទេសជប៉ុន

ចូរសរសេរចម្លើយរបស់អ្នក នៅត្រង់នេះ

ចុចនៅត្រង់នេះដើម្បីមើលចម្លើយ

ចម្លើយ SAQ ២ :

©WIPO/OMPI

ក.គ.ឃ. "Stilton" សំដៅដល់វិធីដែលប្រូម៉ាហ្ស៍មិនមែនផលិតចេញពីទីកន្លែងប្រភពដើមនៃប្រូម៉ាហ្ស៍នោះ ។ "Sheffield Steel" គឺជា ការសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រមួយ ដែលមិនបានភ្ជាប់គុណភាពនៃផលិតផលទៅនឹងភូមិសាស្ត្រ Sheffield នៅភាគខាងជើងនៃប្រទេសអង់គ្លេសនោះឡើយ ។ ដូចគ្នានឹងពាក្យ "Made in Japan" ។

សរុបសេចក្តីមក ការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើមមួយគឺជាការសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រមួយ ដែលប្រកាសអំពីគុណភាពនៃទំនិញមួយដែលទំនិញនោះ ត្រូវបានប្រើប្រាស់ ជាពិសេស និងផ្តាច់មុខដែលមានប្រភពចេញពីតំបន់ផលិតកម្ម ។

ដូចបានពិពណ៌នាខាងដើមនៃម៉ូឌុលនេះ មានពាក្យមួយទៀតបានប្រើប្រាស់នៅក្នុងអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសគឺជាការសម្គាល់ពិត ដែលត្រូវបានបង្ហាញអំពីភាពខុសគ្នានឹងការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើម ។ ម៉ូឌុលមុនគឺសំខាន់ជាងការសម្គាល់នៃតំបន់ភូមិសាស្ត្រមួយដែលផលិតផលត្រូវបានផលិតឡើង រីឯការហៅឈ្មោះប្រភពដើមវិញ តម្រូវឲ្យមានការទំនាក់ទំនងខាងផ្នែកគុណភាពរវាងផលិតផលនិងតំបន់ផលិតកម្មនៃផលិតផលនោះ ។

ឥឡូវនេះ ដើម្បីបញ្ចប់ម៉ូឌុលនេះ ចូរអ្នកស្តាប់បន្ថែមស្តីពីប្រព័ន្ធការពារជាលក្ខណៈអន្តរជាតិដែលពាក់ព័ន្ធមួយចំនួន ។

ភាគនៃសម្លេង៧: ឥឡូវនេះយើងបានសិក្សាអំពីលក្ខណៈខុសគ្នារវាងការហៅឈ្មោះប្រភពដើមនិងម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ បើពុំយល់ទាស់ទេសូមអ្នកជួយពន្យល់អំពីប្រព័ន្ធការពារជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ ?

ពិតណាស់ មានកិច្ចការពារខុសគ្នាជាច្រើនដោយរួមទាំងកិច្ចការពារជាទូទៅមួយដែលមានចែងនៅក្នុងអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសដែលបានចែងថា ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញត្រូវបានការពារប្រឆាំងទៅនឹងការប្រើប្រាស់ដោយគ្មាន ការអនុញ្ញាតដែល ធ្វើឲ្យភាន់ច្រឡំ ។ ចំពោះការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើមវិញគឺ មាននៅក្នុងកិច្ចព្រមព្រៀង ពិសេសមួយដែលគ្រប់គ្រងដោយអង្គការកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពិភពលោក ដែលទទួលស្គាល់ដោយកិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងលីស្បោនសម្រាប់កិច្ចការពារនៃការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើម និងការចុះបញ្ជីអន្តរជាតិ ។ កិច្ចព្រមព្រៀងអន្តរជាតិនេះមានចែងអំពីប្រព័ន្ធចុះបញ្ជីអន្តរជាតិសម្រាប់

©WIPO/OMPI

ការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើម ។ ប្រទេសមួយដែលអនុវត្តតាមប្រព័ន្ធការពារ នៃការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើមថ្នាក់ជាតិអាចដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី នៃការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើមជាក់លាក់មួយជាលក្ខណៈអន្តរជាតិដែលក្រោយមកត្រូវទាក់ទងទៅរដ្ឋដទៃទៀត ដែលជាភាគីនៃកិច្ចព្រមព្រៀងនេះ។ ការចាត់ចែងការងារនេះបានយ៉ាងល្អប្រសើរប៉ុន្តែ ដោយសារតែចំនួនរដ្ឋមានកំណត់ចំពោះប្រព័ន្ធ នៃការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើមថ្នាក់ជាតិដែលវិសាលភាពភូមិសាស្ត្រ ត្រូវបានកំណត់ត្រឹមតែម្ភៃ(២០)រដ្ឋដែលជាភាគីនៃកិច្ចព្រមព្រៀងនេះ ។

បច្ចុប្បន្នមានកិច្ចព្រមព្រៀងអន្តរជាតិមួយទៀត គឺកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មដែលទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដែលជាផ្នែករួមមួយនៃប្រព័ន្ធអង្គការពាណិជ្ជកម្មពិភពលោក។ កិច្ចព្រមព្រៀងនេះតម្រូវឲ្យគ្រប់សមាជិក នៃអង្គការពាណិជ្ជកម្មពិភពលោកការពារម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ប្រសិនបើការប្រើប្រាស់របស់ពួក គេដោយគ្មានការអនុញ្ញាតដែលធ្វើឲ្យមានការភាន់ច្រឡំ ឬបង្កឲ្យមានអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ។ កិច្ចព្រមព្រៀង ស្តីពី ទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មដែលទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា មានចែងអំពីកំរិតកិច្ចការពារខ្ពស់បំផុតម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញដែលពាក់ព័ន្ធនឹងស្រា និងគ្រឿងស្រវឹងដែលត្រូវការពារជាម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញសម្រាប់ផលិតផលទាំងនេះ ទោះបីជាគ្មានការភាន់ច្រឡំ ឬការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ក៏ដោយ ។

ប៉ុន្តែ កិច្ចការពារទូលំទូលាយនេះជាកម្មវត្ថុនៃការលើកលែងមួយចំនួនចំពោះម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់ជាយូរមកហើយ ឬត្រូវបានប្រើប្រាស់ដោយសុចរិត ។

សេចក្តីសង្ខេប

ជាគោលការណ៍ ការសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញគឺជាការកត់សម្គាល់មួយដែលចែងអំពី ផលិតផលជាក់លាក់មួយដែលមានប្រភពកើតចេញពីតំបន់ ភូមិសាស្ត្រជាក់លាក់ណាមួយ។ ការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើមគឺជាទម្រង់ជាក់លាក់មួយនៃម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញដែលបញ្ជាក់ថាគុណភាពផលិតផលនោះផ្សារភ្ជាប់ ជាពិសេសទៅនឹងតំបន់ជាក់លាក់ណាមួយ ។

©WIPO/OMPI

ដូចបានលើកឡើងខាងលើ ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញគឺជាពាក្យក្នុងន័យទូលំទូលាយដែលមានបញ្ចូលទាំងការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើម ការចង្អុលបង្ហាញអំពីប្រភពដើម និងម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញនៅក្នុងន័យចង្អៀត ។ ពាក្យម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ជាទូទៅត្រូវបានប្រើប្រាស់ក្នុងន័យទូលាយដែលតំណាងឲ្យពាក្យទាំងនេះ (ការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើម ការចង្អុលបង្ហាញអំពីប្រភពដើម និងម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញនៅក្នុងន័យចង្អៀត) ។

ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ អាចត្រូវបានការពារដោយក្រឹត្យឬដោយបញ្ជីនៅថ្នាក់ជាតិ។

ជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញអាចត្រូវបានការពារតាមរយៈកិច្ចព្រមព្រៀងបដិការវាងប្រទេសនានា ឬក្នុងករណីនៃការហៅឈ្មោះតាមប្រភពតាមដើមតាមកិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងលីស្បោន។ ម្យ៉ាងទៀត កិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា តម្រូវឲ្យសមាជិកទាំងអស់នៃអង្គការពាណិជ្ជកម្មពិភពលោកការពារម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ។

អត្ថបទច្បាប់:

-កិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងលីស្បោន ស្តីពី កិច្ចការពារការហៅឈ្មោះតាមប្រភពដើម និងការចុះបញ្ជីអន្តរជាតិ។

-កិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ។

-អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស ស្តីពី កិច្ចការពារកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម ។

©WIPO/OMPI

©WIPO/OMPI