

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԿԱՌԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

Ո Ր Ո Շ ՈՒ Մ

2010 թվականի N - Ն

ԲՐԵՆԴԻԻ ՀԱՄԱՐ ԱՌԱՆՁԻՆ ԱՊՐԱՆՔԱՅԻՆ ԱՆՎԱՆՈՒՄ

ՄԱՀՄԱՆԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ

Համաձայն «Խաղողի հումքով ոգելից խմիչքների մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի 46-րդ հոդվածի 6-րդ մասի՝ Հայաստանի Հանրապետության կառավարությունը որոշում է.

1. Սահմանել «Արբուն» բառը, որպես բրենդիի ապրանքային անվանում:
2. Սույն որոշումն ուժի մեջ մտնելու օրվան հաջորդող 5 տարիների ընթացքում թույլատրել արտադրանքի մակնշվածքում «Բրենդի» և «Արբուն» ապրանքային անվանումների գուգահեռ գործածությունը:
3. Սույն որոշումն ուժի մեջ է մտնում պաշտոնական հրապարակման օրվանից մեկ տարի հետո:

Հ Ի Մ Ն Ա Վ Ո Ր ՈՒ Մ

«Բրենդիի համար առանձին ապրանքային անվանում սահմանելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության կառավարության որոշման նախագծի ընդունման անհրաժեշտության վերաբերյալ

«Բրենդիի համար առանձին ապրանքային անվանում սահմանելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության կառավարության որոշման նախագծի ընդունման անհրաժեշտությունը պայմանավորված է «Խաղողի հումքով ոգելից խմիչքների մասին» ՀՀ օրենքի (15.07.2008թ. ՀՕ-135-Ն) 46-րդ հոդվածի 6-րդ մասի և Հայաստանի Հանրապետության վարչապետի 2008 թվականի հոկտեմբերի 6-ի N 778-Ա որոշմամբ հաստատված «Խաղողի հումքով ոգելից խմիչքների մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի կիրարկումն ապահովող միջոցառումների ցանկի» 8-րդ կետի պահանջով:

«Խաղողի հումքով ոգելից խմիչքների մասին» ՀՀ օրենքով հայկական կոնյակը և հայկական բրենդին նույնականացվել են (դրանք Հայաստանի Հանրապետության և Լեռնային Ղարաբաղի Հանրապետության տարածքներում մշակվող խաղողի որոշակի սորտերի գինեկոթերից թորված սպիրտներից ստացված խմիչքներն են, որոնք շշալցվում են Հայաստանի Հանրապետությունում):

Բացի այդ, ըստ վերը նշված օրենքի 30-րդ հոդվածի 1-ին մասի պահանջի, կարող է արտադրվել բրենդի՝ մինչև 40% ներկրված սպիրտի պարունակությամբ:

Նշված օրենքի պահանջով հայկական կոնյակը (հայկական բրենդին) բրենդիից տարբերելու և սպառողներին թյուրիմացության մեջ չզցելու նպատակով ՀՀ կառավարությունը պետք է բրենդիի համար սահմանի առանձին ապրանքային անվանում: Որպես այդպիսին առաջարկվում է «Արբուն»-ը:

Միաժամանակ «Արբուն»-ի հետ քննարկման է ներկայացվում նաև «Արբեն», «Արբենի», «Արկոն», «Բարկոն», «Գինեակ», «Գինայր» և «Արմենակ» անվանման տարբերակները:

Սույն որոշման նախագծի ընդունմամբ բրենդին կունենա այլ ապրանքային անվանում, որը մի քանի տարի բրենդի մակնշման հետ զուգահեռ օգտագործվելով կտարածվի և ճանաչում ձեռք կբերի:

Հիմնավորում

«Բրենդիի համար առանձին ապրանքային անվանում սահմանելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության կառավարության որոշման նախագծի ընդունման անհրաժեշտության վերաբերյալ

«Բրենդիի համար առանձին ապրանքային անվանում սահմանելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության կառավարության որոշման նախագծի ընդունման անհրաժեշտությունը պայմանավորված է «Խաղողի հումքով ոգելից խմիչքների մասին» ՀՀ օրենքի (15.07.2008թ. ՀՕ-135-Ն) (այսուհետ՝ Օրենք) 46-րդ հոդվածի 6-րդ մասի և Հայաստանի Հանրապետության վարչապետի 2008 թվականի հոկտեմբերի 6-ի N 778-Ա որոշմամբ հաստատված «Խաղողի հումքով ոգելից խմիչքների մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի կիրարկումն ապահովող միջոցառումների ցանկի» 8-րդ կետի պահանջով:

Բրենդին դասակարգվում է ԱԱ ԱՏԳ 220820 ծածկագրով (սպիրտային թուրմեր՝ ստացված խաղողագինու կամ խաղողի չանչի թորումից), որի տակ ներառվում են նաև կոնյակը, արմանյակը, գրապպան (իտալական խաղողի օղի), և այլն:

Օրենքով հայկական կոնյակը և հայկական բրենդին նույնականացված են (դրանք Հայաստանի Հանրապետության և Լեռնային Ղարաբաղի Հանրապետության տարածքներում մշակվող խաղողի որոշակի սորտերի գինենյութերից թորված սպիրտներից ստացված խմիչքներն են, որոնք արտադրվում և շշալցվում են Հայաստանի Հանրապետությունում):

Մինչև Օրենքի ընդունումը Հայաստանում արտադրվում էր նաև բրենդի, որն ամբողջությամբ ներմուծված բրենդիի սպիրտների հումքով արտադրվող խմիչք էր: Հայաստանում խաղողագործությունն ու հայկական կոնյակի սպիրտների արտադրությունը խթանելու նպատակով Օրենքի 30-րդ հոդվածի 1-ին մասում ներառված է դրույթ, ըստ որի Հայաստանում արտադրվող բրենդին պետք է պարունակի առնվազն 60% տեղական արտադրության բրենդիի սպիրտ և մինչև 40% ներկրված բրենդիի սպիրտ (օրենքի տվյալ պահանջը, եթե կախված չէ միջազգային ֆինանսատնտեսական ճգնաժամից կամ այլ գործոններից, կարծես թե ծառայում է իր նպատակին, քանի որ օրենքի ընդունմանը նախորդած տարում՝ 2007թվականին հանրապետություն ներկրված 2095 հազ. լիտր (100% -անոց սպիրտի հաշվով) կոնյակի սպիրտի

ծավալները հաջորդ տարիներին կտրուկ նվազել են և կազմել՝ 2008թ.՝ 1101, 2009թ.՝ 690 հազ. լիտր կամ 2007թ. համեմատությամբ նվազել են համապատասխանաբար՝ 47.4 և 67.1%-ով):

Օրենքում բրենդիի համար հայկական բրենդիից տարբերվող այլ ապրանքային անվանում սահմանելու մասին դրույթը ներառված է իրացման շուկաներում հայկական կոնյակի (հայկական բրենդիի) նկատմամբ տարիների ընթացքում ձևավորված հարգը պահպանելու և այն բրենդիից տարբերելու ու սպառողներին թյուրիմացության մեջ չզցելու, ինչպես նաև հետևյալ հանգամանքով.

Ապրանքների ծագման տեղանունների և աշխարհագրական նշումների միջազգային պահպանության հարցերը շոշափվում են Լիսաբոնի (Ծագման տեղանունների պահպանության և դրանց միջազգային գրանցման մասին) և Առեւտրի Համաշխարհային Կազմակերպության (ԱՀԿ) TRIPS (Մտավոր սեփականության իրավունքների առևտրին առնչվող հայեցակետերի մասին) համաձայնագրերում: Լիսաբոնի համաձայնագրին անդամակցում են 26 երկիր, այդ թվում՝ Եվրամիության 10 երկիր, իսկ TRIPS համաձայնագրին միացել են ԱՀԿ անդամ ավելի քան 150 երկիր, այդ թվում՝ ԱՄՆ-ն և Հայաստանը: ՌԴ-ն առայժմ նշված համաձայնագրերին չի միացել:

Կոնյակը (շամպայնը, բորդոն և այլն) որպես ծագման տեղանուններ համաձայն Լիսաբոնի համաձայնագրի գրանցված են, և այլ երկրներում արտադրվող նմանատիպ խմիչքները չեն կարող շրջանառության մեջ դրվել համաձայնագրի անդամ երկրներում այդ անվանումներով կամ դրանց շփոթելու աստիճան նման անվանումներով, մասնավորապես՝ կոնյակ կամ հայկական կոնյակ անվանումներով:

Ավելին, TRIPS համաձայնագրի 22-րդ հոդվածով նախատեսված է, որ ԱՀԿ անդամ երկրները պարտավորվում են պահպանել աշխարհագրական նշումները, սահմանելով «Աշխարհագրական նշում» հասկացությունը, որն ըստ էության իր մեջ ներառում է նաև ծագման տեղանունները: Բացի դրանից, նշված համաձայնագրի 23-րդ հոդվածով սահմանված են լրացուցիչ դրույթներ, որոնք վերաբերվում են գինիների և սպիրտային խմիչքների աշխարհագրական նշումների պահպանությանը, որոնց համապատասխան ԱՀԿ անդամ պետությունները պարտավորվում են նախատեսել իրավական մեխանիզմներ, որոնք կբացառեն աշխարհագրական նշումների օգտագործումն այն ապրանքների նկատմամբ, որոնք չեն ծագել տվյալ աշխարհագրական տարածքից:

Այսօրվա դրությամբ «հայկական կոնյակ» անվան տակ սպիրտային խմիչքը հնարավոր է արտահանել միայն ԱՀԿ անդամ որոշ պետություններ՝ ԱՊՀ որոշ երկրներ եւ ԱՄՆ (որտեղ ընդունում են, որ «հայկական» բառի օգտագործումը բավարար է սպառողներին մոլորության մեջ

չգցելու համար), իսկ մնացած երկրներ, այդ թվում՝ Լիսաբոնի համաձայնագրի անդամ երկրներ, նման հնարավորություն չկա, կամ այդ անվանումով արտահանումը շատ մեծ ռիսկերի հետ է կապված:

Ցանկացած պահի հայկական կոնյակի ավանդական եւ հիմնական իրացման շուկա համարվող երկիրը՝ ՌԴ-ն կարող է անդամակցել նշված համաձայնագրերին, իսկ ԱՀԿ անդամ մյուս երկրները խստացնեն պահանջները՝ աշխարհագրական նշումների պահպանության նկատմամբ և այդ դեպքում հայկական կոնյակն այդ երկրներ պետք է արտահանվի հայկական բրենդի անվանումով:

Որոշման նախագծի մշակման համար ուսումնասիրվել է Աճառյանի արմատական բառարանը, Հայկազյան բառարանը, Աղայանի արդի հայերենի բացատրական բառարանը և այլ աղբյուրներ՝ գտնելու ոչ միայն բարեհունչ, այլև ապրանքի իմաստն արտահայտող գրաբարյան, արևմտահայ կամ արդի հայերենի համապատասխան անվանում: Դիտարկվել են.

- գրաբարյան արբ (արբենալի) արմատով հետևյալ բառերը՝ Արբունք, Արբանք (արբեցում), Արբում (արբել), Արբի (ըմպել), որը գրանցված ապրանքանիշ է,

- գինի արմատով հետևյալ բառերը՝ Գինեակ (մի քիչ գինի), Գինակ (խաղողի տեսակ՝ նախատեսված կախանի համար), Գինեբուխ (գինուց բխած), Գինեկան (գինուն հատուկ), Գինուկ (խաղողի սորտ), արևմտահայերեն Գինօղի (գինուց քաշած օղի, մի տեսակ կոնյակ),

- Բարկ (թունդ) արմատով, որը գրանցված ապրանքանիշ է, Բարկոն (բարկ արմատով և ուն ածանցով) և Բարկօղի (կիրառվել է արևմտահայերենում՝ կոնյակ իմաստով) տարբերակները:

Մինչև որոշման նախագիծը շրջանառության մեջ դնելը նշված տարբերակները քննարկվել են ՀՀ կրթության և գիտության նախարարության լեզվի պետական տեսչության հետ: Թվարկված անվանումներից տեսչության կողմից հավանության են արժանացել Արբի-ն, որը գրանցված է և Բարկոն-ը, միաժամանակ առաջարկվել է քննարկել Արբեն և Արբենի տարբերակները:

Թվարկված տարբերակներից պայմանականորեն ընտրվել է Արբունը (արբեցնող, տոգորող), որով էլ որոշման նախագիծը դրվել է շրջանառության մեջ:

Նախագիծը քննարկման է ներկայացվել ՀՀ էկոնոմիկայի, ՀՀ ֆինանսների և ՀՀ առողջապահության նախարարություններ, ՀՀ ԿԱ պետական եկամուտների կոմիտե, «Սպառողների իրավունքների պաշտպանություն» ՀԿ, Խաղողապտղագինեգործության գիտական կենտրոն, ինչպես նաև կոնյակ արտադրող խոշոր ընկերություններ:

Ստացված եզրակացություններում Արբուն տարբերակին դեմ կարծիքներ ըստ էության չեն ստացվել: Միաժամանակ ստացվել են այլ առաջարկություններ, օրինակ՝

ՀՀ ֆինանսների նախարարն առաջարկել է Արկոն տարբերակը, որն ըստ մեզ, արմենիան կոնյակի՝ հայկական կոնյակի հապավման տպավորություն է ստեղծում, ինչը հակասում է Օրենքի նշված դրույթների և սույն որոշման նախագծի նպատակին ու տրամաբանությանը:

Խաղողապտղագինեգործության գիտական կենտրոնի կողմից հավանության է արժանացել Բարկոն տարբերակը:

Պոռշյանի կոնյակի գործարանն առաջարկել է մի քանի նոր տարբերակներ, որոնցից քննարկման է արժանի Արմենակ տարբերակը:

Երևանի կոնյակի գործարանն առաջարկել է “Գինայր” տարբերակը՝ հաշվի առնելով “բրենդի” անվան ծագումը “brande / wiin”, որը նորմանդերենից թարգմանաբար նշանակում է “այրել / գինի”:
Այս տեսակետից կարելի է քննարկել նաև Այրում կամ Այրակ տարբերակները: