

राज कुर्द ए वौद्धिक सम्पत्ति कानून एक परिचय

King Curd vis-a-vis Intellectual Property law: An Introduction

Raj kumar suwal*

मानव मष्तिष्कको क्रीयाशील एवं उपयोगी ज्ञान सीपलाई साम्पत्तिक अवधारणाभित्र समाहित गर्ने साँचोको रूपमा विकास भएको अवधारणा हो, बौद्धिक सम्पत्ति । यसका विभिन्न पक्षहरूमध्ये यो आफैमा अमूर्त हुनुका साथै यसलाई पूर्णतया: भोग (Possession) मा राख्न अति नै चुनौतिपूर्ण हुनु यसका आफ्नै विशेषता हुन् । त्यसैले बौद्धिक सम्पत्तिलाई सम्पत्ति सम्बन्ध कानूनको विद्यमान एक विशेष अवधारणा अन्तर्गत लिइएको पाइन्छ । अतः बौद्धिक सम्पत्तिको कुनै व्यक्ति स्वामी बनेपनि मालिक बन्न भने कठिन हुन्छ । अर्थात् Intellectual property can be owned but can not be possessed. यसको मूल कारक तत्त्वमा यो अमूर्त रूपमा कुनै मूर्त सम्पत्तिसँग परिपूरक भई वा नभई साथै रहेको हुन्छ । एउटा

कलम किन्दा उक्त कलममा रहेको 'Cello' व्यापारिक नाम वा व्यापारचिन्ह जसलाई ट्रेडमार्क (Trade mark) भनेर चिनिन्छ, पनि हाम्रो आफ्नो निजि स्वामित्वमा रहेको कलमसँगै रहन्छ र जब हामी कलम नष्ट गर्छौं तब त्यो चिन्ह पनि नष्ट हुन्छ, यो स्वभाविक प्रकृत्य हो । यसका साथै त्यो कलम सँग सम्बन्धित र त्योसँग सम्बन्ध नराख्ने अन्य कतिपय कृत्याकलापमा पनि हामी 'Cello' शब्दको प्रयोग गर्न पनि सक्छौं । तर, जब हामीमध्ये कसैले पेन्सिल कटर वा अर्कै डिजाइनको कलम वा शिशाकलमको आफ्नै कम्पनीबाट उत्पादन गर्ने क्रममा उक्त उत्पादनमा सोही नाम Cello प्रयोग गर्छौं भने हामी उक्त कलमको उपभोक्ता र Cello कलमका उत्पादनकर्ता तथा Cello व्यापार चिन्हको धनीलाई भ्रममा पार्दछौं र नोक्सान पुऱ्याएका हुन्छौं तब उक्त व्यापार चिन्हका मालिकको आफ्नो चिन्ह निर्वाध रूपमा प्रयोग गर्ने गराउन पाउने बौद्धिक सम्पत्ति सम्बन्ध अधिकारको उलङ्घन भएको हुन सक्छ । यस अवस्थामा उक्त Cello चिन्हका मालिक उक्त चिन्हको स्वामी भएर त्यसको स्वामित्व आफूमा निहित गर्न सक्छ तर मालिक भएर उक्त चिन्हको सम्पूर्ण निगरानी वा उपभोग गराउन तेश्रो व्यक्तिलाई बाध्य गराउन सक्दैन जो उक्त चिन्ह समाहित वस्तुको उपभोक्ता हुन्छ । किनकी उक्त व्यापारिक चिन्ह एक पटक वस्तु (त्यो वस्तु व्यापारिक वस्तु वा पदार्थ वा अरु कुनै किसिमको सेवा पनि हुन सक्छ) बजारमा गएर उपभोक्ताले उपभोग गरेपछि त्यो चिन्हको उक्त वस्तुसँग सम्बन्धित भएर प्रयोग गरिने कुनै पनि कृत्याकलाप (नष्ट गर्ने, मर्मत गर्ने इत्यादि) चिन्ह मालिकको अधिनभन्दा परको विषय हुन पुग्छ ।

माथिको प्रसङ्ग हाम्रो दैनिक जीवनमा घटिरहने प्रति घटनाहरूको प्रतिबिम्ब स्वरूप उदाहरण मात्र हो जबकी हामी एक छिन बुझ्ने प्रयास गर्ने हो भने यस्तै व्यवसायिक चिन्हको सयौं संख्यामा कुनै न कुनै उपभोग्य वस्तु (त्यो सेवा उपभोग पनि हुन सक्छ) उपभोग गरी विभिन्न क्रियाकलापमा सामेल भै राखेका हुन्छौं । सोचौं, हामी बजारमा "Cello पेन दिनुस" भनी एउटा गृहणीले पसल वा स्टोरमा किन भन्छौं चाहना साबुन खोजेर किन्छु । या NATARAJ शिशाकलम नै हाम्रा साना नानीका लागि किन किनी दिन्छौं । यसको अर्थ हामी सबैलाई थाहा छ किनकी यी सबै नामहरू हामीहरूमाभू कुनै न कुनै अर्थमा परिचित छ । यो परिचय मात्र त्यो चिन्हसँग होइन बरू त्यो चिन्ह समाविष्ट गरिएको वस्तु जसको गुणमा हामी विश्वस्त छौं, परिचित छौं । यसरी कुनै वस्तुमा समाविष्ट व्यापारिक नामले हामीलाई साधारण तया दुई/तीन वटा कुराको सन्देश दिइराखेको हुन्छ । प्रथममा यसले त्यो वस्तुको विज्ञापन गर्दछ र यसले उक्त वस्तुको उद्गम स्थल वा उत्पादन गर्ने व्यक्ति, फर्म वा कम्पनि वा त्यो वस्तुको अन्य श्रोतको बारेमा जानकारी दिन्छ । त्यो श्रोत उत्पादन गर्ने मात्र नहुन पनि सक्छ अर्थात् त्यो कुनै एजेन्ट वा वितरक मात्र पनि हुन सक्छ वा बजार व्यवस्थापक पनि हुन सक्छ जस्तो की 'डाबर' ले अन्य कम्पनिले उत्पादित वस्तु पनि आफ्नो नाममा बजारमा विक्री वितरण गरिराखेको हुन्छ । यसरी उपभोक्ता समक्ष वस्तुको निहित गुणको बारेमा बताइराखेको हुन्छ । दोस्रो एकपटक उपभोक्ताले वस्तु उपभोग गरेपछि जब उपभोक्ता उक्त वस्तुको गुणसँग सन्तुष्ट भई परिचित हुन्छ यहि बेला हामी बजारमा पुन वस्तु खरिद गर्न वा सेवा उपभोग गर्न जाँदा त्यो परिचित गुणको प्रतिनिधित्व गर्ने परिचित नामलाई लिएर वस्तु खरिद गर्छौं वा सेवा उपभोग गर्छौं । यसको मतलब यो हो की त्यहाँ परिचित व्यापारिक चिन्हले उपभोक्तालाई वस्तुको गुणको उपस्थित गुणको प्रतिबद्धता जाहेर गरिराखेको हुन्छ ।

तेश्रो अर्थात् समग्र रूपमा भन्नु पर्दा यस्तौ कुनै पनि व्यापारिक चिन्हले सो चिन्ह सँग सम्बन्धित वस्तुको धनी वा उत्पादक वा अन्य सम्बन्धित श्रोत व्यक्ति (त्यो व्यक्ति प्राकृतिक वा कानुनी दुवै हुन सक्छ) को व्यापारिक ख्याति (Goodwill)

* Advocate ; LL.M ,Intellectual Property Law
Centre for Intellectual Property Nepal ,CIPN
E-mail : raj@cipn.com.np

को संरक्षण गरी त्यसको प्रतिनिधित्व गर्दछ । जब कुनै तेश्रो व्यक्तिले त्यस्तो व्यापारिक नामको दुरुपयोग गरी नक्कल गर्छ भने उक्त कार्यबाट सो व्यक्तिले माथिका तीन कुराहरूमध्ये कम्तीमा एउटा पक्षसँग सम्बन्धित कुराको विरुद्ध गरिराखेको हुन्छ । त्यसले यात उक्त परिचित नाम प्रयोग गर्छ जसबाट आफ्नो अपरिचित या गुणस्तरहिन वस्तुको बजारमा विज्ञापन गरि तेश्रो पक्षले गलत फाइदा लिन्छ । यात उपभोक्तालाई भुक्त्याएर वस्तुको श्रोत व्यक्तिको बारेमा भ्रम पैदा गरी आफूले फाइदा लिन्छ । यात त्यो व्यापारिक चिन्हको मालिकको व्यापारिक ख्यातिमा धक्का पुऱ्याई उसको व्यापारमा नोक्सान गरेको हुन्छ । यी सबै पक्षलाई व्यापारिक चिन्हसँग सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी कानूनले वर्जित गरेको हुन्छ । (व्यापारिक चिन्हसँग सम्बन्धित बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी कानूनले कुनै पनि व्यापारिक चिन्हको यो दुई तीन वटा मूल प्रकृतिको संरक्षणको लागि आवश्यक संयन्त्रको व्यवस्था गर्दछ ।

जसमा यदि कसैले कसैको व्यापारिक नाम वा चिन्ह त्यसरी नक्कल गरि हुवहु प्रयोग गरी उपभोक्तालाई भ्रममा पारि आफूले फाइदा लिने वा अरूको व्यापारिक ख्यातिमा धक्का पुऱ्याउने कार्य गर्छ भने कानूनले त्यस्तो व्यक्तिलाई एक लाख रुपैयाँसम्म जरिवाना, सो चिन्हसँग सम्बन्धित मालसामानको जफत वा क्षतिपूर्तिसमेतको दण्ड दिन सक्छ ।

अन्तर्राष्ट्रिय व्यवहारमा ख्याति प्राप्त व्यापारिक चिन्हको संरक्षण उक्त चिन्हको सम्बन्धित कार्यालयमा दर्ता विना नै गरिएको हुन्छ भने नेपालको कानूनी व्यवहार अलि भिन्न छ । यहाँ कुनै पनि व्यापारिक चिन्हको संरक्षण प्राप्त गर्नका लागि उक्त चिन्ह सम्बन्धित कार्यालय (हाल बौद्धिक सम्पत्ति शाखा, उद्योग विभाग, उद्योग वाणिज्य तथा आपूर्ति मन्त्रालय, त्रिपुरेश्वर) मा दर्ता गरिएको हुनु पर्दछ ।

प्रसङ्ग जु जु धौ को

जु जु धौ, खवप धौ वा king curd भनी चिनिने भक्तपुरको स्पेशल दहीदेखि अपरिचित हामीमध्ये कोही नै होला । यो भक्तपुरको मात्र होइन सिंगो नेपालको लागि नौलो नाम होइन । कुनै पनि व्यक्तिचाहे त्यो भक्तपुरवासी हुन् या नेपालको अरू कुनै भागमा बसोबास गर्ने व्यक्ति नै किन नहोउन् अथवा त्यो स्वदेशी वा विदेशी नै किन नहोउन् । जु जु धौ यानी king curd एक पटक उपयोग गरेपछि वा खाएपछि त्यसको स्वाद शायद कसैले भुल्न सक्ला । हामीमध्ये कोही भक्तपुरवासी नै भक्तपुर भन्दा बाहिर गएर अरू ठाउँको दही खाँदा हामीलाई आभाष हुन्छ की जु जु धौ र अन्य दहीमा कति अन्तर छ । जु जु धौको बारेमा हामीले बढी लेख्न वा भन्न जरुरी छैन यो हामी सबैलाई थाहा छ की यसको प्रकृति, गुण स्तर, स्वादले गर्दा आफैमा चिरपरिचित नाम हो । यसले दहीको गुण वा स्वादको मात्र प्रतिनिधित्व गर्दैन भक्तपुरको भौगोलिक संकेत पनि दिइराखेको हुन्छ, यहाँको संस्कृतिको पहिचान दिइराखेको हुन्छ ।

यहाँ प्रसङ्ग जु जु धौको नाम वा प्रकृति सँग नभई यो सँग सरोकार राख्ने बौद्धिक सम्पत्तिको हो । जून हाम्रो पूखौल हामीलाई वास्तवमै सम्पत्तिको रूपमा, अमूल्य निधिको रूपमा छोडेर जानु भयो । जु जु धौ सँग माथिको व्यापारिक नामको प्रसङ्गलाई जोड्ने प्रयास गर्नु भने हामी सजिलोसँग यो सानो लेखको आशय वा सन्देश बुझ्न सक्छौ ।

वास्तवमा जु जु धौ आफैमा एउटा चिन्ह वा नाम हो जसले दहीको बजारमा अरू व्याख्या वा विवेचनाको जरुरत पर्दैन । हामी भक्तपुर, काठमाडौं, पाटनको गल्ली चोकका पसलदेखि ठूलाठूला डिपार्टमेन्टल स्टोरसम्म पनि यसको नाम टाँगिएको र यो दहीको व्यापार भई आएको देखौ । यसले वास्तवमा उपभोक्तामाझ दहीको गुण र श्रोतको बारेमा प्रतिनिधित्व गरिराखेको हुन्छ । तर यहाँ मूल समस्या यो हो की यो नाम अमूर्त रूपमा मात्र प्रयोगमा ल्याएको छ तर मूर्तरूपमा प्रयोगमा ल्याउन सकेका छैनौ । यसको फल स्वरूप कतिपय बजारमा जु जु धौ, भक्तपुर दही खवप धौ वा King curd को नाममा भक्तपुरको दही नभई लोकल दहीकै उपभोग भई आएको कुरा हामी सबैलाई विदितै छ । जसले गर्दा प्रत्यक्ष अप्रत्यक्ष रूपमा उपभोक्ता र भक्तपुरवासी जो दही उत्पादन तथा वितरण गरी आफ्नो व्यवसाय गरिराखेको हुन्छ, मारमा परेका हुन्छन्

जु जु धौ र बौद्धिक सम्पत्ति प्रसङ्ग

जु जु धौ को विभिन्न पक्षहरूलाई केलाउँदा बौद्धिक सम्पत्तिको विविध स्वरूपहरू यसभित्र समाहित भएको हामी पाउँछौ ।

जु जु धौको उत्पादन प्रकियालाई मात्र केलाउँदा खेरी यो आफ्नै किसिमको परम्परागत (विशेष) प्रक्याद्वारा तयार पारिन्छ । दुधको संचय, तापमान, माटोको भाँडाको चयन, दुधको प्रशोधन तथा तयार गर्ने प्रक्या, मिश्रण वा आवश्यक अन्य चिज वस्तुको संयोजन, दही जमाउनका लागि उपयोग गरिने साधन, तापमान, दही तयार गर्ने विभिन्न चरणमा आवश्यक समय इत्यादी (यसको अलावा प्राविधिक कुराहरू अन्य पनि हुन सक्दछ) कुराका सम्बन्धमा आफ्नै मान्यता र स्तरको जरुरत हुन्छ । यो विधि हामीले परम्परागत रूपमा हाम्रो पूर्वज पूखाले सिकाएर छोडेर गएको ज्ञान र शिप हुन् जसलाई हामी परम्परागत ज्ञान शिपको रूपमा लिन्छौ । बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी कानूनको क्षेत्रमा यसलाई परम्परागत ज्ञान सीप (Traditional

knowledge) को विधामा राखेर यसको कानुनी व्यवस्थापन गर्ने गरिन्छ । यसको आधिकारिक र प्रभावशाली संरक्षणको संयन्त्र नभए पनि तेश्रो विश्व र अन्य अविकसित मुलुकहरू यस्तो परम्परागत ज्ञान सीपलाई छुट्टै कानुनी संयन्त्रबाट संरक्षित र व्यवस्थित हुनुपर्ने माग विश्व व्यापार संगठन (WTO) र त्यस अन्तर्गतको बौद्धिक सम्पत्ति सम्बन्धी सम्झौता (Trade Related Aspect of Intellectual Property, TRIPS) अन्तर्गतका छलफलहरूमा उठिरहन्छन् र यो कम जारी छ । तर पनि भारत जस्तो हाम्रो छिमेकी मुलुकले यो सँग सम्बन्धित केही पक्षलाई भने कानुनी संयन्त्रभित्र ल्याइसकेको छ । जस्तोकी भारतमा कसैले पेटेन्ट दर्ता गर्दा सो पेटेन्टको विषयवस्तु अधिकार कुनै परम्परागत ज्ञान सीपसँग सम्बन्धित छ वा सोको उपयोग गरी अविष्कार गरेको भए त्यो परम्परागत ज्ञान सीप र त्यसको स्थानीय भौगोलिक संकेत सहितको जानकारी दिनुपर्ने व्यवस्था गरेको छ जसबाट उक्त परम्परागत ज्ञान सीपको उपयोग, संरक्षण सम्बर्द्धन विकास गरी त्यसको निरन्तरता दिइआएका छन् । तिनीहरूले लाभको बाँड फाँड (Benefit Shoring) को अवसर प्राप्त गर्न सक्छन् । साथै नेपालमा पनि यदि कसैले दही बनाउने प्रक्रिया वा दहिसँग सम्बन्धित अन्य यसका औषधि या उपयोग इत्यादिको पक्षलाई लिएर पेटेन्ट¹ दर्ता गर्न खोज्छ र त्यो आविष्कार हाम्रो यही परम्परागत ज्ञान सीपमा आधारित भएर गरेको प्रमाणित गर्न सकेमा त्यो पेटेन्ट दर्ता गर्नबाट रोक्न वा दर्ता गरिसकेको भए पनि त्यो दर्ता बदर गराउन सकिन्छ ।

जु जु धौ को अर्को पक्ष यसको व्यापारिक क्षमता हो । हामीलाई विदितै छ यो नाम आफैमा विज्ञापन हो, यो नाम आफैमा गुण र श्रोतको प्रतिबद्धता हो जसको फलस्वरूप यसले बजारमा बजार क्षमता (Marketing Power) बढी राख्दछ । तर जब तेश्रो व्यक्ति अर्थात गैर भक्तपुरको व्यक्ति (उदाहरणको लागि उत्पादन गरि बजारमा भक्तपुरको जु जु धौ को नामबाट बिक्री वितरण हुँदा अवश्य पनि वास्तविक रूपमा जु जु धौ उत्पादन गर्ने भक्तपुरको स्थानीय दही उत्पादकहरूलाई मार पर्छ । यस कार्यले गैरभक्तपुरका व्यक्तिले विभिन्न तहमा गैरन्यायिक फाइदा लिने वा बजारमा गैरन्यायिक प्रतिस्पर्धी गर्ने सम्भावना बढी हुन्छ । यो समस्यालाई बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी कानुनले धेरै हदसम्म समाधानको निकास बनाइदिएको हुन्छ जसको अनुसरण गर्नु समग्र हित विषय हुन्छ ।

यस्तो किसिमको व्यापारिक छ्याती, क्षमता वा अन्य व्यापारिक क्षमता बोकेको भौगोलिक नाम वा अन्य चिन्हलाई बौद्धिक सम्पत्तिसम्बन्धी कानुनले केही फरक फरक संयन्त्रमार्फत त्यसको संरक्षण गरेको हुन्छ । माथि शुरुमा उल्लेख गरिए बमोजिम 'Cello,' चाहना: NATARAJ जस्ता व्यापारिक चिन्ह जसको स्वामित्व कुनै व्यक्ति विशेष वा फर्म कम्पनीको हुन्छ भने त्यो चिन्हको संरक्षण बौद्धिक सम्पत्तिको एउटा विधा व्यापारिक चिन्हसम्बन्धी कानून (Trade Mark law) द्वारा संरक्षित गरिएको हुन्छ । तर जब व्यापारिक क्षमता भएको कुनै भौगोलिक संकेत सहितको भौगोलिक नाम वा अन्य चिन्ह (जु जु धौ) जसको स्वामित्व व्यक्ति विशेषमा नभई समूह वा व्यक्तिहरूको सामूहिक अधिपत्य वा सम्बर्द्धन प्रवर्द्धन गर्ने स्थानीय जनसमूहको हुन्छ तब त्यस्ता संकेतमूलक शब्द चिन्ह वा नामको समूचित संरक्षणका लागि बौद्धिक सम्पत्ति कानूनको अर्को विधा भौगोलिक संकेत सम्बन्धी कानून (Geographical Indication law) द्वारा संरक्षित गरिएको हुन्छ ।

भौगोलिक संकेत भनेर त्यस्तो कुनै पनि संकेत जो कुनै चिन्ह, नाम वा अरु नै कुनै माध्यमबाट कुनै वस्तुलाई कुनै विशेष भौगोलिक सीमा (त्यो सीमा एउटा राष्ट्रको, क्षेत्रको, अथवा तोकिएको क्षेत्रको स्थानीय क्षेत्र हुन सक्छ) मा बनाइएको, बनेको वा त्यहाँबाट सृजित वा उत्पादन गरिएको कृषिजन्य, प्राकृतिक वा अरु कुनै किसिमले उत्पादित वस्तुको विशेष गुण, जनविश्वास, तथा अरु विशेषताहरू वास्तविक अर्थमा सम्बन्धित भौगोलिक क्षेत्रको वा उक्त वस्तु उत्पादन प्रशोधन वा उक्त उत्पादनका विभिन्न तहगत प्रकृयाहरू जस्तै वस्तुगत उत्पादन, प्रशोधन वा उक्त वस्तु उत्पादनका लागि आवश्यक तयारीका कार्यहरू उक्त तोकिएको भौगोलिक सीमा, क्षेत्र वा स्थानीय क्षेत्र संकेतलाई बुझिन्छ । यस अर्थमा हाम्रो प्रसङ्गमा रहेको जु जु धौ व्यापारिक चिन्ह (Trade Mark) र भौगोलिक चिन्ह (Geographical Indication) दुवैको घनिष्ठ सम्बन्ध रहेको विषय हो भन्ने कुरा स्पष्ट हुन्छ । जु जु धौ सँग व्यापारिक चिन्हको अधिकतम गुणहरू भएको भए पनि यसको प्रकृति भने भौगोलिक संकेतसँग सम्बन्धित भएकोले जु जु धौ को कानून संरक्षण र व्यवस्थापन भौगोलिक संकेतसम्बन्धी कानूनद्वारा गर्न सकिन्छ ।

भौगोलिक संकेतसम्बन्धी कानून

भौगोलिक संकेतसम्बन्धी बौद्धिक सम्पत्ति कानूनले जु जु धौ र यो जस्तै अन्य वस्तुको भौगोलिक संकेतहरूको दर्ता तथा त्यसको संरक्षण सम्बर्द्धन गर्ने कार्यगर्दछ । भौगोलिक संकेतको दर्ता गर्दा त्यो संकेत सम्बन्धित वस्तु र त्योसँग सम्बन्धित उचित सम्पूर्ण वस्तुको दर्ता गरिन्छ । यसरी दर्ता गर्दा दर्ता गरिने वस्तुहरूलाई विभिन्न भागमा वर्गीकरण गरी दर्ता गरिन्छ । दर्ता गएको

¹ नयाँ आविष्कारलाई प्रदान गरिने एकल स्वामित्व वा एकाधिकार

भौगोलिक संकेत एक पटक दर्ता गरेपछि उक्त संकेतको दर्तावाला वा निजले प्रत्यायोजित व्यक्तिले दर्ता भएको १० वर्षसम्म प्रयोग गर्न पाउँछ। उक्त अवधिभित्र थप संरक्षणका लागि आवश्यक दस्तुर सहित नवीकरणको लागि निवेदन दिई थप १०/१० वर्षको लागि नवीकरण गर्दै लान सकिन्छ। दर्ता गरिएको भौगोलिक संकेत दर्तावाला र निजले प्रत्यायोजित व्यक्तिबाहेक अर्को तेश्रो व्यक्तिले दर्ता गरिएको वस्तुसम्बन्धमा उपयोग गर्न पाइन्दैन। तर दर्ता गरेको भौगोलिक संकेतको हक हस्तान्तरण गर्ने, लाइसेन्स वा धितो इत्यादी वा अरू असम्बन्धित पक्षलाई कुनै किसिमले हस्तान्तरण गरिदिन भने हुँदैन। यसको प्रयोग र विकास तोकिएको वस्तु र भौगोलिक सीमाभित्र गर्नु हुन्छ। यस्ता किसिमका कुनै भौगोलिक संकेत छ भने अरू कुनै तेश्रो व्यक्तिले उक्त चिन्ह व्यापारिक चिन्हको रूपमा पनि दर्ता वा प्रयोग गर्न पाइन्दैन। यदि कुनै तेश्रो व्यक्तिले दर्ता गरिएको भौगोलिक संकेत अनधिकृत प्रयोग गरेको ठहरेमा त्यसरी प्रयोग गरेको सम्पूर्ण वस्तु जफत गरी कैद वा जरिवाना वा दुवै सजाय गर्न सक्ने प्रावधान रहेको हुन्छ।

हाम्रो सरोकार

भौगोलिक संकेतको रूपमा स्थापित जु जु धौ धौ को व्यापारिक र सांस्कृतिक उपयोगमा बृहत्तर रूपमा बढिरहेको कुरामा असहमत नहोला। तर यही तथ्यको नाजायज फाइदा उठाएर नजिकका शहर/नगरका अरू दही व्यवसायीहरू (काठमाडौं, पाटन इत्यादि) आफ्नै स्थानीय उत्पादनका दहीलाई जु जु धौ, भक्तपुरको स्पेशल दही वा King curd को नाममा व्यापार गर्दै आउनु भएको कुरामा पनि हामी सबै विदितै छौं। यस अवस्थामा एकातिर भक्तपुरको स्थानीय दही व्यवसायीहरूले आफ्नो उत्पादन निर्वाध रूपमा बिक्री वितरण गर्न पाएका छैनन् भने अर्कोतिर गुणस्तरनै नभएका स्थानीय दहीहरू अरू शहरमा जु जु धौको नाममा बिक्री वितरण गरिँदा जनमानसमा हाम्रो जु जु धौको गुणस्तरमाथिको विश्वास र सन्तुष्टिमा समेत असर पर्न गई वास्तविक जु जु धौको व्यवसायिक उत्पादकमा नकारात्मक प्रभाव पर्ने निश्चित भएको मात्र नभई यो तथ्यगत घटना हाम्रो माझ घटिरहेको नै पाइन्छ। विश्व कानुनी व्यवहार र घटनाक्रममा अन्तर्राष्ट्रियस्तरमा भौगोलिक संकेतको संरक्षणार्थ कानून बनी छिमेकी मुलुक भारतमा समेत सन् १९९९ मा भौगोलिक संकेत (दर्ता तथा संरक्षण) ऐन Geographical Indication, (Registration and Protection Act) १९९९ नियम सन् २००२ मा लागू भैसकेको परिप्रेक्ष्यमा हाम्रो नेपाली कानुनी संयन्त्रलाई हेर्दा अझ हामी कहाँ यो सम्बन्धी ठोस अवधारणा अगाडि आइसकेको छैन भने तत्सम्बन्धी नियम कानूनको तर्जुमा हुन बाँकी न छ। हालै मात्र भौगोलिक संकेतसम्बन्धी व्यवस्था भएको औद्योगिक सम्पत्ति सम्बन्धी कानूनको प्रस्ताव गरिए पनि उक्त कानून पूर्ण रूपमा सक्षमसमेत भएको पाइन्दैन। यी तथ्यहरूलाई मध्ययनजर गरी जु जु धौ र यस्तै अन्य भौगोलिक संकेतहरूको व्यवसायिक महत्त्वलाई बुझेर यसको संरक्षण, सम्वर्द्धन तथा सदुपयोगको उचित वातावरण सृजना गर्न गराउनका लागि समयमै सम्बन्धित दही व्यवसायीहरू लगायतका यस्तै अन्य क्षेत्र र विषयका व्यवसायीहरू भादगाउँले टोपी इत्यादी) तथा सम्बन्धित उपभोक्तालगायत अन्य सचेत नागरिक तथा बौद्धिक वर्गले यस सम्बन्धमा समयमै आवाज उठाई एकजुट भई आवश्यक नियम कानूनको तर्जुमा गराउने, संरक्षण गराउन तर्फ अग्रसर हुनपर्ने टड्कारो खाँचो महसुस गरिएको छ।

अधिवक्ता राज कुमार सुवाल,
एल.एल.एम., वौद्धिक सम्पत्ति कानून
सहायक प्राध्यापक,
काठमाण्डौं स्कूल अफ ल
पूर्वाञ्चल विश्व विद्यालय