សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច
Université Royale de Droit et des Sciences Economiques
Royal University of Law and Economics

សារណាបញ្ចប់ការសិក្សា

ការរំលោភម៉ាក និងយន្តការដោះស្រាយនៅកម្ពុជា

ស្រាវជ្រាវចាប់ពីថ្ងៃទី២៧ ខែមេសា ឆ្នាំ២០២១ ដល់ថ្ងៃទី២៥ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២១

ស្រាវជ្រាវដោយ
និស្សិតឈ្មោះ **សុខ ឈុន**
ណុប ផាន្នី

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ
បណ្ឌិត **ឃឹម គិរី**

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ **នីតិសាស្ត្រ**
ជំនាន់ទី ២១

ឆ្នាំចូលសិក្សា ២០១៧
ឆ្នាំសរសេរសារណា ២០២១

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

ខ្ញុំបាទឈ្មោះ **សុខ ឈុន** និងកញ្ញា **ណុប ផាន្នី** ជានិស្សិតថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រនីតិសាស្ត្រ ឆ្នាំទី៤ជំនាន់ទី ២១ នៃ**សាកលវិទ្យាល័យ ភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច**។

សូមធ្វើការថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាវជ្រៅចំពោះ

ខ្ញុំបាទ **សុខ ឈុន** សូមធ្វើការគោរពកិច្ចសំដែងនូវកតញ្ញូតាធម៌ចំពោះ

លោកឪពុក **ម៉ុត ម៉ុនធឿន** និងអ្នកម្តាយ **អោម ចន្ថា** ដែលបានផ្តល់កំណើតដល់រូបកូននិងបាន លះបង់ទាំងកម្លាំងកាយនិងកម្លាំងចិត្ត ក្នុងការចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សាកូន តាំងពីតូចរហូតដល់ធំពេញវ័យ ផ្តល់ ដំបូន្មានប្រៀនប្រដៅ ផ្គត់ផ្គង់ថវិការ ក្នុងការទំនុកបម្រុងឱ្យកូនបានសិក្សារៀនសូត្រ។

នាងខ្ញុំ **ណុប ផាន្នី** សូមធ្វើការគោរពកិច្ចសំដែងនូវកតញ្ញូតាធម៌ចំពោះ

លោកឪពុក **សែម ស៊ីនឹត** និងអ្នកម្តាយ **ទ្រី សុវណ្ណារ៉ា** ដែលបានផ្តល់កំណើតដល់រូបកូន និងបាន លះបង់ទាំងកម្លាំងកាយនិងកម្លាំងចិត្ត ក្នុងការចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សាកូន តាំងពីតូចរហូតដល់ធំពេញវ័យ ផ្តល់ ដំបូន្មានប្រៀនប្រដៅ ផ្គត់ផ្គង់ថវិការ ក្នុងការទំនុកបម្រុងឱ្យកូនបានសិក្សារៀនសូត្រ។

យើងខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណដល់ **ឯកឧត្តមបណ្ឌិតសាកលវិទ្យាធិការ សាកលវិទ្យាធិការរង ថ្នាក់ដឹកនាំ និងសាស្ត្រាចារ្យ នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និង វិទ្យាសាស្ត្រ សេដ្ឋកិច្ច** ទាំងអស់ដែលបានដឹកនាំ និងរៀបចំកម្មវិធីសិក្សាយ៉ាងល្អៗ ដោយយកចិត្តទុកដាក់ ចំណាយពេល វេលានិងកម្លាំងកាយកម្លាំងចិត្តនិងបំពេញបន្ថែមនូវចំណេះដឹងដល់យើងខ្ញុំក៏ដូចជាដល់និស្សិតទាំងអស់ ដែល បានសិក្សានៅសាកលវិទ្យាល័យនេះទាំងមូល។

យើងខ្ញុំក៏សូមថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅបំផុតចំពោះ **លោកសាស្ត្រាចារ្យ បណ្ឌិត យឹម គិរី** បានទទួលយកនូវការដឹកនាំក្នុងការសរសេរសារណាបញ្ចប់ការសិក្សារបស់យើងខ្ញុំ ជាពិសេសបានណែនាំ និង កែសម្រួលនូវរចនាបទនៃប្រធានបទមួយនេះឱ្យកាន់តែមានអត្ថន័យ និងខ្លឹមសារល្អឡើង លោកសាស្ត្រចារ្យបាន ចំណាយនូវពេលវេលាដ៏មមាញឹក និងមានតម្លៃ ក្នុងការបង្ហាត់បង្ហាញយើងខ្ញុំ។

យើងខ្ញុំទាំងពីរសូមគោរពជូនពរដល់ **ឯកឧត្តមបណ្ឌិតសាកលវិទ្យាធិការ សាកលវិទ្យាធិការរង ថ្នាក់ដឹកនាំ និងសាស្ត្រាចារ្យ** ទាំងអស់សូមជួបតែជោគជ័យ គ្រប់ភារកិច្ចសំណាងល្អ និងពុទ្ធពរ ទាំងបួនប្រការ គឺ អាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

អារម្ភកថា

ក្រោយពីបានសិក្សានៅថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រនីតិសាស្ត្រក្នុងរយៈពេល ៤ ឆ្នាំ កន្លងមកនៅសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ក្រោមការបង្ហាត់បង្រៀនយ៉ាងយកចិត្តទុកដាក់ពីអស់ពីកម្លាំងកាយ និងកម្លាំងចិត្តសំណាក់ លោក លោកស្រី សាស្ត្រាចារ្យទាំងអស់ ធ្វើឱ្យយើងខ្ញុំទាំងពីរអ្នកទទួលបានចំណេះដឹងពីលោក គ្រប់មុខវិជ្ជាដែលលោកបង្រៀន។ គ្រប់មុខវិជ្ជាដែលយើងខ្ញុំបានសិក្សារៀនសូត្រ គឺសុទ្ធតែជាមុខវិជ្ជាសំខាន់ៗ សម្រាប់អនុវត្តក្នុងសង្គមយើងខ្ញុំបច្ចុប្បន្ននេះ។ ចំពោះមុខវិជ្ជាទាំងអស់ដែលយើងខ្ញុំបានសិក្សាកន្លងមកយើងខ្ញុំបានចាប់អារម្មណ៍ជាខ្លាំងចំពោះផ្នែកមួយនៃកម្មសិទ្ធិបញ្ញា គឺ **ម៉ាក** ដែលមានលក្ខណៈពេញនិយមយ៉ាងខ្លាំងនៅក្នុងពិភពលោក ក៏ប៉ុន្តែសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជាមិនមានប្រជាជនច្រើនបានស្គាល់ ឬយល់ដឹង ហើយក៏មានតែបុគ្គលដែលពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញាប៉ុណ្ណោះដែលអាចយល់ដឹងពីម៉ាក។

ដើម្បីចូលរួមចំណែកក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ និងក្នុងគោលបំណងសិក្សាបន្ថែមទៅលើ **ម៉ាក** ទើបយើងខ្ញុំសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសយកប្រធានបទ “ **ការរំលោភម៉ាក និងយន្តការដោះស្រាយនៅកម្ពុជា** ” យកមកសរសេរជាសារណាបញ្ចប់ការសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រនីតិសាស្ត្រ ហើយនេះក៏ជាឱកាសដ៏វិសេសវិសាលមួយដែលយើងខ្ញុំអាចវាស់ស្ទង់ចំណេះដឹងតាមរយៈការសិក្សាអស់រយៈពេល ៤ ឆ្នាំ និងការស្រាវជ្រាវបន្ថែម។

យើងខ្ញុំសង្ឃឹមយ៉ាងមុតមាំ ថាស្នាដៃមួយនេះនឹងចូលរួមចំណែកដល់ការស្រាវជ្រាវរបស់និស្សិតក៏ដូចជាសាធារណៈជនក្នុងការសិក្សាស្វែងយល់បន្ថែម។ យើងខ្ញុំក៏សង្ឃឹមថាខ្លឹមសារនៃសារណានេះអាចត្រូវបានយកទៅសិក្សាបន្ថែម និងកែសម្រួលចំណុចខុសឆ្គង។ យើងខ្ញុំក៏សូមអភ័យចំពោះកំហុសខុសឆ្គងនៅក្នុងសារណានេះ ទាក់ទងនឹងខ្លឹមសារ អក្ខរាវិរុទ្ធ វេយ្យាករណ៍ និងបកប្រែពុំបានត្រឹមត្រូវ ហើយយើងខ្ញុំរីករាយនឹងទទួលយកការរិះគន់ក្នុងន័យស្ថាបនាពីសំណាក់ លោក លោកស្រី សាស្ត្រាចារ្យ សិស្ស និស្សិត និងអ្នកស្រាវជ្រាវទាំងអស់។

មាតិកា

ទំព័រ

សេចក្តីផ្តើម ១

ជំពូកទី១
សញ្ញាណទូទៅ

១.១ សញ្ញាណគតិយុត្តនៃម៉ាក ៣

១.១.១ សញ្ញាណនៃម៉ាក ៣

១.១.១.១ និយមន័យនៃម៉ាក ៣

១.១.១.២ ប្រភេទនៃម៉ាក ៤

១.១.២ ក្របខណ្ឌគតិយុត្តជាតិ និង អន្តរជាតិស្តីពីម៉ាក ៨

១.១.២.១ ក្របខណ្ឌគតិយុត្តជាតិ ៨

១.១.២.២ ក្របខណ្ឌគតិយុត្តអន្តរជាតិ ៩

១.១.៣ ម៉ាកដែលមិនអាចចុះបញ្ជី ១១

១.១.៣.១ ម៉ាកដែលមិនអាចបែងចែកលក្ខណៈខុសគ្នា ១១

១.១.៣.២ ម៉ាកដែលច្បាប់ហាមឃាត់ ១២

១.១.៣.៣ ម៉ាកដែលមិននៅទំនេរ ១៣

១.២ នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក ១៣

១.២.១.ការដាក់ពាក្យស្នើសុំ ១៤

១.២.១.១ ពាក្យស្នើសុំ ១៤

១.២.១.២ គម្រូម៉ាក ១៤

១.២.១.៣ ភាសាប្រើប្រាស់ក្នុងឯកសារដាក់ពាក្យសុំ ១៥

១.២.១.៤ កម្រៃនៃការចុះបញ្ជី ១៥

១.២.២ ការត្រួតពិនិត្យ និង ការសម្រេចលើពាក្យស្នើសុំ ១៥

១.២.២.១ ការត្រួតពិនិត្យបែបបទ ១៥

១.២.២.២ ការឆ្លើយតប ១៦

១.២.២.៣ ការសម្រេចលើពាក្យស្នើសុំ.. ១៧

១.៣ សិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ១៩

១.៣.១ សិទ្ធផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់.. ២០

១.៣.២ សិទ្ធិទទួលនូវការការពារ.. ២១

ជំពូកទី២
សកម្មភាពនៃការរំលោភលើម៉ាក

២.១ សកម្មភាពនៃក្លែងបន្លំម៉ាក ២៣

២.១.១ ការធ្វើត្រាប់តាម ២៤

២.១.១.១ ការធ្វើត្រាប់តាមយីហោ ២៤

២.១.១.២ ការធ្វើត្រាប់តាមការវេចខ្ចប់ ២៥

២.១.២ ការផលិតឡើងវិញ ២៥

២.១.២.១ និយមន័យ ២៥

២.១.២.២ លក្ខណៈនៃការផលិតឡើងវិញ ២៥

២.១.៣ ការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់.. ២៦

២.១.៣.១ និយមន័យ ២៦

២.១.៣.២ សកម្មភាពនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២៦

២.២ ការប្រើប្រាស់ម៉ាកដោយគ្មានការអនុញ្ញាត.. ២៩

២.២.១ ការប្រើប្រាស់ម៉ាកធម្មតាដែលចុះបញ្ជីរួច ២៩

២.២.១.១ ពាណិជ្ជនាម.. ២៩

២.២.១.២ ពាណិជ្ជសញ្ញា.. ៣០

២.២.១.៣ សេវាសញ្ញា.. ៣០

២.២.២ ការប្រើប្រាស់ម៉ាកល្បី.. ៣០

២.២.២.១ ម៉ាកល្បីដែលចុះបញ្ជីរួច.. ៣០

២.២.២.២ ម៉ាកល្បីដែលមិនទាន់ចុះបញ្ជី ៣២

ជំពូកទី៣
យន្តការប្រឆាំងនឹងការរំលោភម៉ាក

៣.១ យន្តការរដ្ឋបាល ៣៣

៣.១.១.វិធានការរដ្ឋបាល ៣៣

៣.១.១.១ ការជូនដំណឹងទៅកាន់អ្នករំលោភបំពាន ៣៣

៣.១.១.២ ការជូនដំណឹងជាសាធារណៈ ៣៣

៣.១.១.៣ ដំណោះស្រាយ ៣៣

៣.១.២ វិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន ៣៤

៣.១.២.១ ការដាក់ពាក្យប្តឹង ៣៤

៣.១.២.២ គយ និងរដ្ឋាករ ៣៥

៣.១.២.៣ នគរបាលសេដ្ឋកិច្ច និងកាំកុងត្រូល ៣៦

៣.១.២.៤ ចំណាត់ការរបស់សមត្ថកិច្ចតាមច្រកព្រំដែន ៣៦

៣.១.៣ វិធានការរបស់ការិយាល័យវិវាទ ៣៨

៣.១.៣.១ ការដាក់ពាក្យប្តឹង ៣៩

៣.១.៣.២ ការពិនិត្យពាក្យបណ្តឹង និងការចេញសេចក្តីសម្រេច ៤០

៣.២ យន្តការតាមផ្លូវតុលាការ ៤២

៣.២.១ វិធានការបណ្តោះអាសន្នតាមផ្លូវតុលាការ ៤២

៣.២.១.១ លក្ខខណ្ឌនៃការអនុវត្តវិធានការបណ្តោះអាសន្ន ៤៣

៣.២.១.២ អានុភាពនៃវិធានការបណ្តោះអាសន្ន ៤៤

៣.២.២.វិធានការបណ្តឹង ៤៤

៣.២.២.១ បណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណី ៤៤

៣.២.២.២ បណ្តឹងព្រហ្មទណ្ឌ ៤៧

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន ៤៩

អនុសាសន៍ ៥១

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន្ធ

សេចក្ដីផ្ដើម

នៅក្នុងអំឡុងពេលជាងពីរទសវត្សកន្លងទៅនេះ ប្រទេសកម្ពុជាមានការផ្លាស់ប្ដូរីកចម្រើនគួរឱ្យកត់សម្គាល់ជាពិសេសនោះគឺវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញាបានជំរុញឱ្យផលិតករ អ្នកចែកចាយ និងពាណិជ្ជករ ព្យាយាមស្វះស្វែងរកនូវការបង្កើតថ្មីដើម្បីបំពេញម្រូវការរបស់មនុស្សជាតិ។ ដោយសង្កេតឃើញថាទំនិញ ឬសេវាកម្មនៅកម្ពុជាសព្វថ្ងៃមានភាពសម្បូរបែប ដោយទំនិញ ឬសេវាកម្មមួយចំនួនស្ទើតែដូចគ្នាទាំងស្រុង ជាហេតុនាំឱ្យពិបាកធ្វើការបែងចែកដាច់ពីគ្នានៃទំនិញ ឬសេវា របស់សហគ្រាសមួយទៅសហគ្រាសមួយទៀត។ ហេតុនេះដើម្បីកុំឱ្យអតិថិជនរបស់ខ្លួនមានភាន់ច្រឡំចំពោះទំនិញ ឬសេវាកម្មរបស់ខ្លួនសហគ្រាសត្រូវតែកំណត់សម្គាល់ឱ្យបានច្បាស់ពី **ម៉ាក** ដែលជាសញ្ញាដែលអាចមើលឃើញដោយភ្នែកហើយត្រូវបានដាក់សម្គាល់ទំនិញរបស់សហគ្រាសមួយៗដូចជា កុំព្យូទ័រម៉ាកសូនី ទូរស័ព្ទម៉ាកអាយហ្វូន សម្លៀកបំពាក់ម៉ាកប្ល៊ូសាកជាដើម។ ទំនិញ ឬសេវាជាច្រើនត្រូវបានលក់ដាច់ដោយសារតែម៉ាករបស់វាត្រូវបានគេទទួលស្គាល់ និងដឹងពីស្នាដៃរបស់សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មដែលធ្វើចរាចរទំនិញ ឬផលិតផលទាំងនោះ ហេតុនេះការរំលោភលើម៉ាកតែងតែកើតមានឡើង។

សព្វថ្ងៃនេះម៉ាកត្រូវបានគេនិយមប្រើប្រាស់យ៉ាងខ្លាំង ដើម្បីឱ្យទំនិញ ឬសេវាកម្មនោះអាចសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នាបានតែទោះជាយ៉ាងនេះក្តីនៅតែមានសកម្មភាពរំលោភលើម៉ាកដែលជាបញ្ហានៃការមិនអាចបែងចែកលក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញឬសេវាកម្មរបស់សហគ្រាសនីមួយៗដដែល។ តើសកម្មភាពណាខ្លះដែលចាត់ទុកជាការរំលោភលើម៉ាក ហើយយន្តការដោះស្រាយដូចម្តេច? ការរំលោភលើម៉ាក ដែលជាកម្មសិទ្ធិបញ្ញាគឺជាបញ្ហាស្មុគស្មាញនិងបណ្តាលឱ្យសហគ្រាសដែលកំពុងធ្វើចរាចរម៉ាកនោះត្រូវបានជួបប្រទះនូវការខាតបង់ជាច្រើនដូចជា ផលចំណូលនៃអាជីវកម្មថយចុះ (អតិថិជនទិញទំនិញសហគ្រាសផ្សេងដោយការភាន់ច្រឡំ) គុណភាពនៃផលិតផលអន់ ឬទាបជាងមុន (ដោយសារតែម៉ាកដូច ឬស្រដៀងមានតម្លៃថោក) ដែលធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់កិត្តិយសសហគ្រាសហើយក៏ជាមូលហេតុនាំឱ្យអតិថិជនអាចពិចារណាឈប់ប្រើប្រាស់ផលិតផលដែលមានម៉ាកនោះនៅពេលក្រោយផងដែរ។

គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវនូវប្រធានបទ “ **ការរំលោភម៉ាក និងយន្តការដោះស្រាយនៅកម្ពុជា** ” គឺដើម្បីពង្រឹងការយល់ដឹងពីកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៅក្នុងបរិបទកម្ពុជាជាពិសេសផលប្រយោជន៍នៃការលើកស្ទួយវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ព្រមទាំងជួយការបន្ថយនូវការរំលោភបំពានទៅលើសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក។ ផលិតផល ម៉ាក និងការច្នៃប្រឌិតថ្មីៗជាច្រើនមានវត្តមាននៅលើទីផ្សារជារៀងរាល់ថ្ងៃ ដែលជាលទ្ធផលនៃការបន្តការច្នៃប្រឌិត និងបង្កើតថ្មីរបស់មនុស្សជាតិ។ សហគ្រាសធុនតូចនិងធុនមធ្យមជាកំលាំងចលករនៅពីក្រោយការបង្កើតថ្មីនេះ។ ការបង្កើតថ្មី និងការច្នៃប្រឌិតជួនកាលមិនត្រូវបានធ្វើអាជីវកម្មឱ្យបានពេញលេញនោះទេ ដោយសារ សហគ្រាសធុនតូច និងធុនមធ្យមភាគច្រើនមិនទាន់យល់ច្បាស់អំពីប្រព័ន្ធកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ឬផល

ប្រយោជន៍នៃការការពារកម្មសិទ្ធិបញ្ញាចំពោះតក្កកម្មម៉ាកនិងគំនូរឧស្សាហកម្មរបស់ខ្លួន។ ប្រសិនបើកម្មសិទ្ធិបញ្ញាទាំងនោះមិនត្រូវបានការពារដោយច្បាប់នោះទេតក្កកម្មនឹងបាត់បង់ទៅគូប្រកួតប្រជែងធំៗ ដែលមានភាពប្រកួតប្រជែងក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មលើផលិតផល ឬសេវាក្នុងតម្លៃទាបដែលធ្វើឱ្យតក្កករ ឬម្ចាស់ដើមមិនទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ ឬតម្លៃតបស្នងពីការបង្កើតថ្មីរបស់ខ្លួននោះទេ។ កិច្ចការពារកម្មសិទ្ធិបញ្ញាសមស្របរបស់ក្រុមហ៊ុនជាជំហានដ៏សំខាន់ក្នុងការកំណត់អំពីការរំលោភបំពាន និងការប្រែក្លាយគំនិតទៅជាទ្រព្យអាជីវកម្មដែលមានតម្លៃ។

ដោយសារតែម៉ាកវាមានសារសំខាន់ និងតួនាទីក្នុងសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្ម និងសេដ្ឋកិច្ចខ្លាំងនាបណ្តាប្រទេសលើសកលលោករួមទាំងកម្ពុជាផងដែរ កំណើនសេដ្ឋកិច្ចដែលរួមចំណែកដោយចំណេះដឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា គឺជាការពិចារណាដ៏សំខាន់ក្នុងការសម្រេចចិត្តផ្នែកពាណិជ្ជកម្ម។ ការទាញយកផលប្រយោជន៍ពេញលេញពីប្រព័ន្ធការពារកម្មសិទ្ធិបញ្ញា អាចធ្វើឱ្យក្រុមហ៊ុនទទួលបានចំណូលពីការបង្កើតថ្មី និងការច្នៃប្រឌិតរបស់ខ្លួន ដែលជាការលើកទឹកចិត្ត និងបង្កើនមូលធនដល់ការស្រាវជ្រាវនិងការអភិវឌ្ឍន៍។ មានផលិតផល ឬសេវាថ្មីៗជាច្រើនដែលការពារក្រោមប្រភេទផ្សេងៗគ្នានៃកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ សហគ្រាសតែងតែជួបប្រទះបញ្ហាប្រឈមក្នុងការទាញយកតម្លៃនៃកម្មសិទ្ធិបញ្ញារបស់ខ្លួន និងប្រើប្រាស់កម្មសិទ្ធិបញ្ញាឱ្យមានប្រសិទ្ធិភាពក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។

សម្រាប់កិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះនឹងធ្វើការផ្តោតសំខាន់ទៅលើ ៣ជំពូក ដែលទាក់ទងទៅនឹងម៉ាករួមមានដូចជា ជំពូកទី១សញ្ញាណទូទៅនៃម៉ាក ជំពូកទី២សកម្មភាពនៃការរំលោភបំពានលើម៉ាក ជំពូកទី៣យន្តការប្រឆាំងនឹងការរំលោភម៉ាក ។

ដោយនៅត្រង់ជំពូកទី១សញ្ញាណទូទៅនៃម៉ាក យើងខ្ញុំនឹងធ្វើការបកស្រាយទៅលើសញ្ញាណគតិយុត្តិនៃម៉ាក នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក និងសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក។ សម្រាប់ជំពូកទី២ សកម្មភាពនៃការរំលោភបំពានលើម៉ាក យើងខ្ញុំនឹងធ្វើការបកស្រាយទៅលើសញ្ញាណនៃការក្លែងបន្លំម៉ាក និងការប្រើប្រាស់ម៉ាកដោយគ្មានការអនុញ្ញាត។ ចំពោះជំពូកទី៣ យន្តការប្រឆាំងនឹងការរំលោភម៉ាក យើងខ្ញុំនឹងធ្វើការបកស្រាយទៅលើយន្តការរដ្ឋបាល និងយន្តការតាមផ្លូវតុលាការ។

ជំពូកទី១

សញ្ញាណទូទៅ

១.១ សញ្ញាណគតិយុត្តនៃម៉ាក

ម៉ាក ជាប្រភេទមួយនៃកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម ដែលប្រើប្រាស់ភ្ជាប់ជាមួយនឹងឈ្មោះសហគ្រាស ទាក់ទងនឹងកេរ្តិ៍ឈ្មោះលើទីផ្សាប្រកួតប្រជែង និងអាចទាក់ទាញអតិថិជនរបស់សហគ្រាសមួយនៅក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្ម។ ម៉ាកត្រូវបានចាត់ទុកថាជា ទ្រព្យសម្បត្តិដ៏មានតម្លៃ និងមានសក្តានុពលសម្រាប់ពាណិជ្ជកម្មរបស់សហគ្រាសមួយ។ ម៉ាកមួយនឹងកាន់តែមានតម្លៃប្រសិនបើម៉ាកនោះជាម៉ាកល្បី។ ជាមួយគ្នានេះផងដែរ ប្រទេសកម្ពុជាក៏មានបទដ្ឋានគតិយុត្តនានាដែលទាក់ទងនឹងម៉ាក ជាក់ស្តែងច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ដែលត្រូវបានប្រកាសឱ្យប្រើដោយព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/០២០២/០៦ ចុះថ្ងៃទី០៧ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០០២ ដែលមានគោលបំណង ការពារម៉ាក និងពាណិជ្ជនាមដែលមានចុះបញ្ជីក្នុងបញ្ជីម៉ាកនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា និងប្រឆាំងការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់លើការបង្កើត និងការប្រើប្រាស់ម៉ាក និងពាណិជ្ជនាម។

១.១.១ សញ្ញាណនៃម៉ាក

១.១.១.១ និយមន័យនៃម៉ាក

ម៉ាក គឺជាសញ្ញាដែលមើលឃើញ ហើយអាចសំគាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវា នៃសហគ្រាសនីមួយៗ។ ម៉ាកដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់ទំនិញហៅថា ពាណិជ្ជសញ្ញា ហើយម៉ាកដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់សម្គាល់សេវា ហៅថា សេវាសញ្ញា។[1] ម្យ៉ាងវិញទៀតបើយើងក្រឡេកទៅមើល មាត្រា១៥ កថាខណ្ឌទី១ នៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា(TRIP)[2] វិញបានកំណត់ថា សញ្ញាណណាមួយ ឬបង្គុំណាមួយនៃសញ្ញា ដែលអាចញែកដាច់ពីគ្នានូវទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសណាមួយពីទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសផ្សេងទៀតអាចបង្កើតបានជាម៉ាក។

ពាណិជ្ជសញ្ញា គឺជាម៉ាកដែលប្រើប្រាស់ក្នុងទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងទំនិញ ដូចជាម៉ាក Sony និង Panasonic ដែលប្រើប្រាស់ចំពោះទំនិញអេឡិចត្រូនិច។ សេវាសញ្ញា គឺជាសញ្ញាដែលប្រើប្រាស់ក្នុងទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងសេវាកម្មដូចជា ប្រើប្រាស់ចំពោះសណ្ឋាគារ ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ និងភោគជនីយដ្ឋានជាដើម។[3]

[1] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ០៧ កុម្ភៈ ២០០២ មាត្រា២ ចំណុច ក

[2] TRIP : The Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property right

[3] នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, ទេព សុខ, ឆ្នាំ ២០២០, ទំព័រ ៥២

ការប្រើប្រាស់ម៉ាកមានគោលដៅតែមួយគត់ គឺអាចកំណត់អំពីអត្តសញ្ញាណនៃទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសណាមួយ ដើម្បីឱ្យអតិថិជនទាំងឡាយដែលជាអ្នកប្រើប្រាស់ធ្វើការបែងចែកនូវភាពខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសនោះសំដៅដល់ការប្រឆាំងទប់ទល់នឹងការក្លែងបន្លំម៉ាកពីសហគ្រាសដ៏ទៃ។

១.១.១.២ ប្រភេទនៃម៉ាក

ម៉ាកត្រូវបានធ្វើការបែងចែកផ្សេងៗពីគ្នាក្នុងគោលដៅកំណត់ពីអត្តសញ្ញាណ ឬសញ្ញាសំគាល់ដើម្បីជៀសវាងនូវការភាន់ច្រឡំ។ នៅប្រទេសកម្ពុជាយើង បើតាមច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ គេការពារតែលើម៉ាកដែលអាចមើលឃើញតែប៉ុណ្ណោះ។[4] ប៉ុន្តែនៅបណ្តាប្រទេសមួយចំនួនទៀតលើពិភពលោក ច្បាប់នៃរដ្ឋមួយចំនួនការពារលើម៉ាកដែលមិនអាចមើលឃើញ មានជាអាទិ៍ សំឡេង ក្លិន រសជាតិ។ ដូចនេះម៉ាកអាចត្រូវបានបែងចែកដូចតទៅ ម៉ាក Traditional Mark ម៉ាក Non-Traditional Mark ម៉ាកសមូហភាព និងម៉ាកបញ្ជាក់គុណភាពទំនិញ (Certification Mark)។[5]

ក. ម៉ាក Traditional Mark (ម៉ាកមានលក្ខណៈធម្មតា)

ម៉ាកដែលមានលក្ខណៈធម្មតា មានដូចជា ឈ្មោះ(ឈ្មោះពិត ឬឈ្មោះសិប្បនិម្មិត) អក្សរ លេខ រូបភាព និមិត្តសញ្ញា ឡូហ្គោ ពាក្យ បង្គុំនៃពណ៌ ឬបង្គុំនៃសញ្ញាទាំងនេះ។[6]

- **ម៉ាកជាឈ្មោះ:** ជាម៉ាកដែលយកឈ្មោះរបស់ក្រុមហ៊ុន ឬសហគ្រាស មកធ្វើជាម៉ាក និងសម្រាប់សំគាល់ទំនិញ ឬសេវា។

  ឧទាហរណ៍ ម៉ាកសំគាល់របស់ក្រុមហ៊ុន Honda។

  HONDA

- **ម៉ាកជាពាក្យ** អាចជាពាក្យដែលបញ្ចូលគ្នាដើម្បីសំគាល់ទំនិញ ឬសេវា ទោះបីជាពាក្យមួយមាត់ ឬជាពាក្យស្លោកក៏ដោយ ក៏យើងចាត់ទុកជាម៉ាកដែរ។

  ឧទាហរណ៍ ៖ ក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈ កូកាកូឡា។

  Coca-Cola

[4] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២, មាត្រា២ ចំណុច ក

[5] នីតិកម្មសិទ្ធបញ្ញាកម្ពុជា, នី វិចិត្រ, បោះពុម្ពលើកទី១ ឆ្នាំ២០១៣, ទំព័រ ៦

[6] នីតិកម្មសិទ្ធបញ្ញាកម្ពុជា, នី វិចិត្រ, បោះពុម្ពលើកទី១ ឆ្នាំ២០១៣, ទំព័រ ១៨៥

- **ម៉ាកជាអក្សរ** អាចជាអក្សរមួយ ឬការរួមបញ្ចូលអក្សរជាច្រើន។

  ឧទាហរណ៍ ក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន DHL។

- **ម៉ាកជាលេខ** អាចមានលេខតែមួយ ឬច្រើនធ្វើជាម៉ាកសម្រាប់សំគាល់ទំនិញ ឬសេវា។

  ឧទាហរណ៍ ថ្មពិល 555 និង បារី 555។

- **ម៉ាកជារូប សញ្ញា ឬជាឡូហ្គោ** ជារូបភាពមួយប្លែក ដែលមានលក្ខណៈពិសេសបង្កប់នូវអត្ថន័យរបស់ផលិតផល។

  ឧទាហរណ៍ រូបផ្លែប៉ោមរបស់ ក្រុមហ៊ុន Apple។

- **ម៉ាកជាហត្ថលេខា** ការយកហត្ថលេខាធ្វើជាម៉ាក។

  ឧទាហរណ៍

- **ម៉ាករួមជាពាក្យ និង លេខ** ការរួមបញ្ចូលគ្នារវាងពាក្យ និងលេខជាម៉ាក។

  ឧទាហរណ៍ ក្រុមហ៊ុន 7 ELEVEN។

- **ម៉ាកជាបង្គុំនៃពណ៌** ការយកពណ៌ផ្សេងរួមបញ្ចូលគ្នា។

  ឧទាហរណ៍ ក្រុមហ៊ុន Master Card។

ខ. ម៉ាក Non-Traditional Mark

ម៉ាក Non-Traditional Mark សំដៅទៅលើម៉ាកផ្សេងក្រៅពី Traditional Mark។ ម៉ាក Non-Traditional Mark មានជាអាទិ៍ សំឡេង ក្លិន ឬរសជាតិ។ នៅបណ្តាប្រទេសមួយចំនួន ច្បាប់ជាតិបញ្ញត្តិអំពីកិច្ចការពារម៉ាក Non-Traditional នេះ។[7]

ឧទាហរណ៍ ក្រមកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃប្រទេសបារាំង បានបញ្ញាត្តិការពារលើម៉ាកដែលជា សំឡេង។ ម៉ាកជាសំឡេងមាន សំឡេងភ្លេង ឬឃ្លាភ្លេង។

ម៉ាកជាសំឡេង សំដៅដល់ការប្រើប្រាស់បទភ្លេង ជាចម្រៀង ជាសំដី ឬជាសម្លេងស្រែកនៃសត្វណាមួយ (ដែលអាចជា មួយបទ ឬ មួយចំណែកនៃបទ និងក៏អាចជា សាច់ភ្លេងសុទ្ធ ឬលាយនឹងសម្លេងច្រៀង) មកធ្វើជាសញ្ញាសំគាល់នៃទំនិញ ឬសេវានោះបាន។[8] ឧទាហរណ៍ តន្ត្រីការ៉េមតុក្កតា សម្លេងទូរស័ព្ទ NOKIA, SAMSUNG, IPHONE ជាដើម។ ម៉ាកជាសម្លេង ត្រូវបានច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃប្រទេសបារាំងទទួលព្រមការពារផងដែរនៅក្នុងលក្ខខណ្ឌដែលម៉ាកជាសម្លេងទាំងនេះ អាចត្រូវបានពិពណ៌នាចេញជា សញ្ញាសម្គាល់ដែលមើលឃើញ ក្រោមទម្រង់ជាអក្សរភ្លេង (ណោតភ្លេង) នៅពេលធ្វើការចុះបញ្ជីម៉ាក។[9]

មួយវិញទៀត សម្រាប់ម៉ាកក្រោមទម្រង់ជាក្លិនវិញ ដែលភាគច្រើនត្រូវបានស្នើសុំចុះបញ្ជីដោយសហគ្រាសលក់គ្រឿងសម្អាង រួមមានទឹកអប់ជាដើម ដោយឡែកច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់នៅកម្ពុជាការពារតែម៉ាកជាសញ្ញាដែលមើលឃើញប៉ុណ្ណោះ។ ដោយសារម៉ាកជាក្លិននេះ ពិបាកក្នុងការសំដែងឲ្យចេញជាសញ្ញាមើលឃើញ និងអាចឲ្យសម្គាល់បានដើម្បីធ្វើការចុះបញ្ជី។

បើយើងបកស្រាយផ្ទុយមកវិញ មានន័យថាសញ្ញាដែលមិនអាចមើលឃើញ ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ មិនទទួលឱ្យចុះបញ្ជីដើម្បីទទួលបានការការពារឡើយ តាមមាត្រា ២ ចំណុច ក នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ទទួលស្គាល់ និងការពារតែសញ្ញាដែលអាចមើលឃើញតែប៉ុណ្ណោះ។ សម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជាបញ្ហាដែលចោទឡើង គឺក្នុងក្របខណ្ឌនៃកិច្ចការពារម៉ាក យោងតាមមាត្រា ២៦ នៃច្បាប់ម៉ាក ចំពោះម៉ាកល្បី ទោះបីបានចុះបញ្ជី ឬមិនបានចុះបញ្ជីក៏ដោយ ត្រូវបានការពារក្រោមច្បាប់ម៉ាករបស់ប្រទេសកម្ពុជា។

[7] នីតិកម្មសិទ្ធបញ្ញាកម្ពុជា, នី វិចិត្រ, បោះពុម្ពលើកទី១ ឆ្នាំ២០១៣, ទំព័រ ១៨៨

[8] នីតិកម្មសិទ្ធបញ្ញា, កាន់ ច័ន្ទសុទ្ធប៉ូលីន, បោះពុម្ពលើកទី២ ឆ្នាំ២០១៤, ទំព័រ១០០

[9] ក្រមកម្មសិទ្ធិបញ្ញាបារាំង, មាត្រា L.711-1(b)

គ. ម៉ាកសមូហភាព

ម៉ាកសមូហភាព គឺជាសញ្ញាដែលមើលឃើញសំដៅប្រើក្នុងការដាក់ពាក្យសុំចុះបញ្ជី ហើយអាចសម្គាល់នូវប្រភពដើមនៃទំនិញ ឬសេវា ឬសម្គាល់នូវចរិតលក្ខណៈរួមដទៃទៀតគិតទាំងគុណភាពនៃទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសផ្សេងៗគ្នា ដែលប្រើសញ្ញានោះក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ម្ចាស់ម៉ាកសមូហភាពដែលបានចុះបញ្ជី។[10] ម៉ាកសមូហភាព ជាម៉ាកមួយដែលត្រូវបានគ្រប់គ្រងដោយសមាគមន៍ម៉ាកសមូហភាពដែលត្រូវកំណត់ដោយបទបញ្ញត្តិដោយឡែក។

ឃ. ម៉ាកបញ្ជាក់គុណភាពទំនិញ (Certification Mark)

ម៉ាកបញ្ជាក់គុណភាពទំនិញ ឬផលិតផល សំដៅទៅលើសញ្ញាដែលបញ្ជាក់ពីភាព អនុលោមនៃផលិតផលមួយតាមការតម្រូវនៃស្តង់ដារផលិតផលមួយមានសញ្ញាបញ្ជាក់គុណភាព សុវត្ថិភាព និងចុះបញ្ជីផលិតផល។ ម៉ាកប្រភេទនេះបុគ្គលណាក៏មានសិទ្ធិប្រើប្រាស់ដែរដោយគ្រាន់តែគោរពតាមលក្ខខណ្ឌតម្រូវដោយច្បាប់ស្តីពីស្តង់ដារសម្រាប់ផលិតផលឧស្សាហកម្ម។ វាពុំមានសិទ្ធិផ្តាច់មុខសម្រាប់បុគ្គលណាមួយដាក់លាក់នោះទេ។ សញ្ញាទាំងនោះមានបីប្រភេទ ៖[11]

- សញ្ញាបញ្ជាក់គុណភាពទំនិញ

CS 00x-00y

- សញ្ញាបញ្ជាក់សុវត្ថិភាពទំនិញ

CS 00x-00y

- សញ្ញាបញ្ជាក់ពីការចុះបញ្ជីផលិតផល

ចបផ XXYYY/ZZ

សញ្ញាចុះបញ្ជីផលិតផល

---

[10] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២, មាត្រា២ ចំណុច ខ

[11] ប្រកាសរបស់ក្រសួងឧស្សាហកម្ម រ៉ែ និងថាមពល, លេខ១១២ ចុះថ្ងៃទី ១១ កុម្ភៈ ២០០៤ ស្តីពីសញ្ញាសម្គាល់ស្តង់ដារឧស្សាហកម្មកម្ពុជា

គួរកត់សំគាល់ ម៉ាកទាំងបីខាងលើនេះ ត្រូវស្ថិតក្រោមក្របខណ្ឌដោយឡែកស្របតាមច្បាប់ស្តីពីស្តង់ដារកម្ពុជា ពោលគឺមិនស្ថិតក្រោមច្បាប់ម៉ាកឡើយ។[12]

១.១.២ ក្របខណ្ឌគតិយុត្តជាតិ និង អន្តរជាតិស្តីពីម៉ាក

កម្មសិទ្ធិបញ្ញា មានភាពលំបាកស្មុគស្មាញ ព្រោះកិច្ចការពារអាចមាននៅក្នុងក្របខណ្ឌគតិយុត្តជាតិ និងក្របខណ្ឌគតិយុត្តអន្តរជាតិ។[13]

១.១.២.១ ក្របខណ្ឌគតិយុត្តជាតិ

មកដល់បច្ចុប្បន្នប្រទេសកម្ពុជាបានអនុម័តច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗទាក់ទងកិច្ចការពារសិទ្ធិ និងការអនុវត្តសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៅកម្ពុជា។

រាល់បណ្តាសិទ្ធិដែលមានលើម៉ាកសញ្ញាពាណិជ្ជកម្ម នៅកម្ពុជាត្រូវបានគ្រប់គ្រងដោយច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ដែលត្រូវបានប្រកាសឱ្យប្រើដោយព្រះរាជក្រមលេខ នស/ រកម/០២០២/០៦ ចុះថ្ងៃទី ០៧ ខែ កុម្ភៈ ឆ្នាំ ២០០២។ យោងតាមមាត្រា១ នៃច្បាប់នេះ មានគោលបំណងការពារម៉ាក និងពាណិជ្ជនាម ដែលបានចុះបញ្ជីក្នុងបញ្ជីម៉ាកនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា និងប្រឆាំងការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់លើការបង្កើត និងការប្រើប្រាស់ម៉ាកនិងពាណិជ្ជនាម។[14] ផ្អែកតាមមាត្រា ៦០ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ខាងលើចែងថា បទប្បញ្ញត្តិទាំងឡាយនៃសន្ធិសញ្ញាអន្តរជាតិកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្មដែលព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាជាភាគីមួយនៃសន្ធិសញ្ញានេះ ត្រូវយកមក អនុវត្តជាមួយច្បាប់នេះបានផងដែរ។ ក្នុងករណីទំនាស់ជាមួយមាត្រាទាំងឡាយនៃច្បាប់នេះបទប្បញ្ញត្តិនៃសន្ធិសញ្ញាអន្តរជាតិទាំងនោះត្រូវទុកជាបទប្បញ្ញត្តិគោល។[15]

អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់បានទទួលឯកភាពពីគណៈរដ្ឋមន្ត្រីក្នុងសម័យប្រជុំពេញអង្គនាថ្ងៃទី ០៧ ខែ កក្កដា ឆ្នាំ ២០០៦។ អនុក្រឹត្យនេះមានគោលបំណងកំណត់ នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក ការបដិសេធ ភ្នាក់ងារតំណាងការប្រកាសសិទ្ធិជាអាទិភាព ការលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជី និងវិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន សំដៅអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់នៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។[16]

[12] នីតិកម្មសិទ្ធបញ្ញា, ទេព សុខ, ឆ្នាំ ២០២០, ទំព័រ៥៤

[13] នីតិកម្មសិទ្ធបញ្ញា, ទេព សុខ, ឆ្នាំ ២០២០, ទំព័រ ៦

[14] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ២០០២, មាត្រា ១

[15] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ២០០២,មាត្រា ៦០

[16] អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ១២ កក្កដា ២០០៦, មាត្រា១

ប្រកាសស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តិទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រង និងដឹកនាំផ្ទាល់របស់អង្គនាយកដ្ឋានសេវាពាណិជ្ជកម្ម មានមុខងារ ទទួលអនុវត្ត និងសហការរៀបចំច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា រួមមាន ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ផងដែរ។[17]

បទដ្ឋានគតិយុត្តអន្តរជាតិផ្សេងៗ ដែលកម្ពុជាបានផ្តល់សច្ចាប័ន ដើម្បីការពារម៉ាកក្នុងក្របខណ្ឌអន្តរជាតិកម្ពុជាបានចូលជាសមាជិកនៃអនុសញ្ញា និងកិច្ចព្រមព្រៀងអន្តរជាតិមួយចំនួនរួមមាន កម្ពុជាបានចូលជាសមាជិកនៃអង្គការកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពិភពលោកនៅថ្ងៃទី ២៥ ខែ មេសា ឆ្នាំ ១៩៩៥។[18] កម្ពុជាក៏ក្លាយជាសមាជិកនៃពិធីសារទីក្រុងម៉ាទ្រីឌ ថ្ងៃទី ០៥ ខែ មិថុនា ឆ្នាំ ២០១៥ និងអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសស្តីពីការការពារកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម ដែលជាអនុសញ្ញាដំបូងគេបង្អស់ក្នុងការការពារម៉ាកក្នុងក្របខណ្ឌអន្តរជាតិ។ រហូតដល់ថ្ងៃទី ០៩ ខែ មីនា ឆ្នាំ២០១៨ ប្រទេសកម្ពុជា[19] បានដាក់តម្កល់លិខិតតុបករណ៍នៃការចូលជាសមាជិកច្បាប់ទីក្រុងហ្សឺណែវ ស្តីពីកិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងលីសបឺនអំពីម៉ាកហើយក្លាយជាសមាជិកពេញសិទ្ធិនាថ្ងៃទី ២៦ ខែ កុម្ភៈ ឆ្នាំ ២០២០។ កិច្ចព្រមព្រៀងនេះ បានបង្កើតនូវប្រព័ន្ធចុះបញ្ជីក្នុងក្របខណ្ឌ អន្តរជាតិសម្រាប់ការការពារម៉ាក។

១.១.២.២ ក្របខណ្ឌគតិយុត្តអន្តរជាតិ

កាលដើមឡើយ ម៉ាកត្រូវបានគេការពារដោយផ្អែកតាមច្បាប់ជាតិតែមួយប៉ុណ្ណោះ ដែលអាចត្រឹមត្រូវអនុវត្តនៅក្នុងប្រទេសណាមួយនោះ។ ម៉ាក ចាប់ផ្តើមកាន់តែមើលឃើញនៅពេលមួយដែលជំនួញពាណិជ្ជកម្មត្រូវបានពង្រឹងនៅ សតវត្សទី១៩ ដែលការពារនៅតាមថ្នាក់ជាតិមិនមានភាពគ្រប់គ្រាន់ឡើយ ដោយសារតែផលិតផលជារឿយៗ ត្រូវបានដាក់កំណត់នូវចំនួនចេញពីប្រទេសដែលជាប្រភពដើមនៃការផលិត។ ដូចនេះ សហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ តែងតែទាមទារឱ្យមានការធានាថាម៉ាកត្រូវបានការការពារជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ និងបង្កើតឱ្យមាននូវទំនាក់ទំនងទៅវិញទៅមកទៅលើកម្រិតនៃការការពាររវាងរដ្ឋ និងរដ្ឋ។

ប្រភពច្បាប់អន្តរជាតិសំដៅលើគ្រប់កិច្ចព្រមព្រៀងដែលត្រូវបានគ្រប់គ្រងដោយ WIPO និង WTO ក្នុងក្របខណ្ឌ WTO យើងមានកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពី ទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មពាក់ព័ន្ធ និង កម្មសិទ្ធបញ្ញា (TRIPS) ដែលជាកិច្ចព្រមព្រៀងមានគោលដៅការការពារកម្មសិទ្ធិបញ្ញា នៅក្នុងបណ្តាប្រទេសជាសមាជិក នៃ WTO។ នៅក្នុងក្របខណ្ឌ WIPO មានកិច្ចព្រមព្រៀងច្រើនទាក់ទងនឹងម៉ាក។

---

[17] ប្រកាសស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, ប្រកា១

[18] **WIPO-Administered Treaties** https://wipolex.wipo.int/en/treaties ចូលមើលថ្ងៃទី ២០ ខែ មិថុនា ឆ្នាំ ២០២១

[19] “Cambodia first to join the Geneva Act of WIPO”s Lisbon Agreement”, WIPO, March 2018, https://bit.ly/3dMgiX0, ចូលមើលថ្ងៃទី ២០ ខែ មិថុនា ឆ្នាំ ២០២១

❖ សន្ធិសញ្ញាអន្តរជាតិដែលជាប់ទាក់ទងនឹងការការពារម៉ាក

ការរំលោភបំពានទៅលើកម្មសិទ្ធិបញ្ញា កាន់តែកើនឡើងឥតឈប់ឈរ រហូតដល់ឆ្នាំ១៨៨៣ ក៏មានលេចឡើងនូវឧបករណ៍អន្តរជាតិមួយសម្រាប់ប្រើប្រាស់ជាមធ្យោបាយក្នុងការការពារដល់កម្មសិទ្ធិបញ្ញាគឺ អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសស្តីពី ការការពារកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ហើយអនុសញ្ញានេះចែងអំពីបទប្បញ្ញត្តិការពារលើម៉ាក។

- **អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសឆ្នាំ ១៨៨៣**

អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស(Paris Agreement) គឺជាកិច្ចព្រមព្រៀងពហុភាគីដំបូង ដែលរួមបញ្ចូលនូវសញ្ញាសម្គាល់ប្រភពទំនិញ ឬឈ្មោះសម្គាល់នៃទីតាំងប្រភពដើមទំនិញដែលមានគោលបំណងនៃការពារ។ ការការពារកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្មមានគោលបំណងការពារ ប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម ម៉ូដែលមានអត្ថប្រយោជន៍គំនូសឧស្សាហកម្ម ពាណិជ្ជសញ្ញា សេវាសញ្ញា ពាណិជ្ជនាម សញ្ញាសម្គាល់នៃទំនិញ ឬឈ្មោះសម្គាល់នៃទីតាំងប្រភពទំនិញ និងការទប់ទល់នឹងការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។[20]

- **កិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងម៉ាឌ្រីដឆ្នាំ ១៨៩១**

កិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងម៉ាឌីដ (Madrid Agreement) ស្តីពីការបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ ឬការបោកបញ្ឆោតនៃប្រភពទំនិញ ដែលចែងលម្អិតលើសញ្ញាសម្គាល់នៃប្រភពទំនិញ។ ទំនិញមួយ ឬច្រើន ដែលមាននូវការក្លែងឬបន្លំនូវសញ្ញា ដោយភាគីនៃរដ្ឋមួយនៃរដ្ឋដទៃទៀតដែលស្ថិតក្នុងកិច្ចព្រមព្រៀង កន្លែងដែលស្ថិតនៅដោយផ្ទាល់ ឬប្រយោលដែលក្នុងនាមជារដ្ឋ ឬជាទីតាំងនៃប្រភពដើមទំនិញត្រូវបានរឹបអូសលើការចូលទៅក្នុងប្រទេសដែលបានចែងក្នុងកិច្ចព្រមព្រៀង។[21] កិច្ចព្រមព្រៀងម៉ាឌ្រីដ ជាកិច្ចព្រមព្រៀងពហុភាគីដំបូងដែលចែងអំពីវិធានជាក់លាក់ សម្រាប់ការទប់ទល់ប្រឆាំងនឹងការក្លែងបន្លំ ឬការបោកបញ្ឆោតនៃសញ្ញាសម្គាល់នៃប្រភពទំនិញ។ កិច្ចព្រមព្រៀងនេះ គឺមិនបានបន្ថែមច្រើននូវការការពារពីលើអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសទេ ប៉ុន្តែការការពារចំពោះសញ្ញាសម្គាល់នៃប្រភពទំនិញដែលមានការក្លែងបន្លំពីលើសញ្ញាសម្គាល់ពិត។ ឧទាហរណ៍ សញ្ញាសម្គាល់នៃប្រភពដើមទំនិញ ដែលមានការក្លែងបន្លំ អាចជាឈ្មោះនៃទីកន្លែង ដែលជាប្រភពដើមនៃទំនិញ ហើយធ្វើឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់មានការភាន់ច្រឡំ ដោយផ្អែកលើភាពប្រាកដប្រជានៃទីតាំងប្រភពទំនិញ និង គុណភាពនៃទំនិញ។ ប៉ុន្តែតាមពិត ទំនិញនេះមិនមែនចេញពីប្រភពកំណើតដែលផលិតទំនិញនេះទេ គឺគ្រាន់តែដាក់ឈ្មោះបន្លំទៅនឹងទំនិញដែលត្រូវបានចាត់ទុកជាសញ្ញាសម្គាល់នៃប្រភពនៃដើមទំនិញ ក្នុងគោលបំណងចង់ទទួលបាននូវផលប្រយោជន៍ និងធ្វើឱ្យខាតបង់ទៅលើម្ចាស់ទំនិញដែលទទួលបាននូវការការពារ។

[20] អនុសញ្ញាទីក្រុងបារីស ១៨៨៣, មាត្រា១ កថាខណ្ឌទី២

[21] កិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងម៉ាឌីដ ១៨៩១, មាត្រា១ កថាខណ្ឌទី១

- **ពិធីសារដែលជាប់ទាក់ទងនឹងកិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងម៉ាឌ្រីដនៅឆ្នាំ១៩៨៩**

ប្រព័ន្ធទីក្រុងម៉ាឌីដមាននូវអនុសញ្ញាចំនួនពីរគឺ កិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងម៉ាឌ្រីដស្តីពីការចុះបញ្ជីម៉ាកជាអន្តរជាតិដែលបានបង្កើតឡើងឆ្នាំ១៨៩១ និងពិធីសារដែលជាប់ទាក់ទងនឹងកិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងម៉ាឌ្រីដឆ្នាំ១៩៨៩។ ប្រព័ន្ធចុះបញ្ជីអន្តរជាតិទីក្រុងម៉ាឌ្រីដ អាចប្រើប្រាស់បានក្នុងចំណោមប្រទេសដែលជាភាគីនៃកិច្ចព្រមព្រៀង ឬពិធីសារទីក្រុងម៉ាឌ្រីដ។ ពិធីសារដែលជាប់ទាក់ទងនឹងកិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងម៉ាឌ្រីដនេះ ការចុះបញ្ជីលក្ខណៈអន្តរជាតិ បង្កើតឲ្យមាននូវអានុភាពដូចទៅនឹងការដាក់ពាក្យសុំចុះបញ្ជីម៉ាកដែលកំណត់នៅតាមប្រទេសនីមួយៗនៃប្រទេសម្ចាស់ពាក្យសុំបានកំណត់។ ប្រសិនបើការស្នើនូវការការពារមិនត្រូវបានបដិសេធដោយការិយាល័យចុះបញ្ជីពាណិជ្ជនាមនៅក្នុងប្រទេសដែលបានកំណត់ក្នុងរយៈពេលជាក់លាក់(ពី១២ខែ ដល់១៨ខែ) ការការពារនៃម៉ាកនោះនឹងមានប្រសិទ្ធិភាពដូចដែលចុះបញ្ជីនៅការិយាល័យប្រទេសនោះ។ ប្រព័ន្ធទីក្រុងម៉ាឌ្រីដ បានធ្វើឲ្យការគ្រប់គ្រងម៉ាកកាន់តែល្អប្រសើរជាបន្តបន្ទាប់ ដោយសារតែងាយស្រួលក្នុងការធ្វើកំណត់ត្រាផ្លាស់ប្តូរជាបន្តបន្ទាប់ (ដូចជាការផ្លាស់ប្តូរម្ចាស់ ឬការផ្លាស់ប្តូរឈ្មោះ ឬការផ្លាស់ប្តូរឈ្មោះ ឬអាសយដ្ឋានរបស់អ្នកកាន់កាប់) ឬបន្តនូវការចុះបញ្ជីតាមរយៈនីតិវិធីសាមញ្ញៗ ជាមួយនឹងការិយាល័យអន្តរជាតិWIPO។

១.១.៣ ម៉ាកដែលមិនអាចចុះបញ្ជី

អនុលោម តាមមាត្រា ៤ នៃច្បាប់ស្តីពី ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និង អំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ យើងអាចបែងចែកម៉ាកដែលមិនអាចចុះបញ្ជីបានជាបីប្រភេទផ្សេងពីគ្នាគឺ ម៉ាកដែលមិនអាចបែងចែកលក្ខណៈខុសគ្នា ម៉ាកដែលច្បាប់ហាមឃាត់ និងម៉ាកដែលមិននៅទំនេរ ពោលគឺម៉ាកដែលចុះបញ្ជីរួចហើយ។ [22]

១.១.៣.១ ម៉ាកដែលមិនអាចបែងចែកលក្ខណៈខុសគ្នា

ម៉ាកមួយត្រូវបានប្រើប្រាស់ក្នុងគោលបំណងកំណត់ពីអត្តសញ្ញាណនៃទំនិញ ឬ សេវារបស់សហគ្រាសណាមួយ ដើម្បីឱ្យអតិថិជនទាំងឡាយដែលជាអ្នកប្រើប្រាស់ធ្វើការបែងចែងនូវភាពខុសប្លែកពីគ្នានៃទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសនោះបាន។

ក្រឡេកមកមើលមាត្រា៤ ចំណុច ក នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ម៉ាកមួយមិនទទួលបានការចុះបញ្ជី ជាម៉ាកដែលមិនអាចសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសមួយទៅនឹងសហគ្រាសមួយផ្សេងទៀត។[23] ហេតុនេះយើងនឹងអាចសន្និដ្ឋានបានថា ម៉ាក

[22] នីតិកម្មសិទ្ធបញ្ញា, កាន់ សុទ្ធប៉ូលីន, បោះពុម្ពលើកទី២ ឆ្នាំ ២០១៤, ទំព័រ ១០៤

[23] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ២០០២, មាត្រា ៤

មួយមិនអាចបែងចែកលក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវានៃសហគ្រាសមួយទៅនឹងសហគ្រាសមួយទៀតបាន ដូចជាការមិនអាចបែងចែកលក្ខណៈដាច់ដោយឡែកនៃទំនិញ ឬសេវាបាន។

១.១.៣.២ ម៉ាកដែលច្បាប់ហាមឃាត់

មាត្រា ៤ ចំណុច ខ គ និង ឃ តាមមាត្រានេះ ការហាមឃាត់ពិសេសដោយច្បាប់អាចនឹងធ្វើឡើងចំពោះសញ្ញាសម្គាល់ដែលជាម៉ាកណាមួយ ដោយឈរលើភាពផ្ទុយសណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ សីលធម៌ និងប្រពៃណីល្អរបស់កម្ពុជា ឬដោយហេតុថាម៉ាកនេះអាចនាំឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ភាន់ច្រឡំទៅនឹង លក្ខណៈទូទៅរបស់ទំនិញ និងសេវាផងបាន ឬមួយក៏ដោយសារតែម៉ាកនោះ ដូចគ្នា ឬ ប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងសញ្ញាសម្គាល់របស់ជាតិ ឬ អង្គការអន្តរជាតិនានា។

❖ ***ម៉ាកដែលផ្ទុយសណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈសីលធម៌និងប្រពៃណីល្អរបស់កម្ពុជា***

តាមមាត្រា៤ ចំណុច ខ នៃច្បាប់ស្តីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ បានចែងកំណត់ពីម៉ាកដែលមិនអាចចុះបញ្ជីបានថាជា ម៉ាកដែលបណ្តាលឱ្យប៉ះពាល់ដល់សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ សីលធម៌ និងប្រពៃណីល្អរបស់ជាតិ។[24] ការហាមឃាត់នេះការពិតទៅ គឺជាប្រពៃណីរបស់ច្បាប់ទៅហើយ ដូចដែលវិធានច្បាប់ទាំងឡាយតែងតែធ្វើ។ តែជាទូទៅសញ្ញាណនៃសណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ សីលធម៌ ឬមួយប្រពៃណីល្អរបស់ជាតិ ពុំបានកំណត់អត្ថន័យឱ្យបានច្បាស់ដោយច្បាប់ណាឡើយ។ សម្រាប់ន័យនេះសញ្ញាណនេះដាច់ខាតត្រូវតែស្របទៅតាមលក្ខណៈផ្ទាល់របស់ជាតិខ្មែរ។

❖ ***ម៉ាកដែលអាចនាំឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ភាន់ច្រឡំទៅនឹងលក្ខណៈទូទៅរបស់ទំនិញ និងសេវា***

មាត្រា៤ ចំណុច គ ខាងលើបានចែង ក្នុងន័យអនុញ្ញាតឱ្យមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីអាចបដិសេធការចុះបញ្ជីនូវម៉ាកដែលអាចនាំឱ្យសាធារណៈជន ឬមជ្ឈដ្ឋានពាណិជ្ជកម្មភ័ន្តច្រឡំ ទៅនឹងប្រភពភូមិសាស្ត្រនៃទំនិញ ឬសេវាពាក់ព័ន្ធ ឬធាតុដើម ឬលក្ខណៈខាងក្រៅរបស់ទំនិញ ឬសេវានោះ។[25] ការកំណត់នូវលក្ខណៈថាអាចភ័ន្តច្រឡំតាមច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ គឺត្រូវតែវាយតម្លៃទៅតាមរបៀបមួយដោយពុំដាច់ខាត និងដែលអាចប្រែប្រួលទៅតាមទស្សនៈនៃសាធារណជន ឬមជ្ឈដ្ឋានពាណិជ្ជកម្ម ដោយពុំអាចជាការវាយតម្លៃបែបអត្តនោម័តរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីម៉ាកបាននោះឡើយ។

[24] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ២០០២, មាត្រា៤ ចំណុច ខ

[25] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ២០០២, មាត្រា៤ ចំណុច គ

❖ *ម៉ាកដែលដូច ឬ ប្រហាក់ប្រហែលនឹងសញ្ញាជាតិ ឬ អង្គការអន្តរជាតិ*

មាត្រា៤ ចំណុច ឃ នៃច្បាប់ដដែលបានចែងហាមឃាត់ មិនអាចចុះបញ្ជីផងដែរនូវ ម៉ាកដែលដូចគ្នា និង ឬត្រាប់តាម ឬមានចំណុចណាមួយដូច សញ្ញាជាតិ ទង់ជាតិ និង និមិត្តិរូបផ្សេងៗ ឈ្មោះ ឬឈ្មោះសង្ខេប ឬ អក្សរកាត់នៃឈ្មោះ ឬសញ្ញា ឬត្រាជាផ្លូវការ ដែលអនុម័តដោយរដ្ឋណាមួយ អង្គការអន្តរជាតិរដ្ឋាភិបាល ឬ អង្គការបង្កើតដោយអនុសញ្ញាអន្តរជាតិ លើកលែងតែមានការអនុញ្ញាត្តិពីអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចនៃរដ្ឋនោះ ឬ អង្គការនោះ។[26] ការហាមឃាត់នេះត្រូវចាត់ទុកថា គឺជាការហាមឃាត់ពិសេសក៏ប៉ុន្តែការហាមឃាត់ពិសេសនេះ អាចនឹងត្រូវលើកចោលផងដែរកាលបើអាជ្ញាធរនៃរដ្ឋ ឬជាអង្គការអន្តរជាតិដែលជាម្ចាស់សិទ្ធិឈ្មោះ ឬសញ្ញា សម្គាល់របស់ខ្លួនដើម្បីធ្វើជាម៉ាកបាននោះ។

១.១.៣.៣ ម៉ាកដែលមិននៅទំនេរ

ពាក្យម៉ាកដែលមិននៅទំនេរក្នុងន័យនេះ គឺសំដៅដល់អត្ថន័យថា ម៉ាកនោះជាម៉ាកដែលបាចុះបញ្ជីរួច ហើយ។ ដូចនេះការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកមួយណាដែលជាន់គ្នាទៅនឹងម៉ាកដែលត្រូវបានច្បាប់ការពាររួចហើយនឹង ត្រូវបានបដិសេធមិនចុះបញ្ជីឱ្យពីព្រោះម៉ាកនោះជាន់គ្នានឹងម៉ាកដែលមិននៅទំនេរ។ ពាក្យជាន់គ្នាក្នុងន័យនេះ មានន័យថាដូចគ្នា ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នា ពោលគឺជាលក្ខណៈដែលនាំអោយមានការភាន់ច្រឡំជាមួយម៉ាកមួយ ផ្សេងទៀត។ ការណ៍នេះមានន័យថាច្បាប់នឹងមិនអាចទទួលការពារឱ្យបាននោះទេចំពោះម៉ាកមួយដែលបំពាន សិទ្ធិនៃម្ចាស់ម៉ាកដែលច្បាប់បានចុះបញ្ជីរួចហើយ។

១.២ នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក

គ្រប់ការចុះបញ្ជីម៉ាកជាតិទាំងអស់ត្រូវតែអនុវត្តតាមបញ្ញត្តិច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួត ប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ និងអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែង មិនស្មោះត្រង់ និងលិខិតបទដ្ឋាននានាដែលពាក់ព័ន្ធទៅនឹងការចុះបញ្ជីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ ក្នុងការស្នើ សុំចុះបញ្ជីយោងតាមច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ មាត្រា៥៨ និង មាត្រា៥៩ និងអនុក្រឹត្យស្តីពី ការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ មាត្រា៧ និងមាត្រា១៦ រាល់សំណុំឯកសារដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក។ ហើយការចុះបញ្ជីម៉ាកនៅព្រះរាជា ណាចក្រកម្ពុជាមានរយៈពេល០៦ ទៅ០៩ខែ ឬលើសពីរយៈពេលនេះ ក្នុងករណីមានភាគីទីបីទំនាស់ ឬការ ទទួលពាក្យមានការកើនឡើងច្រើន ឬការកែតម្រូវពាក្យស្នើសុំរបស់អ្នកដាក់ពាក្យ។ ការចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវធ្វើឡើង តាមរយៈពីរលក្ខខណ្ឌគឺ លក្ខខណ្ឌគ្រឹះ និងលក្ខខណ្ឌទម្រង់។

[26] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ២០០២, មាត្រា៤ ចំណុច ឃ

១.២.១.ការដាក់ពាក្យស្នើសុំ

១.២.១.១ ពាក្យស្នើសុំ

ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវធ្វើឡើងតាមគំរូពាក្យស្នើសុំលេខ_TM00១ (ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក)។ គំរូពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីអាចស្វែងរកបាននៅ នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃក្រសួង ពាណិជ្ជកម្ម ឬ អាចថតចម្លងតាមគេហទំព័ររបស់នាយកដ្ឋាន។

ការចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវមានៈ[27]

- គំរូម៉ាកដែលត្រូវចុះបញ្ជី
- លេខដាក់ពាក្យ និងលេខចុះបញ្ជី
- ឈ្មោះ និងអាសយដ្ឋានរបស់ម្ចាស់ម៉ាកដែលស្នើសុំចុះបញ្ជី
- ឈ្មោះ និងអាសយដ្ឋានរបស់ភ្នាក់ងារតំណាង (ប្រសិនបើមាន)
- កាលបរិច្ឆេទនៃការដាក់ពាក្យ និងកាលបរិច្ឆេទនៃការចុះបញ្ជី
- ប្រសិនបើសិទ្ធិអាទិភាពត្រូវបានទាមទារ ហើយការទាមទារសិទ្ធនោះត្រូវបានយល់ព្រមត្រូវបញ្ជាក់ឈ្មោះរដ្ឋ ឬ ប្រទេស និងលេខដាក់ពាក្យដែលស្នើសុំលើកដំបូង
- ចំណាត់ថ្នាក់ និងទំនិញ ឬសេវាដែលជាកម្មវត្ថុនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក ដោយមានបញ្ជាក់អំពីចំណាត់ថ្នាក់នៃទំនិញឬសេវានោះស្របតាមចំណាត់ថ្នាក់អន្តរជាតិ។

១.២.១.២ គម្រូម៉ាក

ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ត្រូវភ្ជាប់មកជាមួយនូវគំរូម៉ាកក្រោមរូបភាពជាគំនូសក្រាហ្វិកច្បាស់ និងមិនរលុបដែលមានមិនលើសពី ៨សង់ទីម៉ែត្រ គុណនឹង ៨សង់ទីម៉ែត្រទេ។ ចំពោះ គ្រប់ពាក្យស្នើសុំទាំងអស់ត្រូវភ្ជាប់គំរូម៉ាកចំនួន ១៥បន្ថែម ទាំងនេះចាំបាច់ត្រូវដូចគ្នាបេះបិទ។ គំរូម៉ាកដែលភ្ជាប់មកជាមួយត្រូវតែបង្ហាញច្បាស់លាស់នូវគំរូគ្រប់លក្ខណៈលម្អិតរបស់ម៉ាក ហើយអាចត្រូវអោយគេធ្វើការចម្លងបានច្បាស់លាស់ពីភាពត្រឹមត្រូវនៃគំរូនេះទៀតផង។ ប្រសិនបើមានភាពខ្វះខាតមិនទាន់ពេញលក្ខណៈត្រឹមត្រូវ ការិយាល័យចុះបញ្ជីម៉ាកអាចធ្វើការស្នើសុំគំរូម៉ាកនោះបន្ថែមទៀតសូមធ្វើការកត់សម្គាល់ថា ប្រសិនបើការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវធ្វើឡើង ចំពោះចំណាត់ថ្នាក់លើសពីមួយថ្នាក់នោះគេត្រូវដាក់ជូនបន្ថែមគំរូម៉ាកចំនួន ១៥ ទៀតសម្រាប់ចំណាត់ថ្នាក់នីមួយៗ។[28]

[27] អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ១២ កក្កដា ២០០៦, មាត្រា១៩ កថាខណ្ឌទី៣

[28] អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ១២ កក្កដា ២០០៦, មាត្រា១១

១.២.១.៣ ភាសាប្រើប្រាស់ក្នុងឯកសារដាក់ពាក្យសុំ

សម្លេងអាន និងការបកប្រែអត្ថន័យរបស់ម៉ាក តាមការតម្រូវរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ក្នុងករណីដែលម៉ាកមួយ មានពាក្យមួយព្យាង្គ ឬច្រើន ព្យាង្គ ជាអក្សរ ក្រៅពីអក្សរខ្មែរ ឬអក្សររ៉ូម៉ាំង ការបំពេញពាក្យស្នើសុំតាមគំរូដូចមានចែងក្នុង ប្រកាសរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ហើយនិងការផ្តល់នូវគំរូម៉ាកបន្ថែម ត្រូវភ្ជាប់មកជាមួយផងដែរនូវ ការសរសេរ សម្លេងអាន និងការបកប្រែអត្ថន័យរបស់ម៉ាកនោះ ឲ្យបានពេញលេញតាមពាក្យមួយ ព្យាង្គដោយបញ្ជាក់នូវភាសា ដែលពាក្យនីមួយៗនោះត្រូវបានគេប្រើ។[29]

១.២.១.៤ កម្រៃនៃការចុះបញ្ជី

កម្រៃដែលពាក់ព័ន្ធទៅ នឹងការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវបានកំណត់នៅក្នុងប្រកាសអន្តរក្រសួងស្តីពីកម្រៃរដ្ឋបាលក្នុងការចុះបញ្ជី និងកម្រៃរដ្ឋបាលពាក់ព័ន្ធនានា។[30]

១.២.២ ការត្រួតពិនិត្យ និង ការសម្រេចលើពាក្យស្នើសុំ

១.២.២.១ ការត្រួតពិនិត្យបែបបទ

នៅពេលទទួលបានពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក នាយកដ្ឋាននិងពិនិត្យមើលរាល់ឯកសារទាំង អស់ដើម្បីធានាអោយប្រាកដថា អ្នកស្នើសុំបានបំពេញតាមតម្រូវការនៃការដាក់ពាក្យ។

មន្ត្រីដែលទទួលភារកិច្ចពិនិត្យបែបបទត្រូវ ៖[31]

- ពិនិត្យមើលថាតើឯកសារទាំងអស់មានកាលបរិច្ឆេទទទួលពាក្យស្នើសុំរួចហើយឬនៅ
- បញ្ជាក់ថាពាក្យស្នើសុំនេះប្រើសំរាប់ម៉ាកចំនួនមួយតែប៉ុណ្ណោះ
- ពិនិត្យមើលថា តើអ្នកស្នើសុំបានបំពេញតាមតម្រូវការអប្បបរមានៃការដាក់ពាក្យហើយឬនៅ។
- ផ្តល់កាលបរិច្ឆេទនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំ ជាកាលបរិច្ឆេទនៃការទទួលបាននូវរាល់តម្រូវការអប្បបរមាទាំងអស់
- ផ្តល់នូវលេខដាក់ពាក្យដែលមានយ៉ាងតិចប្រាំខ្ទង់ (៥ខ្ទង់)
- ពិនិត្យមើលថា តើតម្រូវការផ្សេងទៀតដែលបន្ថែមទៅលើគំរូការអប្បបរមានៃការដាក់ពាក្យត្រូវបានបកប្រែហើយឬនៅ ប្រសិនបើអ្នកស្នើសុំទាមទារសិទ្ធិអាទិភាពដោយសំអាងទៅលើពាក្យស្នើសុំមុននៅបរទេស ចូលពិនិត្យមើល ថាតើគេបានផ្តល់សេចក្តីលម្អិតទាំងអស់នៃសិទ្ធិអាទិភាពហើយឬនៅ
- ពិនិត្យថា តើចំណាត់ថ្នាក់នៃទំនិញ ឬសេវាស្របតាមតម្រូវការចំណាត់ថ្នាក់ហើយឬនៅ។

---

[29] អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់,១២ កក្កដា ២០០៦, មាត្រា១២

[30] ប្រកាសអន្តរក្រសួងស្តីពីកម្រៃរដ្ឋបាលក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាក និងកម្រៃរដ្ឋបាលពាក់ព័ន្ធនានា, ០៨ មិថុនា ២០០៧

[31] អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ១២ កក្កដា ២០០៦, មាត្រា១៦

បញ្ជីពិនិត្យបែបបទរួមមាន

- ឈ្មោះនិងអាសយដ្ឋានរបស់អ្នកស្នើសុំដោយបញ្ជាក់នូវលេខទូរស័ព្ទទូរសារនិងសារអេឡិចត្រូនិច (Email)
- ពាក្យស្នើសុំមួយសម្រាប់ម៉ាកប៉ុណ្ណោះ
- ឈ្មោះ និងអាសយដ្ឋានទំនាក់ទំនងនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដោយបញ្ជាក់នូវលេខទូរស័ព្ទ ទូរសារ និង សារអេឡិចត្រូនិច (Email)
- គំរូម៉ាកចំនួន ១៥ សម្រាប់ជំពូកនីមួយៗ
- យថាប្រភេទនៃទំនិញ ឬសេវា
- កម្រៃដាក់ពាក្យសំរាប់ជំពូកទំនិញ និងសេវានីមួយៗ
- លិខិតប្រគល់សិទ្ធិ ឬ លិខិតប្រគល់សិទ្ធិបន្ត
- ការបកប្រែពាក្យជាភាសាបរទេស
- សេចក្តីលម្អិតរបស់អនុសញ្ញាអន្តរជាតិដែលពាក់ព័ន្ធ ប្រសិនបើត្រូវយកមកអនុវត្ត។

រាល់ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក គឺមិនសុទ្ធតែអាចទទួលបាននូវការចុះបញ្ជីនោះទេគឺ អាចមានការបដិសេធពីមន្ត្រីពិនិត្យដោយការចេញរបាយការណ៍ ក៏ប៉ុន្តែអ្នកដាក់ពាក្យអាចជំនះនូវការបដិសេធនោះបាន ប្រសិន បើអ្នកចុះបញ្ជីចង់ទទួលបានការចុះបញ្ជីដោយបង្ហាញនូវអំណះអំណាង និងភស្តុតាងនានាជូនដល់មន្ត្រីត្រួតពិនិត្យ។

១.២.២.២ ការឆ្លើយតប

ការត្រួតពិនិត្យនេះត្រូវតែបង្ហាញអំពីរយៈពេលច្បាស់លាស់ ដើម្បីអោយអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំធ្វើការឆ្លើយតបទៅនឹងរបាយការណ៍របស់មន្ត្រីត្រួតពិនិត្យ។ បន្ទាប់ពីរបាយការណ៍ដំបូងត្រូវបានធ្វើឡើងតាមរយៈពេល ៤៥ថ្ងៃ ត្រូវបានផ្តល់អោយអ្នកដាក់ពាក្យសុំដើម្បីធ្វើការឆ្លើយតបទៅនឹងរបាយការណ៍ដំបូងនោះហើយយកពាក្យស្នើសុំនោះមកចុះបញ្ជីឡើងវិញ។ ប្រសិនបើគ្មានការឆ្លើយតបនៅក្នុងរយៈពេលដែលផ្តល់អោយនោះទេ ពាក្យស្នើសុំនោះនឹងត្រូវចាត់ទុកជាអសារបង់ ប៉ុន្តែប្រសិនបើអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចង់បាននៅការពន្យាពេលនូវការឆ្លើយតបទៅនឹងរបាយការណ៍ នោះអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំអាចធ្វើការស្នើសុំពន្យាពេលបានដោយដាក់ពាក្យស្នើសុំជាលាយលក្ខណ៍អក្សរទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។[32]

[32] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២ មាត្រា៥៦

១.២.២.៣ ការសម្រេចលើពាក្យស្នើសុំ

ដោយផ្អែកលើមូលដ្ឋាននៃការត្រួតពិនិត្យ ប្រធាននាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្មដែលជាមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនឹងត្រូវធ្វើការសម្រេចសេចក្ដីថាត្រូវបដិសេធការចុះបញ្ជី ឬក៏យល់ព្រមលើពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី។

ក. ការបដិសេធចំពោះការចុះបញ្ជី

ការជំទាស់ចំពោះការចុះបញ្ជីម៉ាក អាចបណ្ដាលឲ្យម៉ាកមួយគ្មានអានុភាព ឬត្រូវផ្អាកសកម្មភាពមួយរយៈ។ មានកត្តាច្រើនដែលអាចធ្វើឲ្យម៉ាកមិនអាចចុះបញ្ជីបានដូចជា ម៉ាកដែលបានហាមឃាត់ដោយមាត្រា ៤ ច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ដែលជាដើមហេតុនាំឲ្យមានការជំទាស់ទៅនឹងការចុះបញ្ជីម៉ាកពីសំណាក់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។[33]

ក.១ ការជំទាស់លើពាក្យស្នើសុំ

មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី នឹងធ្វើការបដិសេធចុះបញ្ជីដល់ម៉ាកទាំងឡាយដែលអ្នកស្នើសុំពុំអាចបំពេញតាមបាននូវរាល់លក្ខខណ្ឌតម្រូវដោយច្បាប់។ បើតាមមាត្រា ១០ចំណុច ខ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីមានសិទ្ធិចាត់ឲ្យអ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីធ្វើការកែតម្រូវក្នុងរយៈពេល ៤៥ថ្ងៃ បន្ទាប់ពីថ្ងៃជូនដំណឹងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរអំពីការកែតម្រូវដោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីមក។ ទោះជាយ៉ាងណា បើផ្អែកតាមមាត្រា៥៦ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ រយៈពេល ៤៥ថ្ងៃ នេះ អាចនឹងត្រូវពន្យារឲ្យបានដោយអំណាចឆន្ទានុសិទ្ធិរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។

ក.២ ការជំទាស់ក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាកដោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី

មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី គឺជាអ្នកដែលមានសិទ្ធិជំទាស់ទៅនឹងការចុះបញ្ជីមុនគេ ពីព្រោះមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីជាអ្នកអនុវត្តច្បាប់ ហើយអាចដឹងមុនគេនៅពេលដែលមានបុគ្គលណាម្នាក់យកម៉ាករបស់គេទៅចុះបញ្ជី។ ការជំទាស់ក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាករបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ក៏អាចបណ្ដាលមកពីពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកមិនបានស្របទៅតាមទម្រង់ដែលបានកំណត់ ឬក៏មានចំណុចណាមួយដែលតម្រូវឲ្យមានការកែប្រែ ហើយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវជូនដំណឹងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរទៅអ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីតាមការកំណត់រយៈពេល ៤៥ថ្ងៃ ហើយអ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីមិនបានកែតម្រូវជាហេតុដែលធ្វើឲ្យមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីជំទាស់ក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាកនោះ។

[33] នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញាកម្ពុជា, នី វិចិត្រ, បោះពុម្ពលើកទី១ ឆ្នាំ២០១៣, ទំព័រ ២១៦

ខ. ការយល់ព្រមចុះបញ្ជីម៉ាក

យោងតាមមាត្រា ១០ចំណុច ក នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ កាលបើមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីពិនិត្យឃើញថាពាក្យស្នើសុំបានបំពេញតាមត្រឹមត្រូវនូវរាល់លក្ខខណ្ឌតម្រូវនានាដោយច្បាប់ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវធ្វើការចុះបញ្ជីម៉ាកនិងចេញវិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីជូនដល់អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ រួចត្រូវធ្វើការចុះផ្សាយនៅក្នុងព្រឹត្តិប័ត្រផ្លូវការរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មស្តីពីការចុះបញ្ជីម៉ាកថ្មីនេះ។[34]

ខ.១ ការចេញវិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីម៉ាក

វិញ្ញាបនបត្រនៃការចុះបញ្ជីមានពីរប្រភេទគឺ វិញ្ញាបនបត្រមានលក្ខខណ្ឌ និងវិញ្ញាបនបត្រធម្មតា។ វិញ្ញាបនបត្រធម្មតា គឺម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធិពេញលេញក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាកស្របច្បាប់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ បើម្ចាស់ម៉ាកបានទទួលវិញ្ញាបនបត្រនេះ ម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធិប្រើប្រាស់សេវាគ្រប់ទីកន្លែងដោយមិនមានការកម្រិតសិទ្ធិនោះទេ។ រីឯវិញ្ញាបនបត្រមានលក្ខខណ្ឌ មានន័យថា ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីការពារនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាយើង គឺមានការអនុញ្ញាតប្រើប្រាស់ក្នុងលក្ខខណ្ឌកំណត់មួយចំនួនដែលមានព្រំដែនកំណត់នៃម៉ាក។ វិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីម៉ាកនឹងចេញដោយនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា បន្ទាប់ពីការត្រួតពិនិត្យលើពាក្យស្នើសុំហើយ នឹងត្រូវបានបោះផ្សាយជាសាធារណៈនៅក្នុងព្រឹត្តិប័ត្រចុះបញ្ជីម៉ាកប្រចាំខែរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។

ខ.២ ការផ្សព្វផ្សាយជាសាធារណៈ

គ្រប់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីនៅនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា នឹងត្រូវធ្វើការផ្សព្វផ្សាយនៅក្នុងព្រឹត្តិប័ត្រប្រចាំខែរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ គោលបំណងនៃការផ្សព្វផ្សាយនេះ គឺដើម្បីជូនដំណឹងដល់សាធារណៈជន ឬបុគ្គលដែលពាក់ព័ន្ធអំពីវត្តមាននៃការចុះបញ្ជីម៉ាកនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ តែនៅក្នុងករណីដែលម្ចាស់ម៉ាកបានចុះបញ្ជីរួច ឬបុគ្គលពាក់ព័ន្ធនោះបានយល់ឃើញថាមានលក្ខណៈភ័ន្តច្រឡំជាមួយនឹងម៉ាករបស់ខ្លួន បុគ្គលនោះអាចធ្វើពាក្យបណ្តឹងសុំលុបម៉ាកនោះចេញពីបញ្ជីម៉ាកផងដែរ។

ខ.៣ បណ្តឹងជំទាស់លើម៉ាក

បណ្តឹងជំទាស់នឹងសេចក្តីសម្រេចចុះបញ្ជី អាចនឹងត្រូវបានធ្វើឡើងដោយតតិយជនដើម្បីប្រឆាំងជំទាស់នឹងការចុះបញ្ជីម៉ាកនេះ។ នីតិវិធីនៃការធ្វើបណ្តឹងប្រភេទនេះ គឺត្រូវធ្វើឡើងចំពោះមុខមន្ត្រីចុះបញ្ជីផ្ទាល់ ពុំមែនធ្វើទៅតុលាការមានសមត្ថកិច្ចនោះទេ ដោយអនុលោមតាមមាត្រា ១០ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃ

[34] អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ១២ កក្កដា ២០០៦, មាត្រា ១៨ កថាខណ្ឌទី១

ការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។ ចំណុច គ នៃមាត្រា ១០ បានបង្កើតនូវអាជ្ញាយុកាល ៩០ ថ្ងៃ បន្ទាប់ពីបានចុះផ្សាយនៅក្នុងព្រឹត្តិប័ត្រផ្លូវការរបស់ក្រសួងមក សម្រាប់បើកលទ្ធភាពឲ្យដល់បណ្តឹងជំទាស់នឹងការចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ជនទាំងឡាយណាដែលមានការពាក់ព័ន្ធផលប្រយោជន៍ក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាកនេះ។ រយៈពេលកំណត់ ៩០ ថ្ងៃនេះការចុះបញ្ជីម៉ាកនឹងត្រូវបានចាត់ទុកថាមានសុពលភាព ហើយបណ្តឹងជំទាស់ណាមួយដើម្បីប្រឆាំងទៅនឹងម៉ាកដែលមានសុពលភាពនេះគឺត្រូវតែជាបណ្តឹងសុំមោឃភាពម៉ាកនោះចោលតែប៉ុណ្ណោះ។[35]

ក្នុងរយៈពេលកំណត់ ៩០ ថ្ងៃនេះដែរ កាលបើមានបណ្តឹងជំទាស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវបញ្ជូនជាបន្ទាន់នូវសេចក្តីជូនដំណឹងនេះទៅអ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជី ដើម្បីឲ្យអ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីធ្វើបញ្ជាក់នូវមូលដ្ឋានបង្អែកនៃការចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ខ្លួន។ អវត្តមាននៃការឆ្លើយបតរបស់អ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីត្រូវចាត់ទុកថាបានបោះបង់ការចុះបញ្ជីរបស់ខ្លួនចោលទៅវិញផងដែរ។

ដោយឡែកនៅក្នុងករណីដែលអ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជី បានបញ្ជាក់មូលដ្ឋានស្របច្បាប់របស់ខ្លួនក្នុងការចុះបញ្ជីនេះ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវផ្តល់ឲ្យមាននូវសវនាការមួយដើម្បីបានស្តាប់ភាគីទាំងសងខាងធ្វើការតវ៉ានោះ។ ក្នុងករណីនេះតួនាទីរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី គឺពុំមែនជាអ្នកសម្របសម្រួលនោះទេ ប៉ុន្តែគឺជាអ្នកមានសិទ្ធិសម្រេចតែម្តងថាតើត្រូវរក្សាការចុះបញ្ជីម៉ាកនេះ ឬក៏ត្រូវបដិសេធការចុះបញ្ជីនោះចោល។

១.៣ សិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក

សិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកដែលមានលើម៉ាក អាចត្រូវបានកំណត់អត្ថន័យឱ្យតាមរបៀបពីរយ៉ាង ម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធិផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះដោយខ្លួនឯងផ្ទាល់ និងសិទ្ធិទទួលបានការការពារម៉ាករបស់ខ្លួន។ ដោយសារតែសិទ្ធិលើម៉ាកនេះកើតឡើងដោយចំណុះផ្ទាល់ទៅនឹងនីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជី មាត្រា ៣ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ចែងថា សិទ្ធិផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាកត្រូវទទួលស្គាល់តាមរយៈការចុះបញ្ជីដោយអនុលោមតាមបទប្បញ្ញត្តិទាំងឡាយនៃច្បាប់នេះ។[36] នៅក្នុងន័យនេះយើងអាចកំណត់សម្គាល់បានថា ប្រភពផ្ទាល់នៃសិទ្ធិផ្តាច់មុខលើម៉ាក គឺត្រូវតែកើតចេញមកពីការចុះបញ្ជី ពុំមែនចេញមកពីគំនិតច្នៃប្រឌិតបង្កើតឡើងដោយប្រាជ្ញា ឬមនោសញ្ចេតនាផ្ទាល់អ្វីនោះឡើយ។ ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ មានសិទ្ធិផ្តាច់មុខក្នុងការប្រាស់ម៉ាករបស់ខ្លួន និងទទួលបានការការពារស្របច្បាប់នៅកម្ពុជាក្នុងរយៈកំណត់ដោយច្បាប់។

[35] នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, កាន់ សុទ្ធប៉ូលីន, បោះពុម្ពលើកទី២ ឆ្នាំ២០១៤, ទំព័រ ១៤៣

[36] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ២០០២, មាត្រា ៣

១.៣.១ សិទ្ធផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់

សិទ្ធិផ្តាច់មុខដែលបានមកពីការចុះបញ្ជី យោងតាមអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសដែលកម្ពុជាបានចូលជាសមាជិកតាំងពីឆ្នាំ ១៩៩៨ ជាបញ្ញាត្តិអន្តរជាតិមួយដែលការពារកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម[37] ក្នុងនោះមានប្រការមួយចំនួន ដែលចែងអំពីការផ្តល់សិទ្ធិសេដ្ឋកិច្ច សិទ្ធិប្តឹងទៅតុលាការប្រឆាំងទល់នឹងជនណាម្នាក់ដែលរំលោភបំពាន ឬប្រើប្រាស់ម៉ាករបស់ខ្លួនដោយពុំមានការអនុញ្ញាត។

មិនតែប៉ុណ្ណោះសិទ្ធិនេះត្រូវទទួលស្គាល់ដោយច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ថែមទៀតផង។ មាត្រា ១១ ចំណុច ក នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់នេះចែងថា ចំពោះម៉ាកដែលទាក់ទងនឹងទំនិញ ឬសេវាដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ ការប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះដោយជនណាមួយក្រៅពីម្ចាស់ដើមត្រូវមានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ដើមជាមុនសិន។[38] ការបកស្រាយមាត្រានេះអាចឱ្យយើងយល់បានថាច្បាប់នេះព្រមទទួស្គាល់ និងធានាសិទ្ធិប្រើប្រាស់ម៉ាកឱ្យតែចំពោះម្ចាស់ម៉ាកណាតែម្នាក់ឯងគត់ ដែលជាអ្នកបានចុះបញ្ជីម៉ាកទើបច្បាប់នេះចាំបាច់ត្រូវតែមានការយល់ព្រមជាមុនពីម្ចាស់ម៉ាកដើមជាដាច់ខាត ពោលគឺនៅក្រៅក្រោមរូបភាពជាការអនុញ្ញាតឱ្យតតិយជនអនុវត្តសិទ្ធិឲ្យជំនួសខ្លួន។ ដូចនេះយើងនឹងសិក្សាអំពីសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាកដែលសាមីខ្លួនបានចុះបញ្ជី និងអំពីសិទ្ធិដែលម្ចាស់ម៉ាកអនុញ្ញាតឱ្យតតិយជនប្រើប្រាស់ម៉ាកជំនួសខ្លួន។ ហេតុនេះ យើងអាចហៅបានថាជាសិទ្ធិធ្វើអាជីវកម្មលើម៉ាកដោយផ្ទាល់របស់ម្ចាស់ម៉ាក និងសិទ្ធិធ្វើអាជីវកម្មមិនផ្ទាល់របស់ម្ចាស់ម៉ាកដែលជាតួអង្គនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកស្របច្បាប់នេះ។

❖ ***សិទ្ធិប្រើប្រាស់ម៉ាកដោយម្ចាស់ម៉ាកខ្លួនឯងផ្ទាល់***

ខុសពីសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញាផ្សេងទៀតម្ចាស់នៃម៉ាកមួយ ពុំមានសិទ្ធិសីលធម៌លើម៉ាករបស់ខ្លួននោះឡើយពីព្រោះថា ចំពោះការផ្តល់សិទ្ធិលើម៉ាកតាមរយៈការចុះបញ្ជីម៉ាកនេះពុំបានតម្រូវទាល់តែសោះនូវល័ក្ខខ័ណ្ឌនៃភាពដើម ពោលគឺល័ក្ខខ័ណ្ឌតម្រូវឱ្យម៉ាកត្រូវតែជាផលិតផលនៃគំនិតប្រាជ្ញាផ្ទាល់របស់ម្ចាស់ម៉ាកដូចជា ករណីស្នាដៃអ្នកនិពន្ធ ឬតក្កកម្មជាដើមនោះឡើយ។[39] នៅក្នុងន័យនេះគ្រប់បុគ្គលទាំងអស់នឹងក្លាយជាម្ចាស់ស្របច្បាប់លើម៉ាកបាន កាលបើបុគ្គលនោះបានយកម៉ាកខ្លួនទៅចុះបញ្ជីមុនគេបើទោះបីជាម៉ាកនោះជាផលិតផលនៃការបង្កើតឡើងដោយបុគ្គលនោះផ្ទាល់ក្តី ឬដោយចម្លងពីគំនិតប្រាជ្ញារបស់អ្នកដទៃក៏ដោយក្តី។ ជាការបកស្រាយប្រាស់មកវិញ បុគ្គលដែលជាម្ចាស់ស្របច្បាប់នៃម៉ាកនោះ ក៏នឹងពុំទទួលបានសិទ្ធិសីលធម៌លើម៉ាករបស់ខ្លួនដោយគ្រាន់តែគោរពតាមនូវការចុះបញ្ជីម៉ាកនេះផងដែរ។

---

[37] អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស ស្តីពីកិច្ចការពាកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម ចុះថ្ងៃទី ២០ ខែ មីនា ឆ្នាំ ១៨៨៣

[38] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ២០០២, មាត្រា ១១

[39] នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, កាន់ សុទ្ធប៊ូលីន, បោះពុម្ពលើកទី២ ឆ្នាំ ២០១៤, ទំព័រ១៥០

ដូចនេះម្ចាស់ម៉ាកមួយ គឺមានតែសិទ្ធិបេតិកភណ្ឌលើម៉ាកនោះតែប៉ុណ្ណោះ ដែលសិទ្ធិបេតិកភណ្ឌនេះ ហើយគឺជាសិទ្ធិអនុញ្ញាតឱ្យម្ចាស់ម៉ាកនោះ អាចប្រើប្រាស់ម៉ាកខ្លួនដើម្បីសម្គាល់នូវទំនិញ ឬសេវារបស់ខ្លួននេះឯង ។ ម្ចាស់ម៉ាក មានសិទ្ធិពេញលេញក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាករបស់ខ្លួនក្នុងគោលដៅអាជីវកម្មដែលរួមទាំងការបិទភ្ជាប់ម៉ាកសញ្ញានោះទៅលើផលិតផល ស្រោមសំបកវេចខ្ចប់ និងប្រើប្រាស់នៅក្នុងការឃោសនាពាណិជ្ជកម្មផ្សេងៗ។ រាល់ការផ្ទេរសិទ្ធិទៅអោយតតិយជន ឬការផ្ទេរផ្សេងៗម្ចាស់ម៉ាកអាចធ្វើទៅបានតាមឆន្ទៈរបស់ខ្លួន។[40]

១.៣.២ សិទ្ធិទទួលនូវការការពារ

ផលប្រយោជន៍នៃការទទួលបានសិទ្ធិ តាមរយៈការចុះបញ្ជីម៉ាកនេះ គឺជាការទទួលស្គាល់ និងផ្ដល់កិច្ចការពារដល់ម្ចាស់ម៉ាកក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះលើទំនិញ ឬសេវារបស់ខ្លួន។ បើទោះបីជាច្បាប់ពុំបានបែងចែកនូវរូបភាពនៃបម្រើបម្រាស់សិទ្ធិនេះយ៉ាងដូចម្ដេចខ្លះក៏ដោយ ក៏ប៉ុន្តែបើផ្អែកតាមតួនាទីនៃម៉ាកដូចបានកំណត់ក្នុងនិយមន័យនៃម៉ាកនេះស្រាប់ ការប្រើប្រាស់ម៉ាកនេះមានន័យថា ម្ចាស់ម៉ាកអាចផលិតម៉ាកនោះជាថ្មីបិទម៉ាកនោះចារម៉ាកនោះ ឬលុបម៉ាកនោះចោលទៅវិញចំពោះផលិតផលជាទំនិញ ឬសេវាដែលម្ចាស់ម៉ាកនោះបានចុះបញ្ជី។ លើសពីនេះទៅទៀតម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធិស្នើលក់ និងធ្វើការនាំចូលនូវទំនិញ ឬសេវាដែលមានបិទម៉ាកនោះផងទៀត។ សិទ្ធិទាំងអស់នេះនឹងត្រូវបានផ្ដល់ចំពោះម្ចាស់ម៉ាកតែម្នាក់គត់ ហើយបុគ្គលដទៃទៀតដែលមិនមែនជាម្ចាស់ម៉ាកពុំអាចទៅបំពានសិទ្ធិទាំងអស់នេះតាមរយៈការប្រើប្រាស់ម៉ាកដែលខ្លួនគ្មានសិទ្ធិនោះបានឡើយ។

ដូចនេះសិទ្ធិប្រើប្រាស់ម៉ាកដោយម្ចាស់ម៉ាកខ្លួនឯងផ្ទាល់នេះ ក៏បានបង្កប់ផងដែរនូវចរិកលក្ខណៈជាសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិ និងក៏អាចប្រើប្រាស់បាននៅក្នុងរបៀបមួយផ្ដាច់មុខតែឯងនៅលើទឹកដីនៃរដ្ឋដែលទទួលយល់ព្រមចុះបញ្ជីម៉ាកនោះឱ្យផងដែរ។ ប៉ុន្តែភាពផ្ដាច់មុខនេះសោត គឺនឹងត្រូវទទួលស្គាល់តែកម្រិតនៃព្រំដែនមួយជាក់លាក់ប៉ុណ្ណោះ។

មាត្រា ១៨ នៃកិច្ចព្រមព្រៀង TRIPS តម្រូវឱ្យរដ្ឋជាសមាជិកនីមួយៗ កំណត់នូវរយៈពេលជាក់លាក់នៃកិច្ចការពារម៉ាកនៅក្នុងច្បាប់ជាតិរបស់ខ្លួនដែលមានរយៈពេល ៧ ឆ្នាំ។[41] មានន័យថារយៈពេលសុពលភាពនៃម៉ាកអាចត្រូវបានកំណត់ដោយច្បាប់ជាតិចាប់ពី ៧ ឆ្នាំឡើងទៅ ហើយអាចចុះបញ្ជីសារជាថ្មីបាន។

ក្រឡេកមកមើលច្បាប់កម្ពុជាវិញ ជាទូទៅម៉ាកដែលចុះបញ្ជីហើយមានសុពលភាពរយៈពេល ១០ ឆ្នាំ រាប់ពីកាលបរិច្ឆេទទទួលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី។[42] ចំពោះរយៈពេលការពារម៉ាកអាចស្នើសុំជាច្រើនលើកច្រើនសារ

[40] នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, ឥន ឃឿន និង អ៊ុក វណ្ណារ័ត្ន, បោះពុម្ពលើទី១ ឆ្នាំ ២០១៣, ទំព័រ ៨៦

[41] កិច្ចព្រមព្រៀង TRPS, មាត្រា ១៨

[42] ច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ២០០២, មាត្រា ១២ ចំណុច ក

បានដោយមិនកំណត់ពីរយៈពេលទេ ពោលគឺម៉ាកអាចត្រូវបានការពារមួយជីវិតរបស់ម្ចាស់ម៉ាកមួយរៀងរហូត បានអាស្រ័យលើឆន្ទៈរបស់ម្ចាស់ម៉ាកដោយមិនសាបសូន្យទៅតាមពេលវេលាទេ ប្រសិនបើវាផ្តល់ប្រយោជន៍ ហើយផ្តល់ការចុះបញ្ជីរៀងរហូតនោះវាមិនអាចជាទ្រព្យសម្បត្តិសាធារណៈបានឡើយ។ រាល់ការស្នើសុំចុះបញ្ជីសារជាថ្មីនូវម៉ាកបានចុះបញ្ជីរួចហើយ អ្នកស្នើសុំត្រូវបញ្ជាក់ឱ្យបានច្បាស់នូវប្រភេទទំនិញ ឬសេវាដែលចង់ការពារដោយផ្អែកតាមចំណាត់ថ្នាក់អន្តរជាតិ។ ចំពោះការយឺតយ៉ាវក្នុងការចុះបញ្ជីសារជាថ្មីត្រូវបានអនុញ្ញាតត្រឹមរយៈពេល ០៦ ខែ។[43] ចំពោះការធ្វើអាជីវកម្ម ឬផ្ទេរបន្តក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាកត្រូវតែមានការព្រមព្រៀងពីម្ចាស់ម៉ាកជាមុនសិន បើមិនដូច្នេះទេម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធិជំទាស់នឹងការប្រើប្រាស់នោះដោយប្រើគ្រប់មធ្យោបាយទាំងអស់ក្នុងការបង្ការដើម្បីកុំឱ្យសាធារណៈជនមានការភាន់ច្រឡំ ឬយល់ខុស។

[43] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ២០០២, មាត្រា ១២ ចំណុច យ

ជំពូកទី២
សកម្មភាពនៃការរំលោភលើម៉ាក

បច្ចុប្បន្នសកម្មភាពនៃការរំលោភម៉ាកនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាភាគច្រើន គឺជាការប្រើប្រាស់ម៉ាកដែលមិនត្រឹមត្រូវ និងមិនមានការគោរពនូវបទប្បញ្ញត្តិច្បាប់សម្រាប់ការប្រើប្រាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយដោយពុំមានការអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាក។ **ការរំលោភលើម៉ាក** គឺជាការប្រើប្រាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ដែលពុំមានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាក។[44]

យោងតាមមាត្រា ២៤ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ បានចែងថាដោយផ្អែកតាមមាត្រា ១២ ខាងលើ ការរំលោភលើម៉ាក គឺជាការប្រព្រឹត្តិដែលទាក់ទងទៅនឹងមាត្រា ១១ នៃច្បាប់នេះ ដោយជនណាម្នាក់ក្រៅពីម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ហើយដែលពុំមានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាក។[45] មានន័យថា ការរំលោភបំពានលើម៉ាក គឺការប្រព្រឹត្តិទាំងឡាយណាដែលធ្វើឡើងនៅក្នុងអំឡុងពេលសុពលភាពនៃម៉ាករបស់ម្ចាស់ម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជីនៅកម្ពុជាដោយជនណាម្នាក់ក្រៅពីម្ចាស់ម៉ាកនោះ និងដោយពុំមានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាកនោះផងដែរ។ សកម្មភាពដែលសន្មត់ថាជាការរំលោភបំពានលើម៉ាករួមមាន ការក្លែងបន្លំម៉ាក និង ការប្រើប្រាស់ម៉ាកដោយគ្មានការអនុញ្ញាត។

២.១ សកម្មភាពនៃក្លែងបន្លំម៉ាក

អំពើក្លែងបន្លំម៉ាក គឺជាប្រភេទនៃអំពើរំលោភសិទ្ធិលើម៉ាកមួយដែលត្រូវបានហាមឃាត់ដោយច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។ មាត្រា ៦៤ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ពុំបានកំណត់អំពីនិយមន័យនៃការក្លែងបន្លំម៉ាកឡើយ ពោលគឺចែងតែអំពីទោសព្រហ្មទណ្ឌ និងទោសពិន័យលើអំពើក្លែងបន្លំម៉ាកតែប៉ុណ្ណោះ។ ការក្លែងបន្លំម៉ាកគឺជាប្រភេទនៃអំពើរំលោភសិទ្ធិលើម៉ាកមួយដែលត្រូវបានហាមឃាត់ដោយច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។ សញ្ញាណនៃការក្លែងបន្លំម៉ាកពុំត្រូវបានចែងឱ្យច្បាស់ដោយច្បាប់ស្តីពីម៉ាកនោះឡើយ ក៏ប៉ុន្តែបើផ្អែកតាមមាត្រាមួយចំនួននៅក្នុងមាត្រា ១១ មាត្រា ២៥ មាត្រា ២៦ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ យើងនឹងអាចបែងចែកសញ្ញាណនៃសកម្មភាពក្លែងបន្លំម៉ាកនេះថា គឺជាការប្រព្រឹត្តិដោយបុគ្គលណាម្នាក់ដែលពុំទទួលបានសិទ្ធិលើម៉ាកនោះលើទំនិញ ឬសេវារបស់ខ្លួនដោយគ្មានការយល់ព្រមពីអ្នកមានសិទ្ធិលើម៉ាក។[46] ម្យ៉ាងទៀតអាចនិយាយបានថាសកម្មភាពនៃការក្លែងបន្លំម៉ាកមួយ គឺជាការអនុវត្តសិទ្ធិ

[44] នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, ឥន យឿន និង អ៊ុក វណ្ណារ័ត្ន, បោះពុម្ពលើកទី ១ ឆ្នាំ ២០១៣, ទំព័រ ៨៩

[45] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ២០០២, មាត្រា២៤

[46] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ២០០២, មាត្រា ១១ ២៥ ២៦

ប្រើប្រាស់ម៉ាកណាមួយនៅក្នុងចំណោមសិទ្ធិទាំងឡាយដែលច្បាប់បានផ្តល់ដល់ម្ចាស់ម៉ាកដោយបុគ្គលផ្សេង ដែលពុំមែនជាម្ចាស់ម៉ាកដែលគ្មានការព្រមព្រៀងពីម្ចាស់ម៉ាកនោះឡើយ។

ក្នុងន័យនេះសកម្មភាពនៃការក្លែងបន្លំម៉ាក គឺកើតមានតែចំពោះម៉ាកដែលត្រូវបានយកទៅចុះបញ្ជីតែប៉ុណ្ណោះ។ ដោយឡែកសកម្មភាពដែលដូចគ្នានេះដែរ ប៉ុន្តែបានកើតមានចំពោះម៉ាកដែលម្ចាស់របស់វាពុំបានអនុវត្តការចុះបញ្ជីនោះពុំត្រូវបានចាត់ទុកថាជាសកម្មភាពនៃការក្លែងបន្លំនោះទេ។[47] សកម្មភាពនៃការក្លែងបន្លំមានដូចជា ការធ្វើត្រាប់តាម ការផលិតឡើងវិញ និងការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។

២.១.១ ការធ្វើត្រាប់តាម

ការធ្វើត្រាប់តាមម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចជាអំពើរំលោភម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច ជាអំពើរំលោភម៉ាកដែលត្រូវបានដាក់ទោសតាម មាត្រា ៦៥ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ប៉ុន្តែប្បញ្ញត្តិនេះមិនកំណត់អំពីនិយមន័យនៃការធ្វើត្រាប់តាមម៉ាកឡើយ។ ការធ្វើត្រាប់ម៉ាក គឺជាផលិតឡើងវិញនូវម៉ាកដែលមានលក្ខណៈដូច ឬប្រហាក់ប្រហែលដែលធ្វើឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំដល់សាធារណៈជន។ ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ពុំបានបញ្ជាក់ច្បាស់លាស់អំពីភាពខុសគ្នានៃការផលិតឡើងវិញ និងការធ្វើត្រាប់តាមម៉ាកឡើយ។ ដូច្នេះភាពស្រដៀងគ្នាដែលអាចធ្វើឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំដល់សាធារណៈជនជាកត្តាចំបងដើម្បីវិនិច្ឆ័យអំពីអំពើធ្វើត្រាប់តាមម៉ាក។ លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យបែបនេះនឹងត្រូវយកមកពិចារណាលើគ្រប់ថ្នាក់នៃផលិតផល និងសេវាចំពោះការធ្វើត្រាប់តាមម៉ាកល្បី។[48]

នៅក្នុងនីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញាបារាំង តុលាការបានធ្វើការបែងចែកភាពខុសគ្នារវាងសញ្ញាទាំងពីរតាមរយៈសេចក្តីសម្រេចដោយសង្កត់ធ្ងន់ទៅលើលក្ខណៈនៃម៉ាក ដែលធ្វើឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំដល់សាធារណៈជនជាចំបង។ ដូច្នេះភាពស្រដៀងគ្នាដែលធ្វើឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំដល់សាធារណៈជន ជាកត្តាចម្បងដើម្បីវិនិច្ឆ័យអំពើធ្វើត្រាប់តាមម៉ាក។ លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យបែបនឹងត្រូវយកមកពិចារណាលើគ្រប់ថ្នាក់នៃផលិតផលនិងសេវាចំពោះការធ្វើត្រាប់តាមម៉ាកល្បី។ សកម្មភាពនៃការធ្វើត្រាប់តាមមានដូចជា ការធ្វើត្រាប់តាមឃីហោ និងការធ្វើត្រាប់តាមការវេចខ្ចប់។

២.១.១.១ ការធ្វើត្រាប់តាមឃីហោ

ម៉ាកឃីហោ គឺរូបភាពដែលធ្វើឱ្យមានភាពខុសគ្នារវាងម្ចាស់ម៉ាក និងដៃគូប្រកួតប្រជែង។ វាកំណត់អត្តសញ្ញាណផលិតផលរបស់ទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាស។ ឃីហោម៉ាកតំណាងដោយ សញ្ញាមួយ និមិត្តសញ្ញាមួយ ការរចនាមួយ ពាក្យមួយ ពណ៌មួយ ឬការរួមបញ្ចូលគ្នា។ វាបង្ហាញឱ្យដឹងពីគុណភាពភាពជឿ

[47] នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, កាន់ សុទ្ធប៉ូលីន បោះពុម្ពលើកទី២ ឆ្នាំ២០១៤, ទំព័រ ១៦៣

[48] នីតិកម្មសិទ្ធបញ្ញា, នី វិចិត្រ, បោះពុម្ពលើកទី១ ឆ្នាំ ២០១៣, ទំព័រ ២៣២

ទុកចិត្ត និងភាពទុកចិត្តរបស់អតិថិជន។ យីហោម៉ាកដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់អ្នក និងជាចំណុចស្នូលនៃការការប្រកួតប្រកួតរបស់ម្ចាស់ម៉ាក។[49] ម៉ាកយីហោសំដៅលើការបង្កើតឱ្យមានភាពញែកដាច់ និងទាក់ទាញទីផ្សារដែលជួយពង្រីក និងរក្សារជំនឿពីអតិថិជន។

២.១.១.២ ការធ្វើត្រាប់តាមការវេចខ្ចប់

ការច្រកផលិតផល គឺសំដៅទៅលើការយកសំបកវេចខ្ចប់ដែលមានម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចទៅច្រកដាក់ផលិតផលថ្មីដែលពុំមែនជាផលិតផលនៃម្ចាស់ម៉ាក។ ជាក់ស្តែងផលិតផលទឹកក្រូចនៃយីហោល្បីមួយត្រូវបានច្រកដោយផ្ទាល់ដៃពីក្បាល់រ៉ូប៊ីនេចូលទៅក្នុងដប ហើយដាក់ចរាចរក្នុងទីផ្សារកម្ពុជា។[50]

ការច្រកផលិតផល គឺសំដៅទៅលើការយកសំបកវេចខ្ចប់ដែលមានម៉ាកចុះបញ្ជីរួចទៅច្រកដាក់ផលិតផលថ្មីដែលពុំមែនជាផលិតផលនៃម្ចាស់ម៉ាក។ ចំណុចនេះពុំត្រូវបានកំណត់នៅក្នុងច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់របស់ប្រទេសកម្ពុជាទេ ប៉ុន្តែនៅក្នុងការបកស្រាយ មាត្រា ១១ នៃច្បាប់ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ក្នុងន័យទូលាយអំពើនេះក៏អាចចាត់ទុកថាជាអំពើរំលោភម៉ាកផងដែរ។

ឧទាហរណ៍ ករណីទឹកដោះគោជូម៉ាក AD Ca Milk និងទឹកដោះគោជូ Jin Wei[51] និងរវាងទឹកដោះគោជូម៉ាក AD Ca Milk ជាមួយទឹកដោះគោជូម៉ាក WAHAHA[52] ត្រូវបានអតិថិជនយល់ច្រឡំជាផលិតផលតែមួយប្រសិនបើមើលមួយភ្លែតព្រោះសំបកវេចខ្ចប់មានលក្ខណៈដូចគ្នា (សំដៅលើពណ៌របស់ដប រូបកូនក្មេង) ។

២.១.២ ការផលិតឡើងវិញ

២.១.២.១ និយមន័យ

ការផលិតឡើងវិញនៃម៉ាក គឺសំដៅទៅលើការចម្លងដូចទាំងស្រុងទៅនឹងម៉ាកដែលត្រូវបានគេចុះបញ្ជីរួចហើយបានប្រើប្រាស់ ឬមានគោលដៅនៃការប្រើប្រាស់លើប្រភេទនៃទំនិញ ឬសេវាដូចគ្នា។

២.១.២.២ លក្ខណៈនៃការផលិតឡើងវិញ

ការផលិតឡើងវិញនៃម៉ាក សំដៅទៅលើការចម្លងដូចទាំងស្រុងទៅនឹងម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយបានប្រើប្រាស់ ឬមានគោលដៅនៃការប្រើប្រាស់លើប្រភេទនៃទំនិញ ឬសេវាដូចគ្នា។ ការក្លែងបន្លំម៉ាកតាមរយៈការផលិតឡើងវិញមានលក្ខខណ្ឌពីរ គឺម៉ាកដែលផលិតឡើងវិញនោះត្រូវបានប្រើប្រាស់លើប្រភេទទំនិញ ឬសេវា

---

[49] ពិធីសារទីក្រុងម៉ាឌ្រីដ, វិថីឆ្ពោះទៅរកការកសាងម៉ាកយីហោជាសកល, ០៥ មិថុនា ២០១៥, ទំព័រ ៩

[50] សុ សុវណ្ណារ៉ា , "ទឹកក្រូចម៉ាកថ្មីច្រកផ្ទាល់ដៃពីក្បាលរ៉ូប៊ីនេចូលក្នុងដប ចរាចរណ៍យ៉ាងគគ្រឹកគគ្រេង ៣ ខេត្ត ទៅហើយ " , នគរធំ , ១១ កក្កដា ២០១៩ ។

[51] ការសែតរស្មីកម្ពុជា ឆ្នាំទី១៩ លេខ៥៤៦៩ ថ្ងៃ សុក្រ ទី ០១ ខែ មេសា ឆ្នាំ ២០១១

[52] ការសែតរស្មីកម្ពុជា ឆ្នាំទី១៨ លេខ៥៤៦៨ ថ្ងៃ ព្រហស្បតិ៍ ទី ០៥ ខែ សីហា ឆ្នាំ ២០១០

ដូចគ្នាទៅនឹងប្រភេទទំនិញ ឬសេវានៃម៉ាកកដែលចុះបញ្ជីរួច។ លក្ខខណ្ឌនេះមានលក្ខណៈងាយស្រួលក្នុងការពិចារណាដោយពិនិត្យទៅលើប្រភេទនៃទំនិញ ឬសេវាដូចគ្នាទៅនឹងប្រភេទទំនិញ ឬសេវានៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយការប្រើប្រាស់លើប្រភេទនៃទំនិញ ឬ សេវាដូចគ្នា ឬ ប្រហាក់ប្រហែល ឬ ដែលពាក់ព័ន្ធគ្នា ក៏ដោយក៏អាចចាត់ទុកជាអំពើក្លែងបន្លំម៉ាកបានដែរ។ ក្នុងករណីនេះទោះបីជាចំណុចណាមួយនៃម៉ាកល្បីក៏អាចចាត់ជាការក្លែងបន្លំផ្នែកនៃម៉ាកល្បីដែរ។ ជាទូទៅ ករណីនេះច្រើនកើតមានចំពោះម៉ាកជា បង្គុំនៃសញ្ញា ឬ រូបភាព។

២.១.៣ ការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

នៅក្នុងការធ្វើពាណិជ្ជកម្ម គឺតែងតែមានការប្រកួតប្រជែងរវាងពាណិជ្ជករ និងពាណិជ្ជករ ឬពាណិជ្ជករ និងសហគ្រាស ឬសហគ្រាស និងសហគ្រាស។ មុននឹងយល់អំពីអត្ថន័យនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់មានន័យយ៉ាងណានោះយើងគប្បីយល់នូវពាក្យការប្រកួតប្រជែងជាមុនសិន។ ដោយយោងតាមវចនានុក្រមអង់គ្លេស ការប្រកួតប្រជែង គឺជាព្រឹត្តិការណ៍ ឬការប្រណាំងប្រជែងមួយដែលអ្នកចូលរួមប្រយុទ្ធតស៊ូដើម្បីឧត្តមភាពនិងភាពខ្ពង់ខ្ពស់។[53]

២.១.៣.១ និយមន័យ

ប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ជាទូទៅត្រូវបានគេថាជាអំពើដែលផ្ទុយនឹងការអនុវត្តដោយសុចរិតទៀងត្រង់នៅក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្ម ឧស្សាហកម្ម ឬសេវាកម្មត្រូវបានចាត់ទុកថាជាការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។[54]

២.១.៣.២ សកម្មភាពនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

ទង្វើទាំងឡាយដូចខាងក្រោមត្រូវបានចាត់ទុកថាជាការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ៖[55]

- ការបង្កើតឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំតាមមធ្យោបាយណាមួយជាមួយសហគ្រាស ជាមួយទំនិញ ឬ ជាមួយសកម្មឧស្សាហកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម ឬ សេវាកម្មនៃដៃគូរប្រកួតប្រជែង។
- ការពោលអះអាងមិនត្រឹមត្រូវក្នុងពាណិជ្ជកម្ម ដែលធ្វើឱ្យខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះសហគ្រាសទំនិញ ឬ សកម្មភាពឧស្សាហកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម ឬ សេវាកម្មនៃដៃគូប្រកួតប្រជែង។
- ការបញ្ជាក់ ឬ ការពោលអះអាងដែលបានប្រើប្រាស់នៅក្នុងពាណិជ្ជកម្ម ហើយដែលធ្វើឱ្យសាធារណៈជនភ័ន្តច្រឡំ អំពីប្រភេទដំណើរការផលិត លក្ខណៈ ភាពសមស្របសម្រាប់គោលបំណងរបស់គេ ឬបរិមាណនៃទំនិញ។

[53] កម្មសិទ្ធបញ្ញា, អ៊ុក សុវណ្ណារ័ត្ន, ឆ្នាំ ២០១៣, ទំព័រ ១០០

[54] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ២០០២, មាត្រា ២២

[55] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និង អំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ២០០២, មាត្រា ២៣

ទោះបីជាច្បាប់មិនបានចែងយ៉ាងច្បាស់លាស់ថា អំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ជាអំពើក្លែងបន្លំម៉ាកក៏ពិតមែន ប៉ុន្តែមានមាត្រាមួយចំនួនបានចង្អុលបង្ហាញថា អំពើនៃប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ពិតជាការក្លែងបន្លំម៉ាកតាមរយៈអំពើ ព្រោះថាការប្រព្រឹត្តដែលទាក់ទងទៅនិងមាត្រា ១១ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ដោយជនក្រៅពីម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ហើយពុំមានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាក គឺជាការក្លែងបន្លំម៉ាក។[56]

មាត្រា ២១ ចំណុច ខ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ បានបញ្ជាក់ថា ការប្រើប្រាស់ពាណិជ្ជនាមជាបន្តបន្ទាប់ដោយភាគីទី៣ ទោះបីជាពាណិជ្ជនាម ឬម៉ាក ឬម៉ាកសមូហភាព ឬការប្រើប្រាស់ណាមួយដែលអាចធ្វើឱ្យសាធារណៈជនមានការភ័ន្តច្រឡំត្រូវចាត់ទុកថាមិនស្របច្បាប់។[57] បើការក្លែងបន្លំម៉ាក ឬការប្រើប្រាស់ពាណិជ្ជនាម ឬការធ្វើទង្វើទាំងឡាយណាដែលធ្វើឱ្យសាធារណៈជនភ័ន្តច្រឡំ មិនស្របច្បាប់ និងត្រូវផ្តន្ទាទោសនេះបានន័យថាទង្វើនេះជាការរំលោភម៉ាក។

- **ទម្រង់របស់ការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់មានៈ**

សញ្ញាណទាំងនេះ គឺជាទម្រង់របស់ការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ដែលមានដូចជាៈ

- **ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មដោយមធ្យោបាយបំភ័ន្តណាមួយ**

ការធ្វើឱ្យភ័ន្តច្រឡំនៅចំណុចនេះ គឺអាចធ្វើបានតាមរយៈមធ្យោបាយណាមួយដោយឡែក ការធ្វើតាមរយៈមធ្យោបាយណាមួយអាចមានការធ្វើត្រាប់តាម ហើយធ្វើឱ្យមានម៉ាកប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងម៉ាកដទៃទៀត។ ឧទាហរណ៍ ការបំភ័ន្តដោយមធ្យោបាយណាមួយ មានដូចជា ការបំភ័ន្តលើរូបរាង ឬការបំភ័ន្តលើអត្ថន័យជាដើម គឺអាចធ្វើឱ្យសាធារណៈជនមានការយល់ច្រឡំថាជាម៉ាកតែមួយ ឬបម្រើសេវាកម្មតែមួយ ឬយល់ច្រឡំថាផលិតផលតែមួយ។ វាក៏ជាការបង្កើតឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំតាមមធ្យោបាយណាមួយជាមួយសហគ្រាសទំនិញ ឬ ជាមួយសកម្មភាពឧស្សាហកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម ឬ សេវាកម្មនៃដៃគូប្រកួតប្រជែង។[58]

- **ការបោកបញ្ឆោតនាំឱ្យមានការយល់ខុស**

ការបោកបញ្ឆោតនាំឱ្យមានការយល់ខុស គឺវាអាចជាសកម្មភាពដែលបង្ហាញនូវ ផលិតផលម៉ាកដែលផលិតក្រោយ ហើយម្ចាស់ម៉ាកក្រោយនេះអាចធ្វើការបញ្ឆោតសាធារណៈជនឱ្យមានការយល់ច្រឡំទៅលើម៉ាកចាស់ថាមិនមែនជាផលិតផលស្របច្បាប់ ឬអាចធ្វើឱ្យយល់ច្រឡំថាជាម៉ាកដែលចម្លងម៉ាកក្រោយទៅវិញ។ ម្យ៉ាងទៀត មាត្រា ១០ ស្ទួន ចំណុច ៣ នៃអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសបានចែងថា រាល់ការចង្អុលបង្ហាញ ឬការពោល

[56] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ២០០២, មាត្រា ១១

[57] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ២០០២, មាត្រា ២១ ចំណុច ខ

[58] ច្បាប់ស្តីពិម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ២០០២, មាត្រា ២៣

ទាំងឡាយណាដែលនាំឱ្យមានការក្លែងបន្លំដោយផ្ទាល់ និងមានភាពពិសេសនោះនឹងត្រូវបានចាត់ទុកថាកំពុងតែផ្ទុយទៅនឹងការអនុវត្តន៍ដោយស្មោះត្រង់។[59]

❖ **ការបង្ខូចកិត្តិយសដៃគូប្រកួតប្រជែង**

ការបង្ខូច ឬការបង្អាប់នេះ ជាទូទៅត្រូវបានគេកំណត់និយមន័យថា ជាការពោលអះអាងដោយមិនត្រឹមត្រូវ ដែលធ្វើឡើងសំដៅលើដៃគូប្រកួតប្រជែងក្នុងគោលបំណងធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ឬខូចខាតដល់សេចក្តីបំណងនៃពាណិជ្ជកម្មរបស់ពួកគេ។ បើយើងធ្វើការប្រៀបធៀបវាជាមួយនឹងការបោកបញ្ឆោតគឺថាការបង្ខូចឈ្មោះនេះវាជាការព្យាយាមធ្វើយ៉ាងណាដើម្បីអូសទាញ ឬលួងលោមអតិថិជនជាមួយនិងពត៌មានមិនពិត។ ផ្ទុយពីនេះទៅវិញចំណុចដែលសកម្មទាំងពីរនេះខុសគ្នាគឺថា ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយការបង្ខូចឈ្មោះមិនត្រូវធ្វើឡើងដោយការក្លែងមិនពិត ឬ ធ្វើឱ្យយល់ខុសចំពោះទំនិញរបស់នរណាម្នាក់នោះទេ ប៉ុន្តែលើសពីនេះទៅទៀតនោះគឺជាការប្រើពាក្យមិនត្រឹមត្រូវ មិនពិតចំពោះដៃគូប្រកួតប្រជែងចំពោះទំនិញ ឬសេវាកម្មរបស់ពួកគេផ្ទាល់តែម្តង។ នេះជាការពោលអះអាងមិនត្រឹមត្រូវមួយ ដែលធ្វើឱ្យខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់សហគ្រាសទំនិញ ឬសកម្មភាពឧស្សាហម្មពាណិជ្ជនាមនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ព្រោះថាការបង្ខូចគុណភាពម៉ាកដៃគូប្រកួតប្រជែងគឺវាអាចធ្វើឱ្យខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់ម្ចាស់ម៉ាកផងដែរទាំងនេះ គឺវានាំឱ្យប៉ះពាល់ទាំងគុណតម្លៃម៉ាក និង កេរ្តិ៍ឈ្មោះម៉ាក។[60]

ទម្រង់ផ្សេងៗទៀតនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

យើងបានដឹងស្រាប់ហើយថាច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់បានជះឥទ្ធិពលទៅលើសង្គមវិជ្ជាសេដ្ឋកិច្ច និងគំនិតសីលធម៌នៃសង្គម។ ក្រៅពីចំណាត់ថ្នាក់ជាក់លាក់នៃសកម្មភាពដែលបានរៀបរាប់ និងពិភាក្សារួចមកដែលវាជាទម្រង់ទូទៅនៃសកម្មភាពផ្សេងៗនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។ ទន្ទឹមនឹងនេះផងដែ វាមានករណីជាច្រើនផ្សេងទៀតជាសកម្មភាព និងការអនុវត្តទាំងឡាយដែលអាចត្រូវបានដោះស្រាយនៅក្រោមច្បាប់។ សកម្មភាពផ្សេងទៀតនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ចំពោះប្រទេសនីមួយៗ ប៉ុន្តែក៏អាចមិនមែនជាករណីចាំបាច់ចំពោះប្រទេសមួយទៀតដែរ។ វាគួរឱ្យកត់សម្គាល់ដែរថាការពន្យល់រៀបរាប់ខាងក្រោមនេះ នឹងបង្ហាញឱ្យឃើញពីសកម្មភាពផ្សេងទៀតនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។

❖ **ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់ដៃគូពាណិជ្ជកម្ម**

ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មក៏វាអាចជាទម្រង់នៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ផងដែរ ក្នុងករណីដែលការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនោះបានជះឥទ្ធិពលទៅលើដៃគូពាណិជ្ជកម្ម។ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលអាចនឹងមានលក្ខណៈជះឥទ្ធិពលនោះវាអាចជាការផ្សាយបៀបជាការបង្ហាញឱ្យឃើញពីភាពល្អ និងមានតម្លៃនៃម៉ាករបស់

[59] អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស, ឆ្នាំ ១៨៨៣, មាត្រា ១០ ស្ទួន ចំណុច ៣

[60] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់,០៧ កុម្ភៈ២០០២, មាត្រា ២៣ ចំណុច ខ

ខ្លួនខ្ពស់ជាងម៉ាកដទៃ ឬ ក៏ជាការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មខ្លះមិនបាននិយាយឱ្យចំ ឬពោលអះអាងឱ្យឃើញច្បាស់យ៉ាងណាក៏ដោយ ប៉ុន្តែការបង្ហាញឱ្យសាធារណៈជនជឿទៅលើខ្លួននេះក៏ចាត់ទុកថាជាការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ផងដែរ។

❖ **ការធ្វើឱ្យរាំងស្ទះដល់ដំណើរការទីផ្សារ**

យើងឃើញថាមានសកម្មភាពជាច្រើនណាស់ដែលអាចរារាំង ឬទប់ស្កាត់ដៃគូប្រកួតប្រជែងនូវការអនុវត្តសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មរបស់ពួកគាត់ដែលស្តែងឡើងដោយផ្ទាល់គឺអាចជាការទប់ស្កាត់ដោយពិតប្រាកដនៃជំនួញទៅលើតំបន់ទីផ្សារជាពិសេសណាមួយដែលអាចត្រូវបានគេពិចារណា ឬចាត់ទុកថាជាភាពមិនស្មោះត្រង់។

២.២ ការប្រើប្រាស់ម៉ាកដោយគ្មានការអនុញ្ញាត

ការប្រើប្រាស់ម៉ាកអាចត្រូវបានធ្វើឡើងតាមរូបភាព។ ជារួមការប្រើប្រាស់ម៉ាកដែលត្រូវបានចាត់ទុកថាជាអំពើក្លែងបន្លំម៉ាក គឺរាល់ការប្រើប្រាស់ដែលពុំមានការអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច។ ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា បានបញ្ញត្តិអំពីការប្រើប្រាស់តាមរយៈ ការនាំចូល ការលក់ ការប្រកាសលក់ ឬមានបំណងលក់។ សកម្មភាពនៃការនៃការប្រើប្រាស់ម៉ាកដោយគ្មានការអនុញ្ញាតមានដូចជា ការប្រើប្រាស់ម៉ាកធម្មតាដែលចុះបញ្ជីរួច និងការប្រើប្រាស់ម៉ាកល្បី។

២.២.១ ការប្រើប្រាស់ម៉ាកធម្មតាដែលចុះបញ្ជីរួច

អំពើនៃការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាក គឺជាការប្រើប្រាស់ម៉ាកដោយជនណាម្នាក់ដោយពុំមានការអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាក។ ប្រសិនបើបុគ្គលណាម្នាក់ប្រើប្រាស់ម៉ាកដូចគ្នា ឬស្រដៀងគ្នាធ្វើឱ្យភ័ន្តច្រឡំនឹងម៉ាកដែលចុះបញ្ជីរួចមានន័យថាបុគ្គលនោះបានក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី។

ការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាកទូទៅ គឺត្រូវបានបែងចែកជា ៣ ប្រភេទរួមមាន ការក្លែងបន្លំទៅលើពាណិជ្ជនាម ពាណិជ្ជសញ្ញា និងសេវាសញ្ញា ។

២.២.១.១ ពាណិជ្ជនាម

ការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាកពាណិជ្ជនាម ជាការក្លែងបន្លំទៅលើឈ្មោះ ឬក៏សញ្ញាសម្គាល់នៃសហគ្រាសនីមួយៗ គឺជាការប្រើប្រាស់ពាណិជ្ជនាម ឬនាមដោយសម្គាល់ និងកំណត់ភាពប៉ះពាល់សាធារណៈ ឬសីលធម៌ ឬជាការបំភ័ន្តដល់មជ្ឈដ្ឋានពាណិជ្ជកម្ម ឬ សាធារណៈ ឬជាការក្លែងបន្លំប្រភេទនៃសហគ្រាសដែលត្រូវក្លែងបន្លំដោយនាម។

២.២.១.២ ពាណិជ្ជសញ្ញា

ការក្លែងបន្លំពាណិជ្ជសញ្ញា គឺជាការក្លែងបន្លំទៅលើសញ្ញាដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់សម្គាល់ទំនិញនៃសហគ្រាសនីមួយៗ។ ការក្លែងបន្លំនេះ គឺក្លែងបន្លំទៅនិងម៉ាកនៃទំនិញអ្វីមួយទៅនឹងទំនិញផ្សេងទៀត ដែលជាប្រភេទទំនិញដែលចេញពីរោងចក្រ សហគ្រាស ឬកើតចេញពីមធ្យោបាយផ្សេងទៀត ហើយភាគច្រើននៃការក្លែងបន្លំ គឺបន្លំទៅនិងម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីហើយ និងម៉ាកល្បីដែលមិនបានចុះបញ្ជី។

២.២.១.៣ សេវាសញ្ញា

ការក្លែងបន្លំទៅលើសេវាសញ្ញា គឺជាការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ទៅលើសេវាសញ្ញា ជាការក្លែងបន្លំ ឬ នាំឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំទៅលើការប្រើប្រាស់សេវានៃសហគ្រាសដទៃដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់សម្គាល់សញ្ញានៃសេវាដែលបង្ហាញឱ្យគេស្គាល់ថា ជាសញ្ញាសម្រាប់បម្រើសេវាសហគ្រាស ឬក្រុមហ៊ុន។ ការប្រកួតប្រជែងនេះកើតឡើងទៅលើក្រុមហ៊ុនដែលបម្រើសេវាកម្មសម្រាប់អតិថិជន ដែលប្រើវិធីសាស្ត្រគ្រប់បែបយ៉ាងដើម្បីស្វែងរកផលចំណេញផ្ទាល់ខ្លួន។

២.២.២ ការប្រើប្រាស់ម៉ាកល្បី

ការប្រើប្រាស់ម៉ាកល្បី ឬម៉ាកប្រហាក់ប្រហែលធ្វើឱ្យភ័ន្តច្រឡំ ចំពោះទំនិញ ឬសេវាប្រហាក់ប្រហែលដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយដោយគ្មានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាកជាអំពីនៃការរំលោភបំពានទៅលើម៉ាក។[61] លើសពីនេះទៅទៀតប្រសិនបើម៉ាកនោះត្រូវគេប្រើប្រាស់ចំពោះទំនិញ ឬសេវាផ្សេងទៀតការប្រើប្រាស់នោះអាចត្រូវ ចាត់ទុកជាការក្លែងបន្លំ ប្រសិនបើការប្រើប្រាស់នោះបង្ហាញពីទំនាក់ទំនងរវាងទំនិញ និង សេវាទាំងនោះជាមួយ នឹងម៉ាកល្បី។ ក្នុងករណីភាគច្រើនការប្រើប្រាស់ម៉ាកល្បីចំពោះទំនិញ ឬសេវាទាំងឡាយ នឹងត្រូវបានចាត់ទុកជាអំពើនៃការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាក។

២.២.២.១ ម៉ាកល្បីដែលចុះបញ្ជីរួច

ជាគោលការណ៍ ម៉ាកមួយល្បីនឹងទទួលបានការបានការការពារពីច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ បើទោះបីជាម៉ាកនោះពុំត្រូវបានគេយកទៅចុះបញ្ជីក៏ដោយចុះ។ ការណ៍នេះក៏ព្រោះតែច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់បានផ្តល់តម្លៃខ្ពស់ដល់អ្វីដែលហៅថា ភាពល្បី នៃម៉ាកមួយ។ ដោយពុំបានធ្វើការបញ្ជាក់ឱ្យបានច្បាស់លាស់អំពីអ្វីទៅដែលជាសញ្ញាណ ក៏ដូចជាលក្ខខណ្ឌដែលគេអាចចាត់ទុកថា ល្បី នេះ ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា បានប្រកាសទទួលស្គាល់ផងដែរនូវកិច្ចការពារម៉ាក ទោះបីបានចុះបញ្ជី ឬពុំបានចុះបញ្ជីក៏ដោយស្របតាមគោលការណ៍ ដែលគេឱ្យឈ្មោះថា ម៉ាកល្បី។

[61] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២, មាត្រា ២៥

លទ្ធិភាពនៃការការពារម៉ាកល្បីនេះ ក៏ត្រូវបានចែងនៅក្នុងមាត្រា ៦ (ស្ទួន) នៃអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស ឆ្នាំ ១៨៨៣ សំដៅអនុញ្ញាតឱ្យរដ្ឋជាសមាជិកទាំងអស់រួមទាំងកម្ពុជាផង បដិសេធ ឬមោឃភាពនូវរាល់ការចុះបញ្ជី ឬការប្រើប្រាស់ម៉ាកថ្មី ដែលជាន់គ្នានឹងម៉ាកដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់មុន និងត្រូវបានទទួលស្គាល់ថាល្បី នៅក្នុងរដ្ឋទាំងនេះ។ ប៉ុន្តែទោះបីជាគោលការណ៍ការពារនៃម៉ាកល្បីនេះមានប្រភពផ្ទាល់ពីឥទ្ធិពលនៃវិធានអន្តរជាតិ (អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស)នេះ ឬវិធានបរទេស (ទាំងប្រព័ន្ធបែបបារាំង និងបែបអាមេរិកកាំង) ក៏ដោយ ក៏សញ្ញានៃម៉ាកល្បីនេះតែងមិនត្រូវបានកំណត់ឱ្យតាមរបៀបមួយច្បាស់លាស់ឡើយ។ ជាទូទៅសញ្ញាណនៃម៉ាកល្បីនេះតែងតែត្រូវបានកំណត់អត្ថន័យឱ្យដោយក្រុមបង្កើតលទ្ធិ ឬដោយយុត្តិសាស្ត្ររបស់ចៅក្រមនៃប្រទេសនីមួយៗតែប៉ុណ្ណោះ។[62]

នៅក្នុងន័យទូទៅនៃពាក្យម៉ាកមួយនឹងត្រូវចាត់ទុកថា ល្បី កាលបើម៉ាកនោះត្រូវបានគេដឹងឮ និងស្គាល់ជាទូទៅ។ យើងប្រហែលអាចចាត់ម៉ាកមួយជាម៉ាកល្បីបាន ដូចជាម៉ាក Adidas hp Coca-cola Lacoste Nokia Kodak Toyota ។

ថ្វីត្បិតតែម៉ាកល្បី នឹងអាចទទួលបានការការពាពីច្បាប់នេះដោយពុំរណបទៅនឹងគោលការណ៍ចុះបញ្ជីនៃម៉ាកក៏ដោយ (ពោលគឺការពារដោយស្វ័យប្រវត្តិ) តែម៉ាកល្បីនេះក៏ត្រូវនៅក្រោមគោលការណ៍ឯកទេសកម្ម និង ដែនដីនៃម៉ាកផងដែរ។

មាត្រា ៤ ចំណុច ង នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់របស់កម្ពុជា បានចែងថា ម៉ាកដែលដូចគ្នា ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នាដែលនាំឱ្យច្រឡំគ្នានឹងម៉ាក ឬពាណិជ្ជនាមមួយដែលល្បីក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ឬបង្កើតពីការបកប្រែនៃម៉ាក ឬពាណិជ្ជនាមដែលល្បីនោះសម្រាប់ទំនិញ ឬសេវាដូចគ្នា ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នាទៅនឹងទំនិញ ឬសេវាដូចគ្នា ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នានៃសហគ្រាសមួយទៀត។ ក្នុងន័យនេះម៉ាកល្បីនៃទំនិញ ឬសេវាណាមួយដែលមិនបានចុះបញ្ជី និងមានសំណាងទទួលបានកិច្ចការពារពីច្បាប់ តែសម្រាប់ទំនិញ ឬសេវាដូចគ្នា ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នាទៅនឹងទំនិញ ឬសេវានៃម៉ាកល្បីនោះ(នេះជាគោលការណ៍ឯកទេសកម្មនៃម៉ាក) និងតែសម្រាប់ភាពល្បីល្បាញដែលត្រូវបានវាស់ស្ទង់ត្រឹមវិសាលភាពនៃដែនដីនៃរដ្ឋមួយ (នេះគឺគោលការណ៍ដែនដីនៃម៉ាក) តែប៉ុណ្ណោះ។ ដូចនេះម៉ាកល្បីនៃទំនិញ ឬសេវាមួយដែលមិនបានចុះបញ្ជី ហើយគេបំពានម៉ាកដោយយកទៅប្រើប្រាស់លើទំនិញ ឬសេវាដែលមិនដូចគ្នា ឬមិនប្រហាក់ប្រហែលគ្នានៃទំនិញ ឬ សេវាដែលមិនដូចគ្នា ឬមិនប្រហាក់ប្រហែលគ្នានឹងទំនិញ ឬសេវានៃម៉ាកល្បីនោះ។ ឧទាហរណ៍ ម៉ាក Crocodile ឬ Coca-Cola ត្រូវបានគេយកទៅបិទលើទំនិញជាបារី។

[62] អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស ឆ្នាំ ១៨៨៣

២.២.២.២ ម៉ាកល្បីដែលមិនទាន់ចុះបញ្ជី

ដូចដែលបានបង្ហាញជូនខាងលើហើយថាម៉ាកល្បី គឺជាម៉ាកដែលទទួលបានប្រយោជន៍ពីការការពារនៃច្បាប់នេះដោយពុំចាំបាច់ចុះបញ្ជីនោះឡើយ។ អត្ថប្រយោជន៍ដែលផ្តល់ឱ្យនេះក៏ត្រូវបានបកស្រាយផងដែរថា គឺជាការពារដោយគ្មានតម្លៃតបស្នងមួយ។ ហេតុនេះ កាលបើម្ចាស់នៃម៉ាកល្បីណាមួយព្រមផ្តល់តម្លៃតបស្នង (កម្រៃចុះបញ្ជី)តាមរយៈការយកម៉ាករបស់ខ្លួន ដែលត្រូវបានច្បាប់ព្រមការពារឱ្យស្រាប់ទៅចុះបញ្ជីកាម្តងទៀត នោះច្បាប់នេះនឹងផ្តល់នូវអត្ថប្រយោជន៍ពិសេសបន្ថែម។ ដើម្បីចែកផ្តល់បន្ថែមពីលើអត្ថប្រយោជន៍ដែលផ្តល់ចំពោះម៉ាកល្បីដែលមិនចុះបញ្ជី[63] ដូចមានចែងក្នុងមាត្រា ៤ ចំណុច ង នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់(ពោលគឺការការពារដោយដាក់ឱ្យរណបទៅនឹងគោលការណ៍ឯកទេសកម្មនៃម៉ាក)ទើបចំណុច ច នៃមាត្រាដដែលនេះបានបញ្ញត្តដោយមិនខ្វល់ដល់គោលការណ៍ឯកទេសកម្មនេះថា ម៉ាកដែលដូចគ្នា ឬ ប្រហាក់ប្រហែល ដែលនាំឱ្យច្រឡំគ្នានឹងម៉ាក ឬពាណិជ្ជនាមមួយដែលល្បី ឬបង្កើតពីការបកប្រែនៃម៉ាក ឬពាណិជ្ជនាមល្បីនោះ ហើយដែលបានចុះបញ្ជីនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា សម្រាប់ទំនិញ ឬសេវាដែលមិនដូចគ្នា ឬមិនប្រហាក់ប្រហែលគ្នាដោយការប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះធ្វើឱ្យខូចប្រយោជន៍របស់ម្ចាស់នៃម៉ាកល្បី។[64] ហេតុនេះម៉ាកល្បីដែលបានចុះបញ្ជីគឺនឹងមិនចំណុះទៅនឹងគោលការណ៍ឯកទេសកម្មនេះទៀតឡើយ នេះគឺជាអត្ថប្រយោជ៍ពិសេសដែលច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងរបស់កម្ពុជាយើងព្រមផ្តល់បន្ថែមដល់ម្ចាស់ម៉ាកល្បីណាមួយដែលនៅតែព្រមគោរពតាមគោលការណ៍ចុះបញ្ជីម៉ាក (ព្រមបង់កម្រៃ) ទោះជាម៉ាកល្បីរបស់ខ្លួនទទួលបានការការពារដោយស្វ័យប្រវត្តិក៏ដោយចុះ ។

ជារួមមក គ្រប់សញ្ញាសម្គាល់ដែលមើលឃើញទាំងអស់ លើកលែងតែសញ្ញាសម្គាល់ជាម៉ាកដែលមិនអាចចុះបញ្ជីបាន ដូចមានចែងក្នុងមាត្រា ៤ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាកសុទ្ធសឹងតែអាចចុះបញ្ជីជាម៉ាកបាន។

[63] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់,០៧ កុម្ភៈ ២០០២, មាត្រា ៤ ចំណុច ង

[64] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២, មាត្រា ៤ ចំណុច ច

ជំពូកទី៣

យន្តការប្រឆាំងនឹងការរំលោភម៉ាក

៣.១ យន្តការរដ្ឋបាល

យន្តការរដ្ឋបាល គឺជាយន្តការបឋមមួយក្នុងដំណើការនៃការដោះស្រាយវិវាទដែលទាក់ទងទៅនឹងការរំលោភបំពានម៉ាក ដែលជាសមត្ថកិច្ចរបស់ នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធបញ្ញា ការិយាល័យវិវាទ នៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម រួមជាមួយនិង រដ្ឋបាល គយ និងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចដែលពាក់ព័ន្ធ នគរបាលសេដ្ឋកិច្ច និង ស្ថាប័នកាំកុងត្រូល ដើម្បីសម្របសម្រួលដោះស្រាយ នូវរាល់បញ្ហានៃការរំលោភបំពានម៉ាកដែលបានកើតមានឡើង។

៣.១.១.វិធានការរដ្ឋបាល

៣.១.១.១ ការជូនដំណឹងទៅកាន់អ្នករំលោភបំពាន

ការជូនដំណឹងនេះគឺដើម្បីអោយអ្នករំលោភបំពានបញ្ឈប់រាល់សកម្មភាពទាំងអស់ និង ជួយបង្ហាញប្រាប់ដល់ជនដែលរំលោភបំពានសិទ្ធិ បានដឹងក្រោយពីបានទទួលនូវលិខិត បានដឹងជា មុនថាករណីនេះអាចនាំដល់ជាប់ពន្ធនាគារ ការផាកពិន័យ និង ការសំណងជម្ងឺចិត្ត។ គ្មានប្រសិទ្ធិភាពចំពោះ គូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក និង អ្នករំលោភដែលមានបំណង និងការប្ដេជ្ញាចិត្តនោះទេ។ ជាពិសេស ក្រើនរំលឹកដល់អ្នកដែលប្រព្រឹត្តិអំពីការរំលោភបំពានបានដឹងថា អ្នកស្គាល់គេ និងចង់បញ្ឈប់គេ ដូច្នេះគេនឹងអាចធ្វើការប្រុងប្រយ័ត្នជាងមុន។

៣.១.១.២ ការជូនដំណឹងជាសាធារណៈ

ធ្វើឱ្យមានការយល់ដឹងជាសាធារណៈចំពោះអំពើនៃការរំលោភបំពានសិទ្ធិនៃកម្មសិទ្ធិលើផលិតផល និងទំនិញ។ លើសពីនោះទៀតអាចធ្វើឱ្យសាធារណៈជន ស្នើរកទំនិញដែលពិត មិនក្លែងក្លាយ និងធ្វើឱ្យប្រាកដថាពួកគេទិញនូវទំនិញដែលសុទ្ធល្អ ប៉ុន្តែអាចនៅទីបំផុតទំនិញពិត និងក្លែងក្លាយត្រូវបានបដិសេធទាំងពីរ។ ជាមួយគ្នានោះដែរនាំឱ្យសាធារណៈជនឆាប់បានដឹងពីផលិតផល និងទំនិញទាំងនោះប្រសិនបើបរិមាណនៃទំនិញក្លែងក្លាយមាននៅលើទីផ្សារច្រើន។

៣.១.១.៣ ដំណោះស្រាយ

ដំណោះស្រាយចំពោះសកម្មភាពនេះគឺការសម្របសម្រួល ហើយការសម្របសម្រួលនេះគឺជាសមត្ថកិច្ចរបស់ នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធបញ្ញា ដែលធ្វើការសម្របសម្រួលនូវសកម្មភាពនៃការរំលោភបំពាននេះ ក្នុងនោះការសម្របសម្រួលនេះតម្រូវអោយ ៖

- ម្ចាស់ម៉ាកត្រូវដឹង ថាអ្នកណាជាអ្នករំលោភបំពាន
- ត្រូវមានសំណើរឲ្យជួយដោះស្រាយ មានការពិភាក្សាគ្នាដើម្បីដោះស្រាយការរំលោភបំពាន

- ត្រូវមានការសន្យាដោយចុះហត្ថលេខា(កិច្ចសន្យាតាមផ្លូវច្បាប់)
- គ្មានការដាក់ទោស ការពិន័យ ការរឹបអូស និងបំផ្លាញចោល
- សំណងពីការខូចខាត អាចត្រូវបានឯកភាពរវាងភាគីទាំងសងខាង។

៣.១.២ វិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន

យោងតាមមាត្រា ៣៥ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ បុគ្គលដែលជាអ្នកសមត្ថកិច្ចក្នុងការអនុវត្តនូវវិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែណរួមមាន រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ឬ អាជ្ញាធរមានមានសមត្ថកិច្ច ឬតុលាការ។ អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចនៅទីនេះផ្អែកតាមមាត្រា ៣៦ នៃអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចរួមមាន អង្គភាពគយ និងរដ្ឋាករ នាយកដ្ឋានត្រួតពិនិត្យទំនិញនីហ័រណេ និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំដែលហៅកាត់ថា កាំកុងត្រូលនៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងនគរបាលមានសមត្ថកិច្ចនៃក្រសួងមហាផ្ទៃ។

៣.១.២.១ ការដាក់ពាក្យប្តឹង

តាមវិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែននេះ អនុញ្ញាតឱ្យម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយអាចធ្វើពាក្យបណ្តឹងទៅរដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចដែលពាក់ព័ន្ធ ឬតុលាការឱ្យព្យួរទុកនូវការធ្វើបែបបទទំនិញណាដែលសង្ស័យថាមានម៉ាកក្លែងក្លាយដោយគ្រាន់តែបង្ហាញនូវភស្តុតាងច្បាស់លាស់ថា គាត់ជាម្ចាស់នៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី។[65] ការដាក់ពាក្យប្តឹងក្នុងវិធានការនេះអនុញ្ញាតសម្រាប់តែម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីតែប៉ុណ្ណោះ នេះមានន័យថា ប្រសិនបើម៉ាកនោះមិនបានចុះបញ្ជីទេ គឺមិនអាចធ្វើពាក្យបណ្តឹងតាមវិធាននេះបានឡើយ។ ក្រៅពីម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយក៏នៅមានបុគ្គលមួយចំនួនទៀតដែលអាចធ្វើបណ្តឹងបានផងដែរដូចជា អ្នកដែលទទួលអាជ្ញាប័ណ្ណ ឬភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់ដោយបង្ហាញនូវភស្តុតាងច្បាស់លាស់ថាគាត់ជាម្ចាស់នៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី។[66]

ពាក្យបណ្តឹងដែលបានលើកឡើងខាងលើនេះត្រូវធ្វើជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ និងភ្ជាប់មកជាមួយនូវ ៖[67]

- វិញ្ញាបនប័ត្រចុះបញ្ជីម៉ាក ។
- សេចក្តីថ្លែងការណ៍ពីមូលហេតុនៃការបណ្តឹង និង ជាពិសេសភស្តុតាងដំបូងដែលបង្ហាញថាទំនិញនោះពិតជាពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយមែន។

---

[65] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២, មាត្រា ៣៦

[66] អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ១២ កក្កដា ២០០៦,មាត្រា៣៨ កថាខណ្ឌទី១

[67] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា៣៦

- ពាក្យរៀបរាប់ដ៏ល្អិតល្អន់អំពីទំនិញដែលម៉ាករបស់វាត្រូវបានប្រើប្រាស់ព្រមទាំងគំរូនៃផលិតផលពិតប្រាកដផងប្រសិនបើមានសំណូមពរ ។
- ឈ្មោះ និង អាសយដ្ឋានរបស់អ្នកប្តឹង និង តំណាងរបស់គេដែលត្រូវរៀបរាប់ឱ្យបានសព្វគ្រប់តាមការកំណត់ ។
- លិខិតអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី ប្រសិនបើពាក្យបណ្តឹងនោះត្រូវបានដាក់ដោយតំណាងដែលទទួលសិទ្ធិ ។
- កម្រៃរដ្ឋបាលតាមការកំណត់របស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និង ហិរញ្ញវត្ថុ។

ពាក្យប្តឹងនោះមានសុពលភាព ៦០(ហុកសិប) ថ្ងៃ គិតចាប់ពីថ្ងៃទទួលពាក្យប្តឹង។ ពេលផុតសុពលភាពអ្នកដាក់ពាក្យត្រូវធ្វើពាក្យប្តឹងឡើងវិញ បើសំណូមពរនៃការឃាត់ និងត្រួតពិនិត្យទំនិញនៅមាននៅឡើយ។[68]

៣.១.២.២ គយ និងរដ្ឋាករ

តាមបទបញ្ញត្តិថ្មី អាជ្ញាធរគយ និងរដ្ឋាករត្រូវបានអនុវត្តឲ្យផ្តល់ពត៌មានអំពីលទ្ធភាពក្នុងការនាំចេញនាំចូលទំនិញបំពានដល់អ្នកកាន់កាប់សិទ្ធិ។ អ្នកកាន់កាប់សិទ្ធិអាចដាក់ពាក្យសុំទៅអាជ្ញាធរគយឲ្យផ្អាកការជំរះបញ្ជីគយលើទំនិញដែលសង្ស័យជាបណ្តោះអាសន្នសិនបាន។ ពាក្យសុំនេះត្រូវមានការពិពណ៌នាយ៉ាងលំអិតអំពីទំនិញនោះ។ អាជ្ញាធរគយមានកាតព្វកិច្ចផ្តល់ព័ត៌មានដល់អ្នកកាន់កាប់សិទ្ធិនូវរាល់វិធានការដែលបានធ្វើហើយទាំងនោះនឹងត្រូវលុបចោលវិញប្រសិនបើគ្មានបណ្តឹងក្នុងរយៈពេល ១០ ថ្ងៃ។ រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចផ្សេងទៀតដែលកំណត់ដោយអនុក្រឹតមានសិទ្ធិស្នើអោយប្តឹងប្រាក់ធានា ឬតម្រូវអោយមានការធានាដែលមានតម្លៃស្មើនៃប្រាក់កក់គ្រប់គ្រាន់ការពារអ្នកនាំចូលអ្នកនាំចេញ ឬម្ចាស់ទំនិញ និងអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច។ ប្រាក់ធានា ឬការធានាដែលមានតម្លៃស្មើនៃប្រាក់កក់នេះត្រូវបានកំណត់តាមរបៀបនិងបែបបទមួយដែលមិនត្រូវអោយរារាំងដល់ការអនុវត្តនីតិវិធីនេះដោយមិនសមហេតុផល។[69]

អាជ្ញាធរគយមានសមត្ថកិច្ចៈ

- រឹបអូស និងបំផ្លាញចោលនូវទំនិញដែលបានរំលោភបំពាន
- អ្នកត្រូវដឹងថា នៅទីណា និង ពេលណាដែលទំនិញក្លែងក្លាយត្រូវបានគេនាំចូល
- ផ្តល់ជូនដល់អាជ្ញាធរមានសម្ថតកិច្ចនូវគំរូ ឬ រូបថតនៃទំនិញពិតប្រាកដ និងក្លែងក្លាយដើម្បីជួយដល់ការកំណត់នូវអត្តសញ្ញាណ

[68] អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ១២ កក្កដា ២០០៦,មាត្រា៣៨ កថាខណ្ឌទី៣

[69] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា ៣៨

- ត្រូវមានលិខិតប្រគល់សិទ្ធិ
- ត្រូវត្រៀមមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន ឃ្លាំងសម្រាប់រក្សាទុក
- ត្រូវមានការធានា ឬ ដាក់ប្រាក់ធានា
- ត្រូវសុំសេចក្ដីសម្រេចបណ្ដោះអាសន្នពីតុលាការ និងជម្រុញដំណើរការជំនុំជម្រះរបស់តុលាការ ។

៣.១.២.៣ នគរបាលសេដ្ឋកិច្ច និងកាំកុងត្រូល

នគរបាលសេដ្ឋកិច្ចជាអ្នកទទួលបន្ទុក និងមានកាតព្វកិច្ចអនុវត្តច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញាក្នុងការពិនិត្យទីផ្សារក្នុងស្រុកដោយធ្វើការសហការជាមួយមន្ត្រីកាំកុងត្រូល។ ប៉ូលីសសេដ្ឋកិច្ចជាភ្នាក់ងារអនុវត្តមួយដែលផ្ដល់ការគាំទ្រនូវរាល់សកម្មភាពនៃការអនុវត្តច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ នាយកដ្ឋានត្រួតពិនិត្យទំនិញ អាហារណ៍នីហារណ៍ និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម (កាំកុងត្រូល) ដោយបន្ថែមពីលើភារកិច្ចនៃការពង្រឹងការការពាររបស់ខ្លួនទៅលើទីផ្សារក្នុងស្រុកបានរួមសហប្រតិបត្តិការជាមួយនិងនាយកដ្ឋានគយ និងរដ្ឋាករ ដើម្បីពង្រឹងការការពារកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៅតាមព្រំដែន។

៣.១.២.៤ ចំណាត់ការរបស់សមត្ថកិច្ចតាមច្រកព្រំដែន

ក.ការព្យួរទុកនូវបែបបទទំនិញ

ក.១ ការជូនដំណឹងអំពីការព្យួរទុក

ក្នុងរយៈពេល ១០ ថ្ងៃនៃថ្ងៃធ្វើការ បន្ទាប់ពីបានទទួលនូវពាក្យបណ្ដឹង (របស់ម្ចាស់ម៉ាក ដែលបានចុះរួចហើយ) រដ្ឋបាលគយ និង រដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចត្រូវជូនដំណឹងទៅអ្នកប្ដឹងថា ពាក្យបណ្ដឹងរបស់ខ្លួនត្រូវបានទទួលស្គាល់ថាត្រឹមត្រូវ ឬបដិសេធ ឬមួយរក្សាទុកសម្រាប់ពិចារណានៅពេលក្រោយ។[70] រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករត្រូវជូនព័ត៌មានភ្លាមឱ្យម្ចាស់សិទ្ធិអំពីទីកន្លែង និងថ្ងៃដែលព្យួរទុកនូវការធ្វើបែបបទរបស់គយ និងរដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ក៏អាចស្នើឱ្យម្ចាស់សិទ្ធិផ្ដល់នូវព័ត៌មានទាំងឡាយណាដែលអាចធ្វើជាជំនួយក្នុងការអនុវត្តនូវអំណាចរបស់ខ្លួនផងដែរ។[71]

ក.២ រយៈពេលនៃការព្យួរទុក

ក្នុងរយៈពេលយល់ព្រមតាមកម្មវត្ថុនៃពាក្យបណ្ដឹងខាងលើនេះ រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករត្រូវព្យួរទុកនូវការធ្វើបែបបទទំនិញដែលមានទាក់ទងទៅនឹងពាក្យបណ្ដឹង។ ការព្យួរទុកនេះត្រូវនៅជាធរមានក្នុងរយៈពេល

---

[70] ច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា ៣៧

[71] ច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា ៤៤

ដំបូង និងក្នុងរយៈពេលដែលបានពន្យាមិនលើសពី ១០ ថ្ងៃ នៃថ្ងៃធ្វើការ។[72] បន្ទាប់មករដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករត្រូវជូនព័ត៌មានភ្លាមទៅអ្នកនាំចូល និងអ្នកប្តឹងអំពីការព្យួរទុកនូវការធ្វើបែបបទទំនិញដោយបញ្ជាក់ពីមូលហេតុនៃការព្យួរទុក ទន្ទឹមជាមួយគ្នានោះដែររដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករត្រូវបញ្ជាក់នូវឈ្មោះ និងអាសយដ្ឋាន នៃអ្នកប្តឹងដល់អ្នកនាំចូលផងដែរ។

ក្រោយពីទទួលបានដំណឹងអំពីការព្យួរទុកនូវការធ្វើបែបបទទំនិញ អ្នកប្តឹងមានរយៈពេល ១០ ថ្ងៃ នៃថ្ងៃធ្វើការដើម្បីផ្តួចផ្តើមបន្តចំណាត់ការដែលឈានទៅដល់ការសម្រេចនូវអង្គសេចក្តីនៃករណីនេះ។ ក្នុងករណីសមស្របរយៈពេលនេះអាចត្រូវបានពន្យាពេល ១០ ថ្ងៃទៀតនៃថ្ងៃធ្វើការ។[73] កាលបើក្នុងរយៈពេលដូចដែលបានកំណត់នេះ រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករបានទទួលនូវព័ត៌មានថាចំណាត់ការដែលនាំដល់ការសម្រេចនូវអង្គសេចក្តីនៃករណីនេះមិនត្រូវបានផ្តួចផ្តើមឡើងដោយភាគីមួយទៀតផ្សេងពីចុងចម្លើយ ឬថាអាជ្ញាធរដែលបានប្រគល់សិទ្ធិត្រឹមត្រូវមិនអនុវត្តនូវវិធានការបណ្តោះអាសនដើម្បីពន្យាការដោះលែងទំនិញទេ ទំនិញនេះនឹងត្រូវដោះលែងតែក្នុងករណីដែលលក្ខខណ្ឌផ្សេងៗទៀតសម្រាប់ការនាំចូល ឬនាំចេញត្រូវបានគោរព។ ផ្ទុយទៅវិញប្រសិនបើចំណាត់ការ ដែលនាំអោយមានការសម្រេចនូវអង្គសេចក្តីនៃករណីត្រូវបានផ្តួចផ្តើមឡើង ការពិនិត្យឡើងវិញមានទាំងការធ្វើសវនាការផងដែរត្រូវបានរៀបចំឡើងតាមការស្នើសុំពីសំណាក់ចុងចម្លើយ ដើម្បីសម្រេចក្នុងរយៈពេលមួយសមស្របថាតើវិធាននេះត្រូវតម្កល់កែតម្រូវ ឬលុបចោល។

ក.៣ សិទ្ធិត្រួតពិនិត្យ និង សិទ្ធិទទួលព័ត៌មាន

រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចផ្សេងៗទៀតអាចអនុញ្ញាតឱ្យម្ចាស់សិទ្ធិអ្នកនាំចូល ឬអ្នកនាំចេញពិនិត្យនូវទំនិញដែលបានព្យួរទុកតាមបែបបទគយ និង ដកហូតនូវគម្រូដើម្បីពិនិត្យសាកល្បង និងវិភាគក្នុងគោលបំណងបញ្ជាក់ឱ្យដឹងថាទំនិញនោះពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយ ឬមិនក្លែងក្លាយ។ ក្រោយពេលដែលពិនិត្យទំនិញហើយដឹងថាជាទំនិញពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយ រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ អាចជូនព័ត៌ទៅម្ចាស់សិទ្ធិនូវឈ្មោះ និងអាសយដ្ឋាននៃអ្នកនាំចេញ អ្នកនាំចូល អ្នកទទួល និង បរិមាណទំនិញដោយមិនធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់ការការពារនូវព័ត៌មានសម្ងាត់រដ្ឋបាលគយ និង រដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចផ្សេងៗទៀត អាចផ្តល់ទៅឱ្យម្ចាស់សិទ្ធិនូវច្បាប់ចម្លងនូវឯកសារទំនិញទាំងនោះ ឬនូវព័ត៌មានដែលមាន ឬឯកសារដែលទាក់ទងនឹងការនាំចូល និង ការនាំចេញនូវទំនិញប្រហាក់ប្រហែលពីមុនដោយនាំចូល ឬអ្នកនាំចេញដដែលនេះតាមសំណូមពររបស់ម្ចាស់សិទ្ធិ។[74] អាជ្ញាធរសាធារណៈ និង មន្ត្រីទទួលបន្ទុកត្រូវបានលើកលែងពីការទទួលខុសត្រូវចំពោះ

---

[72] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា ៣៩

[73] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា ៤០

[74] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា ៤២

វិធានការដោះស្រាយដោយសមស្របនៅពេលដែលសកម្មភាពទាំងនោះត្រូវបានធ្វើ ឬមានបំណងនឹងធ្វើដោយស្មោះត្រង់។[75]

ក.៤ សំណងចំពោះអ្នកនាំចូល និង ចំពោះម្ចាស់ទំនិញ

អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចដែលពាក់ព័ន្ធមានសិទ្ធិសម្រេចឱ្យអ្នកដែលប្តឹងសងទៅម្ចាស់អ្នកនាំចូល អ្នកនាំចេញ និងអ្នកទទួលទំនិញនូវបំណងសមស្របចំពោះការខូចខាតរបស់គេដែលបណ្តាលមកពីការឃាត់ទំនិញដោយមិនត្រឹមត្រូវ ឬការឃាត់ទុកទំនិញដែលដោះលែង។ ក្នុងករណីភាគីណាមួយមិនយល់ព្រមតាមការកំណត់សេចក្តីសម្រេចនេះភាគីនោះមានសិទ្ធិប្តឹងទៅតុលាការ។[76]

ខ.ការបំផ្លាញនូវទំនិញដែលពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយ

ដោយមានសេចក្តីសម្រេចពីតុលាការ រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ និងអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចមានសិទ្ធិបំផ្លាញចោលនូវទំនិញដែលពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយទាំងនោះ។ រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករមិនត្រូវអនុញ្ញាតឱ្យធ្វើការណែនាំចេញបន្តនូវទំនិញដែលពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយឬដាក់ទំនិញនេះឱ្យនៅក្រោមនីតិវិធីផ្សេងរបស់គយឡើយ។[77]

៣.១.៣ វិធានការរបស់ការិយាល័យវិវាទ

ការិយាល័យវិវាទ គឺជាការិយាល័យមួយចំណុះឱ្យនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។[78] ការិយាល័យនេះត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងគោលបំណង ដើម្បីសម្របសម្រួល និងដោះស្រាយវិវាទកម្មសិទ្ធិបញ្ញាដែលស្ថិតនៅក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មតាមនីតិវិធីរដ្ឋបាល។ ជាមួយគ្នានោះផងដែរ ការិយាល័យចុះបញ្ជីម៉ាកពាណិជ្ជកម្មក្រៅពីមានតួនាទីចុះបញ្ជីម៉ាកក៏មានតួនាទីដោះស្រាយវិវាទម៉ាកផងដែរ។ ការិយាល័យនេះទទួលនឹងដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ា និង បណ្តឹងជំទាស់មុនពេលម៉ាកត្រូវបានចុះបញ្ជី។

ការិយាល័យវិវាទមានភារកិច្ចដោះស្រាយនូវវិវាទដែលទាក់ទងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដែលបានកំណត់តួនាទីដូចតទៅ ៖[79]

- ពិនិត្យ និង ដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ាក្នុងការលុបម៉ាក ការចុះបញ្ជី

---

[75] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា ៤៥

[76] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា ៤៦

[77] ប្រកាសស្តីពីការរៀបចំ និង ការប្រព្រឹត្តទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា , លេខ ២១១ MOC , SM ចុះថ្ងៃទី ១៨ ខែ កញ្ញា ឆ្នាំ ២០០៧, ប្រការ ៣

[78] ប្រកាសស្តីពីការរៀបចំ និង ការប្រព្រឹត្តទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា , លេខ ២១១ MOC, SM ចុះថ្ងៃទី ១៨ ខែ កញ្ញា ឆ្នាំ ២០០៧, ប្រការ ៣

[79] ប្រកាសស្តីពីការរៀបចំ និង ការប្រព្រឹត្តទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា , លេខ ២១១ MOC, SM ចុះថ្ងៃទី ១៨ ខែ កញ្ញា ឆ្នាំ ២០០៧, ប្រការ ៧

- ចេញលិខិតណែនាំតាមនិតិវិធីរដ្ឋបាល ចំពោះការរំលោភបំពានកម្មសិទ្ធបញ្ញាដែលនាយកដ្ឋានទទួលបន្ទុក
- ពិនិត្យ និង ដោះស្រាយវិវាទនៃការរំលោភបំពានម៉ាកទំនិញឬសេវាទំនិញដែលមានលក្ខណៈសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រ ការទទួលស្គាល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខ ការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណ និងសិទ្ធិធ្វើអាជីវកម្ម ជាពិសេស ព័ត៌មានសម្ងាត់ និងការសម្ងាត់ពាណិជ្ជកម្ម តាមនីតិវិធីរដ្ឋបាល
- សហការជាមួយអង្គភាពពាក់ព័ន្ធ មន្ទីរពាណិជ្ជកម្មខេត្ត ក្រុង ពិនិត្យធ្វើការអង្កេត និង បញ្ឈប់ការក្លែងបន្លំម៉ាក ទំនិញ ឬសេវា និងទំនិញដែលមានលក្ខណៈសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រដែលមានទំនាស់នៅលើទីផ្សារ
- សហការជាមួយអង្គការពាក់ព័ន្ធ មន្ទីរពាណិជ្ជកម្មខេត្ត ក្រុង ពិនិត្យ និងដោះស្រាយវិវាទព័ត៌មានសម្ងាត់ ការសម្ងាត់ពាណិជ្ជកម្ម ការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណ និងសិទ្ធិធ្វើអាជីវកកម្មពិសេស
- សហការជាមួយអង្គការពាក់ព័ន្ធ មន្ទីរពាណិជ្ជកម្មខេត្ត ក្រុង ពិនិត្យ និងដោះស្រាយ វិវាទផ្សេងៗទៀតដូចជា ចំណេះដឹងប្រពៃណី ការបង្ហាញដែលមានលក្ខណៈវប្បធម៌ប្រពៃណី និង ប្រភពធនធានបន្តពូជធម្មជាតិ
- រៀបចំបណ្តឹងឧទ្ធរណ៍ នៃករណីវិវាទកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដែលនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងបញ្ជូនទៅស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ចពាក់ព័ន្ធ ក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ា ឬតុលាការ
- ចូលរួមបំភ្លឺករណីវិវាទកម្មសិទ្ធិបញ្ញាដែលនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងនៅតុលាការតាមការ ស្នើសុំពីចៅក្រម
- រៀបចំឯកសារផ្សព្វផ្សាយ និងកម្មវិធីផ្សេងៗស្តីពីការរំលោភបំពានកម្មសិទ្ធបញ្ញាដើម្បី បង្កើនការយល់ដឹងជាសាធារណៈ និងកាត់បន្ថយការរំលោភបំពាន
- រៀបចំកត់ត្រា និងចងក្រងទិន្នន័យនៃវិវាទកម្មសិទ្ធិបញ្ញាទុកសិក្សាស្រាវជ្រាវវាយតម្លៃ និងដាក់ចេញគោលនយោបាយកម្មសិទ្ធបញ្ញាថ្មី និងកាត់បន្ថយការរំលោភបំពានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។

៣.១.៣.១ ការដាក់ពាក្យប្តឹង

ក. ប្តឹងជំទាស់នឹងម៉ាកដែលបានដាក់ពាក្យសុំចុះបញ្ជី

ក្នុងពេលដែលមានពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីច្រើនទាក់ទងនឹងម៉ាកដែលដូចគ្នា ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នាហើយត្រូវបានប្រើចំពោះទំនិញ ឬសេវាដូច ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នា ហើយបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីតាមពេលវេលាខុសគ្នា ឬក្នុងពេលជាមួយ ពេលនោះវិវាទមុខតែកើតមានឡើងដោយសារតែពួកគេកាន់ជំហរចង់ចុះបញ្ជីម៉ាកនោះដូចគ្នា។ ក្នុងករណីនេះ យោងតាមប្រការ៤ នៃប្រកាសស្តីពីការ រៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ការដោះស្រាយបណ្តឹងនៃវិវាទខាងលើគឺជាសមត្ថកិច្ចរបស់ការិយាល័យចុះបញ្ជីម៉ាកពាណិជ្ជកម្ម។

ខ. ប្តឹងទាស់នឹងម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច

ក្នុងរង្វង់ ៩០ (កៅសិប)ថ្ងៃ បន្ទាប់បានចុះផ្សាយក្នុងប្រត្តិប័ត្រផ្លូវការ ហើយជនណា ដែលមានការពាក់ព័ន្ធអាចជូនដំណឹងទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីពីការជំទាស់របស់ខ្លួន ចំពោះការចុះបញ្ជីម៉ាកតាមបែបបទ ដែលបានកំណត់ដោយឈរលើមូលដ្ឋាននៃការមិនបានបំពេញតាមលក្ខខណ្ឌនៃមាត្រា២ ចំណុច(ក) មាត្រា៤ និងមាត្រា៥ និងបទបញ្ញាទាំងឡាយដែលពាក់ព័ន្ធ។[80] ក្នុងករណីនេះ យោងតាមមាត្រា៤ នៃប្រកាសស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ការដោះស្រាយបណ្តឹងនៃវិវាទខាងលើ គឺជាសមត្ថកិច្ចរបស់ការិយាល័យចុះបញ្ជីម៉ាកពាណិជ្ជកម្ម។

គ. ប្តឹងមោឃភាពដល់ការចុះបញ្ជីម៉ាក

យោងតាមមាត្រា១៣ (ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិន ស្មោះត្រង់ចែងថា ជនណា ដែលមានការពាក់ព័ន្ធអាចស្នើសុំមកក្រសួងពាណិជ្ជកម្មឲ្យផ្តល់មោឃភាពដល់ការចុះបញ្ជីម៉ាកបាន។ ពាក្យស្នើសុំនេះអាចធ្វើបាន ទោះផុតរយៈពេល ៩០ថ្ងៃបន្ទាប់ពីការបោះពុម្ពផ្សាយក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការក៏ដោយ។

ឃ. ប្តឹងពីបទរំលោភបំពានពាណិជ្ជ ឬសេវាសញ្ញា

បើយោងតាមមាត្រា១១ ចំណុច ខ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាកចែងថា ម្ចាស់ដើមនៃម៉ាកមានសិទ្ធិ ប្តឹងទៅតុលាការប្រឆាំងនឹងជនណាម្នាក់ ដែលប្រើប្រាស់ដោយរំលោភនូវម៉ាករបស់ខ្លួនដោយគ្មានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ដើម។ ម្ចាស់ដើមក៏មានសិទ្ធិក្នុងការប្តឹងផងដែរចំពោះតតិយជនដែលបានប្រើប្រាស់នូវសញ្ញាដែលប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងម៉ាកដែលខ្លួនបានចុះបញ្ជីរួចហើយនោះ ឬការប្រើប្រាស់ម៉ាកដែលទាក់ទិនទៅនឹងទំនិញ និងសេវាដែលប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងទំនិញ ឬសេវានៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយនោះដែលអាចបណ្តាលឲ្យមានការភ័ន្តច្រឡំជាសាធារណៈ។ ក្នុងករណីនេះសមត្ថកិច្ចដែលត្រូវដោះស្រាយនោះ គឺជាសមត្ថកិច្ចដោះស្រាយរបស់ការិយាល័យវិវាទ។

៣.១.៣.២ ការពិនិត្យពាក្យបណ្តឹង និងការចេញសេចក្តីសម្រេច

ក. ការពិនិត្យពាក្យបណ្តឹងជំទាស់ក្រោយចុះបញ្ជី

ការពិនិត្យពាក្យបណ្តឹងជំទាស់ក្រោយពេលចុះបញ្ជី គឺជាការពិនិត្យទៅលើ ឈ្មោះអ្នកប្តឹងជំទាស់ ឬភ្នាក់ងារតំណាង អាសយដ្ឋានទំនាក់ទំនង ជំពូកទំនិញ ម៉ាក កាលបរិច្ឆេទដាក់ពាក្យ លេខ ដាក់ពាក្យ និងលេខចុះបញ្ជី។

[80] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា១០ ចំណុច គ

បន្ទាប់ពីបានទទួលពាក្យបណ្តឹងពីម្ចាស់ដើមនៃម៉ាក ការិយាល័យវិវាទត្រូវជូនដំណឹងពីការប្តឹងនេះទៅគូវិវាទ។ ស្របពេលជាមួយគ្នានេះដែរ ការិយាល័យតំរូវឲ្យភាគីទាំងសងខាងផ្តល់ឯកសារគាំទ្រ (Counter-statement) ដោយទុកឲ្យរយៈពេល ៤៥ ថ្ងៃ និងអាចពន្យាពេលថែម ៤៥ ថ្ងៃបន្ថែមទៀត។

ក្រោយពីទទួលពាក្យបណ្តឹង និងពិនិត្យសព្វគ្រប់ហើយគូវិវាទអាចធ្វើការស្នើសុំបើកសវនាការ ដូច្នេះមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវចាត់ចែងឲ្យមានសវនាការ បើភាគីណាមួយ ឬភាគីទាំងពីរនៃជម្លោះស្នើសុំជាលាយលក្ខណ៍អក្សរឲ្យមានសវនាការមុនពេលចេញសេចក្តីសម្រេចណាមួយ ពាក្យស្នើសុំសវនាការនេះត្រូវធ្វើឡើងនៅមុនពេល ឬក្រោយពេល ០១ ខែ បន្ទាប់ពីថ្ងៃដាក់ពាក្យបណ្តឹង ឬឯកសារគាំទ្ររបស់ខ្លួនមកកាន់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។ ក្នុងករណីគ្មានពាក្យស្នើសុំសវនាការជាផ្លូវការតាមការកំណត់ខាងលើ តាមឆន្ទានុសិទ្ធិដែលផ្តល់ដោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីអាចចេញសេចក្តីសម្រេចរបស់ខ្លួនដោយគ្មានសវនាការ ឬបើយល់ឃើញថាចាំបាច់ត្រូវអញ្ជើញភាគីនៃជម្លោះទាំងសងខាងមកធ្វើសវនាការ។

នៅពេលទទួលបានសំណើសុំធ្វើសវនាការរួចហើយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវជូនដំណឹងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរអំពីកាលបរិច្ឆេទនៃការបើកសវនាការយ៉ាងតិច ០៧ថ្ងៃ នៃថ្ងៃធ្វើការ មុនពេលបើកសវនាការទៅបុគ្គលដែលបានដាក់ពាក្យស្នើសុំធ្វើសវនាការ និងបុគ្គលដែលពាក់ព័ន្ធដទៃទៀត។[81]

ខ. សេចក្តីសម្រេច

ក្រោយពីមានសេចក្តីសម្រេចរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី អំពីការផ្តល់មោឃភាពនៃការចុះបញ្ជី ឬការរក្សាទុកការចុះបញ្ជី ឬមួយសេចក្តីសម្រេចឲ្យកែតម្រូវម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី បើភាគីណាមួយមិនយល់ព្រមនឹងសេចក្តីសម្រេចនោះ អាចប្តឹងតវ៉ាទៅក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ា[82] របស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ឬប្តឹងទៅតុលាការមានសមត្ថកិច្ចក្នុងរយៈពេល ០៣ខែ បន្ទាប់ពីចេញសេចក្តីសម្រេច។ អនុលោមតាមមាត្រា៦២ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ភាគីមានផលប្រយោជន៍មានសិទ្ធិប្តឹងតវ៉ាអំពីសេចក្តីសម្រេចរបស់ក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ារបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មទៅតុលាការមានសមត្ថកិច្ច ក្នុងរយៈពេល ០៣ខែ បន្ទាប់ពីថ្ងៃចេញសេចក្តីសម្រេច។[83] អនុលោមតាមមាត្រា ៦២ ដដែលនេះនៅពេលដែលតុលាការ

[81] អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ១២ កក្កដា ២០០៦,មាត្រា៣២ កថាខណ្ឌទី២

[82] ក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ាមិនទាន់មានទេនៅកម្ពុជា

[83] អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ១២ កក្កដា ២០០៦,មាត្រា២៤ កថាខណ្ឌទី៨

សម្រេចលើបណ្តឹងតវ៉ាតម្រូវឲ្យលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជី ឬរក្សាទុក ឬកែតម្រូវម៉ាក មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវអនុវត្តតាមសេចក្តីសម្រេចនេះ។[84]

៣.២ យន្តការតាមផ្លូវតុលាការ

៣.២.១ វិធានការបណ្តោះអាសន្នតាមផ្លូវតុលាការ

វិធានការបណ្តោះអាសន្ន ជាវិធានការបន្ទាន់ និងមានប្រសិទ្ធិភាពដែលចេញដោយតុលាការតាមសំណើរបស់អ្នកប្តឹង ដែលបានប្តឹងទៅតុលាការរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ឬអ្នកដែលទទួលសិទ្ធិស្របច្បាប់របស់ម្ចាស់ម៉ាកដើម្បី៖

- ទប់ស្កាត់ការរំលោភបំពានសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដែលកំពុងតែកើតមាន ឬការរំលោភបំពាន ដែលបម្រុងនឹងកើតមានឡើង ហើយដើម្បីទប់ស្កាត់ការហូរចូលទំនិញក្នុងបណ្តាញពាណិជ្ជកម្ម ដែលមានស្ថិតក្នុងដែនសមត្ថកិច្ចរបស់ខ្លួន រួមទាំងទំនិញនាំចូលបន្ទាប់ពីការត្រួតពិនិត្យរបស់គយ។[85]
- រក្សាទុកភស្តុតាងដែលពាក់ព័ន្ធចំពោះការរំលោភបំពានជាក់ស្តែង។[86] ក្រោយពីធ្វើការឃាត់ទុកនូវភស្តុតាងទាំងឡាយហើយ និងធ្វើការរឹបអូសជាបណ្តោះអាសន្ននូវទំនិញនានា ដើម្បីធានាមានការទូទាត់ត្រឹមត្រូវ។ ការរឹបអូស និងការឃាត់ទុកនេះក្នុងគោលដៅដើម្បីរក្សាឲ្យបាននូវផលប្រយោជន៍ម្ចាស់ដើមនៃម៉ាក ព្រោះក្នុងករណីនេះជាលក្ខខណ្ឌដ៏ល្អមួយដើម្បីឲ្យជឿជាក់ថារាល់ទំនិញដែលក្លែងបន្លំ និងការរំលោភម៉ាកនឹងមិនកើតឡើងក្នុងករណីដែលមានការត្រួតពិនិត្យ និងស្រាវជ្រាវបានច្បាស់លាស់។ នេះជាការពន្យាពេលដើម្បីធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវដើម្បីកុំឲ្យមានការរំលោភម៉ាកកើតឡើង។
- ការពារព្យសនៈកម្មដែលមិនអាចជួសជុលបានរបស់ម្ចាស់ម៉ាក។

អាជ្ញាធរ និងតុលាការដែលទទួលខុសត្រូវចំពោះការគ្រប់គ្រងអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីកម្មសិទ្ធិបញ្ញាមានអំណាចចេញបញ្ជាអោយអនុវត្តវិធានការបណ្តោះអាសន្នភ្លាមៗ និងប្រសិទ្ធភាពដោយឈរលើភស្តុតាងជាក់ស្តែងដើម្បីរាំងការរំលោភបំពាននិងរក្សាទុកភស្តុតាងដែលពាក់ព័ន្ធ។ ក្នុងករណីដែលដើម្បីបានផ្តល់នៅភស្តុតាងត្រឹមត្រូវ ដែលមានហើយធ្វើឲ្យតុលាការយល់ស្របក្នុងកម្រិតមួយគ្រប់គ្រាន់សន្និដ្ឋានបញ្ជាក់ថាដើមចោទគឺជាម្ចាស់ពិតប្រាកដ ហើយសិទ្ធរបស់អ្នកប្តឹងកំពុងត្រូវបានគេរំលោភបំពាន ឬការរំលោភនោះនឹងអាច

[84] អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និង អំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ១២ កក្កដា ២០០៦, មាត្រា២៤ កថាខណ្ឌទី១០

[85] កិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា(TRIPS), ឆ្នាំ១៩៩៤,មាត្រា៥០ កថាខណ្ឌទី១(ក)

[86] កិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា(TRIPS), ឆ្នាំ១៩៩៤,មាត្រា៥០ កថាខណ្ឌទី១(ខ)

កើតមានបានក្នុងពេលឆាប់ៗ។[87] ហើយដើមចោទអាចបញ្ជាក់បានថាអាចនិងមានភាពអន្តរាយដែលមិនអាចជួសជុលបានចំពោះម្ចាស់ម៉ាក ឬភ័ស្តុតាងនឹងត្រូវបំផ្លាញចោលដូចនេះតុលាការអាចនិងចេញនូវវិធានការបណ្តោះអាសន្នដែលអាចអនុវត្តបាន វិធានការទាំងពីរនោះរួមមានការឃាត់ទុក និងការរឹបអូស។

ការឃាត់ទុក គឺសំដៅលើការឃាត់ទុកនូវ ភស្តុតាងដែលពាក់ព័ន្ធ និងវត្ថុប្រើប្រាស់ការស្រាវជ្រាវរកវត្ថុប្រើប្រាស់និងសំភារៈលាក់បំពួនបញ្ហាអោយបញ្ឈប់នូវការរំលោភបំពាន។ ការឃាត់ទុកនេះគឺតំណាក់កាលដំបូងដែលមិនទាន់ធ្វើអីធ្ងន់ធ្ងរនៅឡើយទេ។ ការឃាត់ទុកគឺដើម្បីត្រួតពិនិត្យទៅលើវត្ថុទាំងនោះដើម្បីត្រួតពិនិត្យអោយបានច្បាស់លាស់។ ហើយប្រសិនបើក្នុងករណីដែលមានឃើញថាមានផលិតផលម៉ាកក្លែងក្លាយពិតមែននោះយើងឈានដល់វិធានការការរឹបអូស។

ក្រោយពីធ្វើការឃាត់ទុកនូវភស្តុតាងទាំងឡាយហើយ និងធ្វើការរឹបអូសជាបណ្តោះអាសន្ននូវទំនិញនានា ដើម្បីធានាមានការទូទាត់ត្រឹមត្រូវ។ ការរឹបអូស និងការឃាត់ទុកនេះក្នុងគោលដៅ ដើម្បីរក្សាអោយបាននូវប្រយោជន៍ម្ចាស់ដើមនៃម៉ាក ព្រោះក្នុងករណីនេះជាលក្ខខណ្ឌដ៏ល្អមួយដើម្បីអោយជឿជាក់ថារាល់ទំនិញដែលក្លែងបន្លំនិងការរំលោភបំពានម៉ាកនឹងមិនកើតឡើងក្នុងករណីដែលមានការត្រួតពិនិត្យនិងស្រាវជ្រាវបានច្បាស់លាស់។ នេះគឺជាការពន្យាពេលដើម្បីធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវកុំអោយមានការរំលោភបំពានម៉ាកកើតឡើង។

៣.២.១.១ លក្ខខណ្ឌនៃការអនុវត្តវិធានការបណ្តោះអាសន្ន

តាមសំណើរបស់អ្នកប្តឹងតុលាការមានអំណាចដាក់ចេញនូវវិធានការបណ្តោះអាសន្នជាបន្ទាន់ និងមានប្រសិទ្ធិភាពដើម្បីទប់ស្កាត់ការរំលោភ ការរំលោភដែលប្រុងនឹងកើតមាន ឬ រក្សាទុកនូវភស្តុតាងដែលពាក់ព័ន្ធ។[88] អនុលោមតាមមាត្រា ៣០ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រគួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ នៅពេលចាំបាច់ជាពិសេសនៅពេលមានការយឺតយ៉ាវអាចបណ្តាលឱ្យមានភាពអន្តរាយដែលនឹងមិនអាចធ្វើការជួសជុលបានចំពោះម្ចាស់សិទ្ធិ ឬនៅពេលដែលមានភស្តុតាងអាចនឹងត្រូវបំផ្លាញ តុលាការអាចដាក់ចេញនូវវិធានការបណ្តោះអាសន្នប្រសិនបើដើមចោទផ្តល់នូវ៖[89]

- ភស្តុតាងត្រឹមត្រូវដែលមាន ដែលអាចធ្វើឱ្យតុលាការយល់ស្របក្នុងកម្រិតមួយ គ្រប់គ្រាន់សម្រាប់សន្និដ្ឋានបញ្ជាក់ថា ដើមចោទ គឺជាម្ចាស់ពិតប្រាកដហើយសិទ្ធិរបស់អ្នកប្តឹងកំពុងត្រូវបានគេរំលោភ ឬការរំលោភនោះអាចនឹងកើតមានឡើងក្នុងពេលឆាប់ៗ។

[87] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២, មាត្រា៣០ ចំណុច ក

[88] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២, មាត្រា២៩ ចំណុច ក

[89] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២, មាត្រា៣០

- ប្រាក់កក់ធានាដែលតម្រូវ ឬការធានាដែលមានតម្លៃស្មើនៃប្រាក់កក់គ្រប់គ្រាន់ ក្នុងការការពារចុងចម្លើយ និងទប់ស្កាត់មិនឱ្យមានការរំលោភបំពាន។ ប្រាក់កក់ធានានេះ ត្រូវស្ថិតនៅក្រោមការកំណត់របស់តុលាការ ។

នៅពេលដែលវិធានការបណ្តោះអាសន្នត្រូវបានដាក់ចេញ តុលាការត្រូវជូនដំណឹងដល់ចុងចម្លើយអំពីសេចក្តីសម្រេចស្តីពីវិធានការបណ្តោះអាសន្ននោះ។ ក្នុងករណីនេះ ចុងចម្លើយអាចដាក់ពាក្យបណ្តឹងទៅកាន់តុលាការស្នើសុំឱ្យពិនិត្យវិធានការនោះឡើងវិញក្នុងរយៈពេល ១៥ (ដប់ប្រាំ) ថ្ងៃ នៃថ្ងៃធ្វើការ គិតពីថ្ងៃបានទទួលដំណឹងអំពីសេចក្តីសម្រេចរបស់តុលាការ។[90] តុលាការត្រូវផ្តល់នូវឱកាសសវនាការឱ្យដល់ភាគីដែលពាក់ព័ន្ធ ហើយត្រូវត្រួតពិនិត្យវិធានការនោះឡើងវិញ និងតម្កល់កែតម្រូវ ឬលុបចោលនូវសេចក្តីសម្រេចរបស់ខ្លួនក្នុងរយៈពេលមួយសមស្របតាមច្បាប់កំណត់។

៣.២.១.២ អានុភាពនៃវិធានការបណ្តោះអាសន្ន

នៅក្នុងរយៈពេល ២០ (ម្ភៃ) ថ្ងៃនៃថ្ងៃធ្វើការ គិតពីថ្ងៃបានទទួលដំណឹងអំពីការចេញនូវវិធានការបណ្តោះអាសន្ន ឬនៅក្នុងរយៈពេលមួយសមស្របដែលកំណត់ដោយតុលាការនៅក្នុងសេចក្តីសម្រេចអំពីអង្គសេចក្តីនៃករណីតុលាការត្រូវលុបចោលនូវវិធានការបណ្តោះអាសន្ននោះចោលវិញ ដោយផ្អែកតាមសំណើរបស់ចុងចម្លើយ។[91]

ករណីដែលវិធានការបណ្តោះអាសន្នត្រូវលុបចោលវិញ ឬក្នុងករណីដែលតុលាការសម្រេចនូវអង្គសេចក្តីតាមដំណាក់កាលជំរះក្តីស្របតាមមាត្រា ៣៣ តាមការផ្តួចផ្តើមរបស់ដើមចោទ ប៉ុន្តែបែជាគ្មានការរំលោភ ឬការគំរាមរំលោភទៅវិញ ដោយយោងតាមសំណើរបស់ចុងចម្លើយតុលាការត្រូវសម្រេចអោយដើមចោទសងឱ្យចុងចម្លើយនូវសំណងសមស្រប ចំពោះការខូចខាតនានា ដែលកើតមានឡើងដោយការអនុវត្តន៍នូវវិធានការបណ្តោះអាសន្ននោះ។[92]

៣.២.២.វិធានការបណ្តឹង

៣.២.២.១ បណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណី

ក្រមរដ្ឋប្បវេណីមានដាក់បញ្ចូលនូវនីតិវិធី ដែលទាក់ទិននឹងការវិនិច្ឆ័យរដ្ឋប្បវេណីការប្រតិបត្តិ និងវិធានការបណ្តោះអាសន្ននានា ហើយច្បាប់ស្តីពីកម្មសិទ្ធិនឹងមាន ចែងនូវបទបញ្ញត្តិនានាឧបាស្រ័យ និងវិធានការដោះស្រាយជាបណ្តោះអាសន្ន។ ហើយម៉្យាងទៀតក្រមរដ្ឋប្បវេណី និងក្រមនីតិវិធីរដ្ឋប្បវេណី បានចែងអំពីការ

[90] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា៣២ ចំណុច ក

[91] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា៣៣

[92] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា៣៤

ប្រគល់សិទ្ធិអំណាចតាមផ្លូវច្បាប់ឲ្យតុលាការ ដើម្បីចេញសេចក្តីសម្រេចសងការខូចខាតសម្រេចផ្តល់នូវចំនួនទឹកប្រាក់ជម្ងឺចិត្តចំពោះការខូតខាត និងវិធានការដោះស្រាយផ្សេងៗទោះជាគ្មានបទបញ្ញត្តិលំអិតក៏ដោយ។ ការទាមទារសំណងផ្នែករដ្ឋប្បវេណីគឺជាសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ពីព្រោះច្បាប់ម៉ាកពុំបានចែងអំពីរូបមន្តដើម្បីកំណត់អំពីការទាមទារសំណងនោះឡើយ ហើយច្បាប់ក៏ពុំបានបិទសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកក្នុងការទាមទារសំណងលើការខូចខាតដែលកើតចេញពីអំពើរំលោភ បំពានសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកដែរ។

ក.បណ្តឹង

នៅក្នុងបណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណីម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធិប្តឹង ទៅលើះ

- ម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធិប្តឹងទៅរំលោភបំពាន
- អាចជាអ្នកដទៃផ្សេងទៀតដែលស្ថិតនៅក្នុងបណ្តាញនៃការបែងចែកអ្នកនាំចូល អ្នកលក់ដុំ អ្នកបែងចែក អ្នកលក់រាយតូចតាច
- ពិចារណាប្តឹងតែចំពោះអ្នករំលោភណាដែលធំដុំឃើញច្បាស់ជាងគេ និងសង្ឃឹមថាការផ្សព្វផ្សាយអាក្រក់នោះ នឹងបង្អាក់អ្នកដ៏ទៃមិនអោយធ្វើតាម
- អាចសុំសេចក្តីសម្រេចបណ្តោះអាសន្នពីតុលាការក្នុងការរឹបអូស ឬ ឃាត់មិនឲ្យធ្វើសកម្មភាពរំលោភបំពានបន្តទៀត
- ពិន័យ និង ការសងការខូចខាត អាចត្រូវបានកំណត់ដោយតុលាការ
- រឹបអូស និង បំផ្លាញទំនិញដែលរំលោភបំពាន
- ប៉ុន្តែ អាចប្រើរយៈពេលយូរ ហើយការរំលោភបំពានអាចនៅតែបន្តក្នុងខណៈពេលដែលរឿងក្តីមិនទាន់បញ្ចប់នៅក្នុងតុលាការ។

ទណ្ឌកម្មរដ្ឋប្បវេណីចំពោះការក្លែងបន្លំម៉ាក គឺសំដៅដល់ការទទួលខុសត្រូវរបស់ជនល្មើស ដែលក្លែងបន្លំម៉ាកចំពោះម្ចាស់ម៉ាកដែលជាកម្មវត្ថុនៃការការពារ។ ទណ្ឌកម្មនេះរួមមានការហាមឃាត់មិនឲ្យបន្តប្រព្រឹត្តអំពើក្លែងបន្លំម៉ាកនេះតទៅទៀត តាមរយៈការបញ្ចប់ការប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះ នឹងការរឹបអូស ឬការបំផ្លាញទំនិញដែលប្រើប្រាស់ម៉ាកក្លែងក្លាយនោះចោល ហើយជនល្មើសក៏ត្រូវឲ្យសងសំណងរដ្ឋប្បវេណីក្នុងករណីក្លែងបន្លំម៉ាកនេះ និងជាទូទៅ គឺស្ថិតនៅក្រោមវិធាននៃនីតិរួម។

ខ. ទោសបញ្ញត្តិ

ការប្តឹងទាមទារសំណងផ្នែករដ្ឋប្បវេណីគឺជាសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ពីព្រោះច្បាប់ម៉ាកពុំបានចែងអំពីរូបមន្តដើម្បីកំណត់អំពីការទាមទារសំណងនោះឡើយ ហើយច្បាប់ក៏ពុំបានបិទសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកក្នុងការទាមទារ

សំណងលើការខូចខាតដែលកើតចេញពីអំពើរំលោភបំពានសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកដែរ។ ការទាមទារសំណងអាចត្រូវបានធ្វើឡើងដោយម្ចាស់ម៉ាកស្របច្បាប់ដោយផ្អែកទៅលើទំហំនៃព្យសនកម្ម និងភស្តុតាងបញ្ជាក់អំពីទំហំនៃព្យសនៈកម្មនោះ។

រាល់ព្យសនកម្មចំពោះម្ចាស់ម៉ាកដែលកើតចេញពីការរំលោភម៉ាក ម្ចាស់ម៉ាកដើមដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ អាចទាមទារសំណងផ្នែករដ្ឋប្បវេណីពីអ្នករំលោភបំពាន ហើយសំណងនោះអាចត្រូវបានទូទាត់ដោយផ្អែកទៅលើការខូចខាតក្នុងបីដំណាក់កាលដូចជា សំណងលើព្យសនៈកម្មជាក់ស្តែងនាពេលបច្ចុប្បន្ន សំណងលើព្យសនៈកម្មនាពេលអនាគត និងសំណងព្យសនៈកម្មគិតរាប់ចាប់ពីពេលដែលអំពើរំលោភបំពាន កើតមានឡើង។ សំណងទាំងបីតំណាក់កាលនេះអាចទាមទារក្នុងពេលតែមួយតាមរយៈបណ្តឹងរបស់ម្ចាស់ម៉ាកទៅតុលាការ។

❖ **សំណងលើព្យសនៈកម្មជាក់ស្តែងនាពេលបច្ចុប្បន្ន**

អំពើរំលោភម៉ាកដែលត្រូវបានប្រព្រឹត្តិឡើងដោយជនរំលោភបំពាន ហើយបានបង្កឲ្យមាន ផលប៉ះពាល់ដល់ផលប្រយោជន៍របស់ម្ចាស់ម៉ាកដែលកំពុងធ្វើអាជីវកម្មលើទីផ្សារ។ មិនត្រឹមតែប៉ុណ្ណោះ អំពើរំលោភម៉ាកបានធ្វើឲ្យម្ចាស់ម៉ាកស្របច្បាប់នោះបានបាត់បង់នូវលទ្ធភាពនៃការប្រកួតប្រជែងលើទីផ្សារ ដោយអតិថិជនរបស់ខ្លួនបានបង្វែទិសដៅទៅប្រើប្រាស់ទំនិញក្លែងក្លាយដែលមានតម្លៃថោកជាងទំនិញរបស់ម្ចាស់ម៉ាកដើម។ ក្នុងករណីនេះម្ចាស់ម៉ាកដើមមានសិទ្ធិក្នុងការទាមទារសំណងទៅលើការខូចខាត ដែលកំពុងតែកើតមានឡើងដែលបណ្តាលមកពីការក្លែងបន្លំរបស់អ្នករំលោភបំពាននោះ។

❖ **សំណងលើព្យសនៈកម្មនាពេលអនាគត**

អំពើរំលោភបំពានលើម្ចាស់ម៉ាកស្របច្បាប់ មិនត្រឹមតែបង្កឲ្យមានព្យសនៈកម្មក្នុងអំឡុងពេលនៃការរកឃើញអំពើរំលោភបំពាននោះទេ ថែមទាំងបង្កឲ្យមានព្យសនៈកម្មនាពេលអនាគតផងដែរ។ ម៉ាកមានគោលដៅដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជន និងទំនុកចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់មកលើផលិតផលរបស់សហគ្រាស ឬបុគ្គលដែលជាម្ចាស់ម៉ាកនោះ។ កាលណាមានផលិតផលក្លែងបន្លំ ផលិតផលក្លែងបន្លំនោះមិនត្រឹមតែធ្វើឲ្យម្ចាស់ម៉ាកដើមខាតបង់នូវរបរអាជីវកម្ម (ក្ស័យធន) របស់ខ្លួនប៉ុណ្ណោះទេ គឺថែមទាំងបាត់បង់នូវទំនុកចិត្តអ្នកប្រើប្រាស់ទូទៅដែលកើតចេញពីការក្លែងបន្លំម៉ាករបស់អ្នករំលោភបំពាននោះ។ ការខាតបង់ទាំងនោះរួមមានដូចជា ផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចសំភារៈ និងជាពិសេសគឺទំនុកចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់អាចត្រូវអូសបន្លាយដល់ទៅរាប់សិបឆ្នាំនាពេលអនាគតក៏មាន។ ក្នុងករណីនេះការខូចខាតដែលអាចកើតមាន និងអាចទូទាត់បាននាពេលអនាគតដែលជាកម្មវត្ថុនៃការទាមទារសំណងពីអ្នករំលោភបំពានដោយម្ចាស់ម៉ាកដើម។

❖ **សំណងព្យសនៈកម្មគិតរាប់ចាប់ពីពេលដែលអំពើរំលោភបំពានកើតមានឡើង**

ដូចគ្នានេះដែរប្រសិនបើអំពើរំលោភបំពាននោះត្រូវបានគេអនុវត្តអស់មួយរយៈពេលណាមួយនោះរហូតដល់ម្ចាស់ម៉ាកដើមបានដឹងអំពីអំពើនៃការរំលោភបំពាននោះម្ចាស់ម៉ាក គឺមានសិទ្ធិទាមទារសំណងទៅលើការខូចខាតសមមូលទាំងឡាយ ដោយគិតរាប់ចាប់ពីចំនុចចាប់ផ្តើមនៃអំពើរំលោភសិទ្ធិរហូតដល់ពេលដែលម្ចាស់សិទ្ធិស្របច្បាប់បានដឹង និងចាត់វិធានការរាំងខ្ទប់អំពើរំលោភសិទ្ធិនោះ។

៣.២.២.២ បណ្តឹងព្រហ្មទណ្ឌ

បណ្តឹងព្រហ្មទណ្ឌ គឺប្តឹងទៅកាន់អ្នករំលោភបំពានដើម្បីអោយមានការដាក់ទោសទណ្ឌ។ ទាក់ទងទៅនឹងការដាក់ទោសនេះ ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ក៏បានចែងអំពីទោសពិន័យជាប្រាក់ និងទោសជាប់ពន្ធនាគារផងដែរ។

នៅក្នុងបណ្តឹងព្រហ្មទណ្ឌមានទោសបញ្ញត្តិដូចជា៖

- ការផាកពិន័យ ការដាក់ទោសអោយជាប់ពន្ធនាគារ រួមទាំងការរឹបអូស និង ការបំផ្លាញទំនិញដែលរំលោភបំពាន
- មានបែបបទ និង ការបង្ហាញភស្តុតាងមានភាពល្អិតល្អន់ជាងបណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណី
- ការប្រឆាំងតបអាចខ្ពស់ជាងបណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណី
- មានករណីខ្លះដូចបណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណីដែរ បណ្តឹងព្រហ្មទណ្ឌអាចប្រើរយៈពេលយូរ ហើយនៅខណៈនោះ ការរំលោភបំពានអាចនៅតែមានបន្ត។

សម្រាប់អ្នករំលោភបំពាន ក៏មានសិទ្ធិគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការប្រឆាំងតបវិញគ្រប់វិធីដើម្បីកុំអោយជាប់ពន្ធនាគារបានដែរ។

❖ **ទោសបញ្ញត្តិ**

ជនណាដែលផ្តល់ពត៌មានមិនពិតដល់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំប្តឹងជំទាស់ ឬឯកសារដទៃ ដែលបានតម្កល់ទុក ទាក់ទិននឹងការស្នើសុំចុះបញ្ជី ការកែតម្រូវនៃការចុះបញ្ជី ការចុះបញ្ជីសាជាថ្មី ការលុបចោលនូវការចុះបញ្ជីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម ឬកិច្ចសន្យាផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណដែលទាក់ទងនឹងម៉ាក ត្រូវផ្តន្ទាទោសពិន័យជាប្រាក់ពី ១.000.000 (មួយលាន) រៀល ដល់ ៥.000.000 (ប្រាំលាន) រៀល និងត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី ១ (មួយ) ខែ ទៅ ៦ (ប្រាំមួយ) ខែ ឬទោសណាមួយនៃទោសទាំងពីរនេះ។[93]

[93] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់,០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា ៦៣

ជនណាដែលក្លែងបន្លំពាណិជ្ជសញ្ញា សេវាសញ្ញា ម៉ាកសមូហភាព ឬពាណិជ្ជនាមរបស់សហគ្រាសមួយផ្សេងទៀត ដែលបានចុះបញ្ជី នៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ដូចមានចែងនៅមាត្រា ១១ ចំណុច ខ ត្រូវផ្តន្ទាទោសពិន័យជាប្រាក់ពី ១.០០០.០០០ (មួយលាន) រៀល ដល់ ២០.០០០.០០០ (ម្ភៃលាន) រៀល និងត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី ១ (មួយ) ឆ្នាំ ដល់ ៥ (ប្រាំ) ឆ្នាំ ឬទោសណាមួយនៃទោសទាំងពីរនេះ។[94]

ជនណាដែលធ្វើត្រាប់តាម ពាណិជ្ជសញ្ញា សេវាសញ្ញា ម៉ាកសមូហភាព ឬពាណិជ្ជនាមរបស់ សហគ្រាសមួយ ដែលបានចុះបញ្ជីនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ក្នុងគោលបំណងបំភ័ន្តសាធារណជនឱ្យជឿថា ពាណិជ្ជសញ្ញា សេវាសញ្ញា ម៉ាកសមូហភាព ឬពាណិជ្ជនាមទាំងនោះ ជារបស់សហគ្រាស មួយផ្សេងទៀត ដូចមានចែងក្នុងមាត្រា ២៣ ត្រូវផ្តន្ទាទោស ពិន័យជាប្រាក់ពី ៥.000.000 (ប្រាំលាន)ដល់ ១0.000.000 (ដប់លាន) រៀល និងត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី ១ (មួយ) ខែ ដល់ ១ (មួយ) ឆ្នាំ ឬទោសណាមួយនៃទោសទាំងពីរនេះ ។[95]

ជនណាដែលនាំចូល លក់ ប្រកាសលក់ ឬមានបំណងលក់ ដោយចេតនានូវទំនិញដែលមានម៉ាកក្លែងបន្លំ ឬ មានចេតនាផ្តល់សេវា ចំពោះសេវាសញ្ញា ម៉ាកសមូហភាព ឬ ពាណិជ្ជនាមក្លែងបន្លំត្រូវផ្តន្ទាទោស តាមបទប្បញ្ញត្តិនៃមាត្រា ៦៤ នៃច្បាប់នេះ។ ជនណាដែលនាំចូល លក់ ប្រកាសលក់ ឬមានបំណងលក់ ដោយចេតនា នូវទំនិញដែល និងម៉ាកត្រាប់តាមគេ ត្រូវផ្តន្ទាទោសតាមបទប្បញ្ញត្តិនៃមាត្រា ៦៥ នៃច្បាប់នេះ ។[96]

ក្នុងករណីមិនរាងចាលចំពោះបទល្មើសនឹងមាត្រា ៦៤ ឬមាត្រា ៦៥ នៃច្បាប់នេះ ត្រូវផ្តន្ទាទោសទ្វេរឡើង ទាំងទោសពិន័យជាប្រាក់ ទាំងទោសដាក់ពន្ធនាគារ ដែលមានបញ្ញត្តិនៅក្នុងមាត្រានោះ។[97]

ទំនិញទាំងឡាយដែលបាននាំចូល លក់ ផ្តល់ឱ្យសម្រាប់លក់ ឬមានគោលបំណង ដូចមានចែងក្នុងមាត្រា ៦៦ ត្រូវរឹបអូស ឬនិងបំផ្លាញចោល តាមសេចក្តីសម្រេចរបស់តុលាការ ទោះជា មាន ឬគ្មានអ្នកណាម្នាក់ត្រូវបានជាប់ទោស ចំពោះបទល្មើសនេះក៏ដោយ។[98]

---

[94] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់,០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា ៦៤

[95] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់,០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា ៦៥

[96] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់,០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា ៦៦

[97] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់,០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា ៦៧

[98] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់,០៧ កុម្ភៈ ២០០២,មាត្រា ៦៩

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ក្រោយពីបានធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវទៅលើប្រធានបទស្តីពី “**ការរំលោភម៉ាក និងយន្តការដោះស្រាយនៅកម្ពុជា**” រួចមកយើងអាចធ្វើការសន្និដ្ឋានបានថា ម៉ាក ជាប្រភេទមួយនៃកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម ដែលប្រើប្រាស់ភ្ជាប់ជាមួយនឹងឈ្មោះសហគ្រាស ទាក់ទងនឹងកេរ្តិ៍ឈ្មោះលើទីផ្សារប្រកួតប្រជែង និងអាចទាក់ទាញអតិថិជនរបស់សហគ្រាសមួយនៅក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្ម។ ម្យ៉ាងវិញទៀត នៅក្នុងបរិបទច្បាប់នៃប្រទេសកម្ពុជាយើង ទទួលស្គាល់ និងអនុញ្ញាតអោយចុះបញ្ជីតែម៉ាកដែលអាចមើលឃើញតែប៉ុណ្ណោះ ដូចដែលមានចែងនៅក្នុងមាត្រា២ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ បានអោយនិយមន័យនៃម៉ាកថា “ម៉ាក គឺជាសញ្ញាដែលមើលឃើញ ហើយអាចសំគាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវា នៃសហគ្រាសនីមួយៗ ។ ម៉ាកដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់ទំនិញហៅថា ពាណិជ្ជសញ្ញា ហើយម៉ាកដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់សម្គាល់ សេវា ហៅថា សេវាសញ្ញា” ។ ទន្ទឹមគ្នានេះដែរ ច្បាប់ក៏បានបញ្ញត្តិអំពីម៉ាកដែលមិនអាចធ្វើការចុះបញ្ជីបាន ដូចជា ម៉ាកដែលមិនអាចសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬ សេវារបស់សហគ្រាសមួយទៅនឹងសហគ្រាសមួយ ផ្សេងទៀត ម៉ាកដែលផ្ទុយសណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈសីលធម៌និងប្រពៃណីល្អរបស់កម្ពុជា ម៉ាកដែលអាចនាំឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ភាន់ច្រឡំទៅនឹងលក្ខណៈទូទៅរបស់ទំនិញ និងសេវា ម៉ាកដែលដូច ឬ ប្រហាក់ប្រហែលនឹងសញ្ញាជាតិ ឬ អង្គការអន្តរជាតិ។ ជាមួយគ្នានេះផងដែរ ដោយសារតែភាពរីកចម្រើនយ៉ាងខ្លាំងទៅលើវិស័យពាណិជ្ជកម្ម រួមនឹងការប្រកួតប្រជែងលើវិស័យនេះ បើទោះបីជាច្បាប់នៅកម្ពុជាបានចែងអំពីការការពារនៃម៉ាកក៏ពិតមែន ក៏នៅតែមានការលេចឡើងនូវសកម្មភាពនៃការរំលោភបំពានទៅលើម៉ាកជាច្រើន រួមមានការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាកទាក់ទងទៅនឹង ការធ្វើត្រាប់តាម ការផលិតឡើងវិញ ការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ និងការប្រើប្រាស់ម៉ាកដែលគ្មានការអនុញ្ញាត។ សកម្មភាពទាំងអស់នេះហើយសុទ្ធសឹងតែជាការរំលោភបំពានទៅលើម៉ាក ដែលធ្វើប៉ះពាល់ដល់ផលប្រយោជន៍របស់ម្ចាស់ម៉ាកជាទីបំផុត។ ស្របពេលជាមួយគ្នានេះផងដែរ ដើម្បីប្រឆាំងនូវសកម្មភាពនៃការរំលោភបំពានដែលកើតមានឡើងទាំងនោះ ច្បាប់នៅកម្ពុជាក៏បានកំណត់រួចទុកជាស្រេចអំពីយន្តការដោះស្រាយតាមរយៈ វិធានការរដ្ឋបាល វិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន រួមនិងវិធានតាមផ្លូវតុលាការ នៅពេលមានវិវាទកើតឡើង។ ការដោះស្រាយវិវាទនេះធ្វើឡើងទៅមានដោយមានការស្នើសុំពីម្ចាស់ម៉ាក ដោយការធ្វើបណ្តឹងជាលាយលក្ខអក្សរ ស្តីពីការរំលោភម៉ាករបស់ខ្លួនដែលបានធ្វើការចុះបញ្ជីរួចហើយទៅកាន់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីដើម្បីទទួលបាននូវដំណោះស្រាយយុត្តិធម៌។

សរុបសេចក្តីមក ទោះបីជាម៉ាកមួយទទួលបានការការពារស្របច្បាប់តាមរយៈការចុះបញ្ជីរួចហើយក៏ដោយ ក៏សកម្មភាពនៃការរំលោភបំពានលើម៉ាកចេះតែកើតមានឡើងគ្រប់ទម្រង់នៅពេលដែលម៉ាកណាមួយចាប់ផ្តើមមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះនិងទទួលបានការគាំទ្រពីអតិថិជន ដែលនាំអោយជនខិលខូចឆ្លៀតឱកាសធ្វើការក្លែង

បន្លំលើម៉ាកនោះដើម្បីអោយអតិថិជនមានការភាន់ច្រឡំថាជាម៉ាកតែមួយដែលធ្វើអោយប៉ះពាល់ដល់ផលប្រយោជន៍របស់ម្ចាស់ម៉ាក។ ក្នុងករណីនេះ ម្ចាស់ម៉ាកអាចធ្វើការដោះស្រាយតាមវិធានការរដ្ឋបាល និងមានសិទ្ធិប្ដឹងទៅតុលាការដើម្បីប្រឆាំងទៅលើសកម្មភាពនៃការរំលោភបំពាន។

អនុសាសន៍

ទីផ្សារប្រកួតប្រជែងនៅក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មនៅប្រទេសកម្ពុជា គឺជាការប្រកួតប្រជែងដោយសេរីដោយសង្កេតឃើញថាមានទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសនីមួយបានធ្វើការប្រកួតប្រជែងគ្នាយ៉ាងខ្លាំង ។ ទន្ទឹមគ្នានេះសកម្មភាពរំលោភបំពានលើម៉ាកតាមរយៈការក្លែងបន្លំលើម៉ាកក៏កើតមានឡើងផងដែរនៅក្នុង ទីផ្សារកម្ពុជាដោយមានផលិតផលជាច្រើននៅលើទីផ្សារដែលមានលក្ខណៈស្រដៀងគ្នា ដែលស្ទើតែដូចគ្នាទាំងស្រុងធ្វើ អតិថិជន សាធារណៈមានការភ័ន្តច្រឡំមិនអាចបែងចែកលក្ខណៈខុសគ្នា រួមទាំងធ្វើអោយប៉ះពាល់ដល់ផលប្រយោជន៍ស្របច្បាប់របស់ម្ចាស់ម៉ាកយ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរជាទីបំផុត។ ដូចនេះដើម្បីរាំងរាំងនូវសកម្មភាពរំលោភបំពានទៅលើម៉ាក រួមទាំងការការពារម៉ាកផងដែរនោះ ម្ចាស់ម៉ាក និងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធគប្បី ៖

- នៅពេលដែលម្ចាស់ម៉ាក បានបង្កើតបានជាស្នាដៃរបស់ខ្លួនចាំបាច់ត្រូវតែយកម៉ាករបស់ខ្លួននោះទៅចុះបញ្ជីនៅនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាដើម្បីទទួលបានការការពារម៉ាក។
- ស្ថាប័នពាក់គប្បធ្វើការផ្សព្វផ្សាយអោយបានយ៉ាងទូលំទូលាយនិងធ្វើការអប់រំដល់សាធារណៈជនពីផលប្រយោជន៍ដែលខ្លួនទទួលបានពីការចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ខ្លួននោះ។
- ធ្វើការបើកសិក្ខាសាលាផ្សេងៗក្នុងគោលបំណងបណ្តុះបណ្តាលមន្ត្រីពាក់ព័ន្ធ អោយកាន់តែមានចំណេះដឹងទាក់ទៅនឹងម៉ាក អោយស៊ីជម្រៅបន្ថែមទៀត ។
- ពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់មន្ត្រីដែលមានសមត្ថកិច្ច រួមមាន រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ មន្ត្រីកាំកុងត្រូល និងមន្ត្រីប៉ូលីសសេដ្ឋកិច្ច ក្នុងការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ដើម្បីទប់ស្កាត់នូវសកម្មភាពនៃការរំលោភលើម៉ាក ក៏ដូចជាការនាំចេញ នាំចូលនូវទំនិញពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយ ឬខុសច្បាប់ផងដែរ។

ឯកសារយោង

លិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តិជាតិ

១. ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ថ្ងៃទី០៧ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០០២

២.អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ថ្ងៃទី១២ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០០៦

៣.ប្រកាសស្តីពីការរៀបចំ និង ការប្រព្រឹត្តិទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ថ្ងៃទី១៨ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០០៧

លិខិតបទដ្ឋានអន្តរជាតិ

៤.អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសស្តីពី កិច្ចការពារឧស្សាហកម្ម ថ្ងៃទី២០ ខែមីនា ឆ្នាំ១៨៨៣

៥.ពិធីសារទីក្រុងម៉ាឌ្រីដ ស្តីពីការចុះបញ្ជីម៉ាកក្នុងក្របខណ្ឌអន្តរជាតិ ថ្ងៃទី០៥ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១៥

៦.កិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា(TRIPS), ឆ្នាំ១៩៩៤

៧. អនុសាសន៍រួមទាក់ទងនឹងបទប្បញ្ញត្តិស្តីពីកិច្ចការពារម៉ាកល្បី ថ្ងៃទី២៩ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ១៩៩៩

សៀវភៅ

៨. កាន់ សុទ្ធប៉ូលីន, នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, បោះពុម្ពលើកទី២ ឆ្នាំ២០១៤

៩. ឥន យឿន និង អ៊ុក វណ្ណារ័ត្ន, នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, បោះពុម្ពលើកទី១ ឆ្នាំ២០១៣

១០. លឹម យូសួ, មេរៀនស្តីពីនីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, ចូលមើលថ្ងៃទី ២៣ ខែ មិថុនា ឆ្នាំ២០២១

១១. នី វិចិត្រ, នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញាកម្ពុជា, បោះពុម្ពលើកទី១ ឆ្នាំ២០១៣

Website

១២. ការសែតភ្នំពេញប៉ុស្ដិ៍, បទសម្ភាស៍ស្តីពីទោសរំលោភច្បាប់ម៉ាកពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ចូលមើលថ្ងៃទី ២៨ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២១, គេហទំព័រ https://www.postkhmer.com/

១៣.បទសម្ភាស៍ស្តីពីច្បាប់/តើការលួចប្រើម៉ាក-កម្មសិទ្ធិ-ប្រឈមនឹងទោសបែបណា បកស្រាយដោយ លោកមេធាវី **ខាន់ ច័ន្ទកូលិច** គេហទំព័រ **https**://**www.postkhmer.com**/

១៤.កិច្ចពិភាក្សាពិសេសនិយាយអំពីកម្មសិទ្ធិបញ្ញាការរំលោភលើម៉ាកដែលជួបប្រទះជាញឹកញ៉ាប់ លោកមេធាវី **ពេជ អង្គ** ស្ថាបនិក និងជាអតីតប្រធានសមាគមកម្មសិទ្ធិបញ្ញាកម្ពុជា គេហទំព័រ **http**://**pichlegal.com** /**news**/1599316453

១៥.ទោសរំលោភច្បាប់ម៉ាកពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ គេហទំព័ https://www. postkhmer.com/

ឧបសម្ព័ន្ធ

ឧបសម្ព័ន្ធ

ឧបសម្ព័ន្ធទី១ ៖ ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

ឧបសម្ព័ន្ធទី២ ៖ អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

ព្រះរាជក្រម

នស/រកម/០២០២/០០៦

យើង

ព្រះបាទសម្តេចព្រះ នរោត្តម សីហនុ

រាជហរិវង្ស ឧភតោសុជាត វិសុទ្ធពង្ស អគ្គមហាបុរសរតន៍

និករោត្តម ធម្មិកមហារាជាធិរាជ បរមនាថ បរមបពិត្រ

ព្រះចៅក្រុងកម្ពុជាធិបតី

-បានទ្រង់យល់រដ្ឋធម្មនុញ្ញ នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

-បានទ្រង់យល់ព្រះរាជក្រឹត្យលេខ នស/រកត/១១៩៨/៧២ ចុះថ្ងៃទី ៣០ ខែ វិច្ឆិកា ឆ្នាំ ១៩៩៨ ស្តីពីការតែងតាំងរាជរដ្ឋាភិបាលនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

-បានទ្រង់យល់ព្រះរាជក្រមលេខ ០២/នស/៩៤ ចុះថ្ងៃទី ២០ ខែ កក្កដា ឆ្នាំ ១៩៩៤ ដែលប្រកាសឱ្យប្រើច្បាប់ ស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅនៃគណៈរដ្ឋមន្ត្រី

-បានទ្រង់យល់ព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/០១៩៦/១៦ ចុះថ្ងៃទី ២៤ ខែ មករា ឆ្នាំ ១៩៩៦ ដែលប្រកាសឱ្យប្រើច្បាប់ ស្តីពីការបង្កើតក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

-បានទ្រង់យល់សេចក្តីក្រាបបង្គំទូលថ្វាយ របស់សម្តេចនាយករដ្ឋមន្ត្រី នៃរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា និងរបស់រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

ប្រកាសឱ្យប្រើ

ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ដែលរដ្ឋសភាបានអនុម័តកាលពីថ្ងៃទី ០៦ ខែ ធ្នូ ឆ្នាំ ២០០១ នាសម័យប្រជុំពេញអង្គលើកទី ៧ នីតិកាលទី ២ ហើយដែលព្រឹទ្ធសភាបានអនុម័តយល់ស្របតាមលើទម្រង់ និងគតិនៃច្បាប់នេះទាំងស្រុងកាលពីថ្ងៃទី ០៨ ខែ មករា ឆ្នាំ ២០០២ នាសម័យប្រជុំពេញអង្គលើក ទី ៦ នីតិកាលទី ១ ហើយដែលមានសេចក្តីទាំងស្រុងដូចតទៅ :

ច្បាប់

ស្តីពី

ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើ
នៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

ជំពូកទី ១

បទប្បញ្ញត្តិទូទៅ

មាត្រា ១.-

ច្បាប់នេះមានគោលបំណងការពារម៉ាក ពាណិជ្ជនាមដែលបានចុះបញ្ជីក្នុងបញ្ជីម៉ាក នៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជានិងប្រឆាំងការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់លើការបង្កើត ការប្រើប្រាស់ម៉ាក និងពាណិជ្ជនាម ។

មាត្រា ២.-

ក-ម៉ាក គឺជាសញ្ញាដែលមើលឃើញ ហើយអាចសំគាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវានៃសហគ្រាសនីមួយៗ ។ ម៉ាកដែលប្រើប្រាស់សំរាប់ទំនិញហៅថាពាណិជ្ជសញ្ញា ហើយម៉ាកដែលប្រើប្រាស់សំរាប់សេវាហៅថា សេវាសញ្ញា ។

ខ-ម៉ាកសមូហភាព គឺជាសញ្ញាដែលមើលឃើញ សំដៅប្រើក្នុងការដាក់ពាក្យសុំចុះបញ្ជី ហើយអាចសំគាល់នូវប្រភពដើមនៃទំនិញឬសេវា ឬសំគាល់នូវចរិតលក្ខណៈរួមដទៃទៀត គិតទាំងគុណភាពនៃទំនិញឬសេវារបស់សហគ្រាសផ្សេងៗគ្នា ដែលប្រើសញ្ញានោះ ក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ម្ចាស់ម៉ាកសមូហភាពដែលបានចុះបញ្ជី ។

គ-ពាណិជ្ជនាម គឺជាឈ្មោះ ឬសញ្ញាសំគាល់ ឬជាឈ្មោះនិងសញ្ញាសំគាល់សំរាប់បញ្ជាក់និងសំគាល់លក្ខណៈខុសៗគ្នានៃសហគ្រាសនីមួយៗ ។

មាត្រា ៣.-

សិទ្ធិផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាក ត្រូវបានទទួលស្គាល់តាមរយៈការចុះបញ្ជី ដោយអនុលោមតាមបទប្បញ្ញត្តិទាំងឡាយនៃច្បាប់នេះ ។

មាត្រា ៤.-

ម៉ាកដែលមិនអាចចុះបញ្ជីបានមានដូចតទៅ :

ក- ម៉ាកដែលមិនអាចសំគាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសមួយទៅនឹងសហគ្រាសមួយផ្សេងទៀត ។

ខ- ម៉ាកដែលបណ្តាលឱ្យប៉ះពាល់ដល់សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ សីលធម៌ ឬប្រពៃណីល្អរបស់ជាតិ ។

គ- ម៉ាកដែលអាចនាំឱ្យសាធារណជន ឬមជ្ឈដ្ឋានពាណិជ្ជកម្មភាន់ច្រឡំទៅនឹងប្រភពភូមិសាស្ត្រនៃទំនិញ ឬសេវាពាក់ព័ន្ធ ឬធាតុដើម ឬលក្ខណៈខាងក្រៅរបស់ទំនិញ ឬសេវានោះ ។

ឃ- ម៉ាកដែលដូចគ្នានិង/ ឬត្រាប់តាម ឬមានចំណុចណាមួយដូចសញ្ញាជាតិ ទង់ជាតិនិងនិមិត្តរូបផ្សេងៗ ឈ្មោះ ឬឈ្មោះសង្ខេប ឬអក្សរកាត់នៃឈ្មោះ ឬសញ្ញា ឬត្រាជាផ្លូវការដែលអនុម័តដោយរដ្ឋណាមួយ អង្គការអន្តររដ្ឋាភិបាល ឬអង្គការដែលបង្កើតដោយអនុសញ្ញាអន្តរជាតិមួយ លើកលែងតែមានការអនុញ្ញាតពីអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចនៃរដ្ឋនោះ ឬអង្គការនោះ ។

ង- ម៉ាកដែលដូចគ្នា ឬប្រហាក់ប្រហែល ដែលនាំឱ្យច្រឡំគ្នានឹងម៉ាក ឬពាណិជ្ជនាមមួយដែលល្បីក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ឬបង្កើតពីការបកប្រែនៃម៉ាក ឬពាណិជ្ជនាមដែលល្បីនោះសំរាប់ទំនិញ ឬសេវាដូចគ្នា ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នានៃសហគ្រាសមួយទៀត ។

ច- ម៉ាកដែលដូចគ្នា ឬប្រហាក់ប្រហែលដែលនាំឱ្យច្រឡំគ្នានឹងម៉ាក ឬពាណិជ្ជនាមមួយដែលល្បី ឬបង្កើតពីការបកប្រែនៃម៉ាក ឬពាណិជ្ជនាមដែលល្បីនោះ ហើយដែលបានចុះបញ្ជីនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាសម្រាប់ទំនិញ ឬសេវាដែលមិនដូចគ្នា ឬមិនប្រហាក់ប្រហែលគ្នាដោយការប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះធ្វើឱ្យខូចប្រយោជន៍របស់ម្ចាស់នៃម៉ាកល្បី ។

\- ឆ- ម៉ាកដែលដូចគ្នា ឬស្ទើរតែដូចគ្នាទាំងស្រុងទៅនឹងម៉ាក ដែលជាកម្មសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ផ្សេងដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ ឬបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីមុន ឬបានទទួលអាទិភាពចុះបញ្ជីមុននៅឯបរទេស ចំពោះទំនិញឬសេវាដូចគ្នា ឬទំនិញឬសេវាដែលពាក់ព័ន្ធគ្នាយ៉ាងជិតស្និទ្ធ ។

ជំពូកទី ២

ការចុះបញ្ជីនិងសិទ្ធិដែលកើតឡើងពីការចុះបញ្ជីម៉ាក

មាត្រា ៥.-

បែបបទនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ការសុំប្តូរអាស័យដ្ឋាននៃម្ចាស់ម៉ាកនិងការបញ្ជាក់ឡើងវិញនូវការប្រើប្រាស់ ឬមិនបានប្រើប្រាស់ម៉ាកត្រូវបានកំណត់ដូចខាងក្រោម ៖

ក- ការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ការសុំប្តូរអាស័យដ្ឋាននៃម្ចាស់ម៉ាកនិងការបញ្ជាក់ឡើងវិញនូវការប្រើប្រាស់ឬមិនបានប្រើប្រាស់ម៉ាក ត្រូវធ្វើនៅក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។

ពាក្យស្នើសុំត្រូវភ្ជាប់ ៖

-គំរូម៉ាក

-បញ្ជីទំនិញឬសេវាដែលត្រូវចុះបញ្ជី ដោយរាយលំអិតតាមក្រុមមុខទំនិញទៅតាមចំណាត់ថ្នាក់អន្តរជាតិ ដូចមានក្នុងឧបសម្ព័ន្ធ ។

ខ- ការសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ការសុំប្តូរអាស័យដ្ឋាននៃម្ចាស់ម៉ាកនិងការបញ្ជាក់ឡើងវិញនូវការប្រើប្រាស់ឬមិនបានប្រើប្រាស់ម៉ាក ត្រូវបង់កម្រៃតាមការកំណត់នៅក្នុងសេចក្តីប្រកាសរួមរបស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុនិងក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។

មាត្រា ៦.-

សិទ្ធិអាទិភាពក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាក ត្រូវបានផ្តល់តាមល័ក្ខខ័ណ្ឌដូចខាងក្រោម ៖

ក- អ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីអាចស្នើសុំអាទិភាពនៃការចុះបញ្ជី ដោយអមមកជាមួយនូវប្រកាសស្តីពីអាទិភាពដែលខ្លួនមាន តាមរយៈការស្នើសុំចុះបញ្ជីនៅប្រទេសណាមួយដែលជាសមាជិកនៃអនុសញ្ញាក្រុងប៉ារីស ។

ខ- តម្លៃនៃប្រកាសស្តីពីអាទិភាពខាងលើ ត្រូវតែស្របទៅតាមល័ក្ខខ័ណ្ឌដែលមានចែងនៅក្នុងអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស ។

មាត្រា ៧.-

អ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីអាចដកពាក្យស្នើសុំរបស់ខ្លួននៅពេលណាក៏បាន ។

មាត្រា ៨.-

ក្រោយពេលទទួលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវ :

ក- ពិនិត្យមើលពាក្យស្នើសុំនោះឱ្យបានត្រឹមត្រូវតាមល័ក្ខខ័ណ្ឌនៃមាត្រា ៥ និងបទបញ្ញាដែលជាប់ទាក់ទង ។

ខ- ពិនិត្យនិងកំណត់ថាម៉ាកនោះគឺជាម៉ាកស្របតាមល័ក្ខខ័ណ្ឌដូចមានចែងនៅក្នុងមាត្រា ២ ចំណុច ក និងមិនអាចចុះបញ្ជីបានតាមមាត្រា ៤ ដោយលើកលែងតែចំណុច ឆ នៃមាត្រា៤ នេះចេញ ។

មាត្រា ៩.-

អាទិភាពនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ត្រូវបានកំណត់ដូចតទៅ :

ក- កាលណាមានពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីច្រើនទាក់ទងនឹងម៉ាកដែលដូចឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នាដែលត្រូវបានប្រើចំពោះទំនិញ ឬសេវាដូច ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នា ហើយបានដាក់ពាក្យស្នើសុំតាមពេលវេលាខុសគ្នា មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីអាចបដិសេធការចុះបញ្ជីម៉ាកណាមួយនៃម៉ាកទាំងនោះរហូតដល់ពេលដែលសិទ្ធិនៃអ្នកស្នើសុំទាំងនោះត្រូវបានកំណត់ដោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ឬត្រូវបានដោះស្រាយដោយការព្រមព្រៀងគ្នា និងមានការយល់ព្រមពីមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ។

ខ- កាលណាមានពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីច្រើនទាក់ទងនឹងម៉ាកដែលដូច ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នាដែលត្រូវបានប្រើចំពោះទំនិញ ឬសេវាដូច ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នា ហើយបានដាក់ពាក្យស្នើសុំក្នុងពេលជាមួយគ្នា ក្រោយពីការពិគ្រោះឯកភាពគ្នាទៅវិញទៅមកក្នុងចំណោមអ្នកស្នើសុំទាំងអស់ មានអ្នកស្នើសុំតែម្នាក់គត់ដែលអាចទទួលបាននូវការចុះបញ្ជីម៉ាក ។

មាត្រា ១០.-

សិទ្ធិរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាកមានដូចខាងក្រោម :

ក- ក្នុងករណីដែលមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីរកឃើញថាល័ក្ខខ័ណ្ឌទាំងឡាយដែលមានចែងក្នុងមាត្រា ៨ និងមាត្រា ៩ បានត្រូវបំពេញ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវចុះបញ្ជីម៉ាក ចេញវិញ្ញាបនប័ត្រនៃការចុះបញ្ជីជូនអ្នកស្នើសុំនិងចុះផ្សាយក្នុងព្រឹត្តិប័ត្រផ្លូវការរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។

ខ- ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីដែលមិនបានសមស្របតាមមាត្រា ៨ អ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជី អាចកែតម្រូវក្នុងរយៈពេល ៤៥ (សែសិបប្រាំ)ថ្ងៃ បន្ទាប់ពីថ្ងៃជូនដំណឹងជាលាយលក្ខណ៍អក្សររបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ។ ក្នុងករណីគ្មានការកែតម្រូវពាក្យស្នើសុំពីអ្នកសុំចុះបញ្ជីតាមកាលកំណត់ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីមានសិទ្ធិបដិសេធការចុះបញ្ជីម៉ាកនោះ ។

គ- ក្នុងរង្វង់ ៩០ (កៅសិប) ថ្ងៃ បន្ទាប់ពីបានចុះផ្សាយក្នុងព្រឹត្តិប័ត្រផ្លូវការហើយ ជនណាដែលមានការពាក់ព័ន្ធ អាចជូនដំណឹងទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីពីការជំទាស់របស់ខ្លួនចំពោះការចុះបញ្ជីម៉ាក តាមបែបបទដែលបានកំណត់ដោយឈរលើមូលដ្ឋាននៃការមិនបានបំពេញតាមល័ក្ខខ័ណ្ឌណាមួយនៃមាត្រា ២ ចំណុច ក មាត្រា ៤ និងមាត្រា ៥ និងបទបញ្ញាទាំងឡាយដែលពាក់ព័ន្ធ ។

ឃ- មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវបញ្ជូនជាបន្ទាន់នូវសេចក្តីជូនដំណឹងនោះមួយច្បាប់ទៅអ្នកសុំចុះបញ្ជីតាមពេលវេលានិងបែបបទដែលបានកំណត់ ។ បន្ទាប់មកអ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីត្រូវបញ្ជូនទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនូវចម្លើយបញ្ជាក់អំពីមូលដ្ឋានបង្អែកទាំងឡាយសម្រាប់ការចុះបញ្ជីរបស់ខ្លួន ។ ប្រសិនបើមិនបានឆ្លើយតបទេ ម្ចាស់ម៉ាកនោះត្រូវចាត់ទុកថាបានបោះបង់ចោលការចុះបញ្ជីរបស់ខ្លួន ។

ង- ប្រសិនបើអ្នកសុំចុះបញ្ជីធ្វើពាក្យជំទាស់ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវផ្តល់ចម្លើយមួយច្បាប់ទៅអ្នកដែលបានប្តឹងជំទាស់ ។ ប្រសិនបើភាគីម្ខាង ឬភាគីទាំងសងខាងមានបំណងចង់ឱ្យមានសវនាការ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវរៀបចំឱ្យមានសវនាការនោះ ។ បន្ទាប់ពីបានស្តាប់ភាគីទាំងសងខាងនិងពិចារណាលើពាក្យតវ៉ា មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវ

សម្រេចថាម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីនេះត្រូវរក្សាទុក ឬបដិសេធ ។

មាត្រា ១១.-

សិទ្ធិដែលទទួលបានតាមរយៈការចុះបញ្ជីម៉ាកមានដូចខាងក្រោម :

ក- ចំពោះម៉ាកដែលទាក់ទងនឹងទំនិញ ឬសេវាដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ ការប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះដោយជនណាមួយក្រៅពីម្ចាស់ដើម ត្រូវមានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ដើមជាមុនសិន ។

ខ- ម្ចាស់ដើមនៃម៉ាកមានសិទ្ធិប្ដឹងទៅតុលាការប្រឆាំងនឹងជនណាម្នាក់ដែលប្រើប្រាស់ដោយរំលោភនូវម៉ាករបស់ខ្លួន ដោយគ្មានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ដើម ។ ម្ចាស់ដើមក៏មានសិទ្ធិប្ដឹងផងដែរ ចំពោះការប្រើប្រាស់នូវសញ្ញាដែលប្រហាក់ប្រហែលនឹងម៉ាក ដែលខ្លួនបានចុះបញ្ជីរួចហើយនិងការប្រើប្រាស់ម៉ាកដែលទាក់ទិនទៅនឹងទំនិញនិងសេវាដែលប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងទំនិញ ឬសេវានៃម៉ាកដែលចុះបញ្ជីរួចហើយនោះហើយដែលអាចបណ្ដាលឱ្យមានការភាន់ច្រឡំជាសាធារណៈ ។

គ- សិទ្ធិដែលទទួលបានតាមរយៈការចុះបញ្ជីម៉ាកនឹងមិនរាប់បញ្ចូលនូវការដាក់លក់ទំនិញនៅលើទីផ្សារក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ដោយម្ចាស់ដែលបានចុះបញ្ជី ឬដោយមានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាកនោះទេ ។

មាត្រា ១២.-

សុពលភាពក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាកនិងការចុះបញ្ជីសាជាថ្មីត្រូវបានកំណត់តាមល័ក្ខខ័ណ្ឌដូចខាងក្រោម :

ក- ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីហើយ មានសុពលភាព ១០(ដប់) ឆ្នាំចាប់ពីកាលបរិច្ឆេទនៃការទទួលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ។

ខ- តាមការស្នើសុំ ការចុះបញ្ជីម៉ាកមួយ អាចធ្វើឡើងសាជាថ្មីសំរាប់រយៈពេល ១០ (ដប់)ឆ្នាំ ម្ដងជាបន្តបន្ទាប់ក្នុងល័ក្ខខ័ណ្ឌដែលម្ចាស់ដើមបង់អាករចុះបញ្ជីជាថ្មីតាមការកំណត់ ។

គ- ក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីសាជាថ្មីនូវម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ មុនពេលដែលច្បាប់នេះចូលជាធរមាន អ្នកស្នើសុំត្រូវបញ្ជាក់ឱ្យបានច្បាស់នូវប្រភេទទំនិញ ឬសេវាដែលចង់បានការការពារ ដោយផ្អែកតាមចំណាត់ថ្នាក់អន្តរជាតិ ។

ឃ- ការអនុគ្រោះចំពោះការយឺតយ៉ាវក្នុងការចុះបញ្ជីសាជាថ្មីត្រូវបានអនុញ្ញាតត្រឹមតែរយៈពេល ៦ (ប្រាំមួយ) ខែ ។

ជំពូកទី ៣

មោឃភាពនិងការលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជី

មាត្រា ១៣.-

មោឃភាពនិងអានុភាពនៃមោឃភាពត្រូវបានកំណត់ដូចខាងក្រោម ៖

ក- ជនណាដែលមានការពាក់ព័ន្ធ អាចស្នើសុំមកក្រសួងពាណិជ្ជកម្មឱ្យផ្តល់មោឃភាពដល់ការចុះបញ្ជីម៉ាកបាន ។

ខ- ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មត្រូវទុកការចុះបញ្ជីជាមោឃៈ ប្រសិនបើជនដែលស្នើសុំឱ្យមានមោឃភាពនោះ បង្ហាញថាមានល័ក្ខខ័ណ្ឌណាមួយនៃមាត្រា ២ ចំណុច ក និងមាត្រា ៤ មិនត្រូវបានបំពេញ ។

គ- មោឃភាពនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវមានអានុភាពចាប់ពីកាលបរិច្ឆេទនៃការចុះបញ្ជី ហើយត្រូវបានកត់ត្រានិងបោះពុម្ពផ្សាយជាបន្ទាន់ ។

មាត្រា ១៤.-

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មមានសិទ្ធិលុបចោលម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយក្នុងករណីដូចខាងក្រោម ៖

ក- អ្នកសុំចុះបញ្ជីមិនបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីសាជាថ្មីនូវម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយតាមរយៈពេលដែលបានកំណត់ក្នុងមាត្រា ១២ ចំណុច ខ និងចំណុច ឃ ។

ខ- ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ ស្នើសុំលុប ។

គ- ក្នុងរយៈពេល ៩០ (កៅសិប)ថ្ងៃ ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច ហើយមិនគោរពលក្ខខ័ណ្ឌនៃការផ្តល់ឯកសារគាំទ្រ ឬការកម្រិតដែលបានកំណត់នៅក្នុង មាត្រា ៨ ។

ឃ- ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយលែងមានអាស័យដ្ឋានទាក់ ទងនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ។

ង- ជឿជាក់ដោយផ្អែកលើភ័ស្តុតាងថា ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច ហើយមិនមែនជាម្ចាស់ស្របច្បាប់ ។

ច- ជឿជាក់ថាម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច ហើយប្រហាក់ប្រហែលឬដូច គ្នាទៅនឹងម៉ាកល្បីដែលជាកម្មសិទ្ធិរបស់ភាគីទីបី ។

មាត្រា ១៥.-

ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច ប៉ុន្តែមិនបានប្រើប្រាស់សោះក្នុងរយៈពេល ៥(ប្រាំ) ឆ្នាំ ត្រូវបានលុបចេញពីបញ្ជី ។ ប្រសិនបើម្ចាស់ម៉ាកបង្ហាញថា កាលៈទេសៈពិសេសបាន រារាំងការប្រើប្រាស់ម៉ាក ហើយគ្មានបំណងមិនប្រើ ឬបោះបង់ចោលម៉ាកនោះទេ ម៉ាក នោះ នឹងមិនត្រូវបានលុបចេញពីបញ្ជីឡើយ ។ ជនណាដែលពាក់ព័ន្ធអាចស្នើសុំឱ្យក្រ- សួងពាណិជ្ជកម្មលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជី ១ (មួយ) ខែ មុនកាលបរិច្ឆេទ ៥(ប្រាំ) ឆ្នាំ នៃការ មិនបានប្រើប្រាស់ ឬក្រោយកាលបរិច្ឆេទនេះ ។

ជំពូកទី ៤

ម៉ាកសមូហភាព

មាត្រា ១៦.-

បទប្បញ្ញត្តិទាំងឡាយដែលមានចែងពីមាត្រា ៣ ដល់មាត្រា ១៥ ព្រមទាំង មាត្រា ១៧ និងមាត្រា ១៨ នៃច្បាប់នេះ ត្រូវអនុវត្តចំពោះម៉ាកសមូហភាព ។

មាត្រា ១៧.-

បែបបទនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកសមូហភាពមានដូចតទៅ :

ក- ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកសមូហភាពត្រូវបញ្ជាក់ថាជាម៉ាកសមូហភាព និងត្រូវភ្ជាប់មកជាមួយនូវបទបញ្ញារួមស្តីពីការគ្រប់គ្រង ការប្រើប្រាស់ម៉ាកសមូហភាពនោះមួយច្បាប់ ។

ខ- ម្ចាស់ម៉ាកសមូហភាព ដែលបានចុះបញ្ជីហើយ ត្រូវជូនដំណឹងទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីអំពីការផ្លាស់ប្តូរទាំងឡាយតាមបទបញ្ញាដែលបានយោងក្នុងកថាខ័ណ្ឌ ក ។

មាត្រា ១៨.-

បន្ថែមលើខ្លឹមសារដូចមានចែងក្នុងមាត្រា ១៣ ចំណុច ក និងចំណុច ខ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវចាត់ទុកការចុះបញ្ជីម៉ាកសមូហភាពជាមោឃៈ ប្រសិនបើជនដែលទាមទារនូវមោឃភាពនោះបង្ហាញថា មានតែម្ចាស់ដែលបានចុះបញ្ជីម្នាក់ឯងប៉ុណ្ណោះដែលប្រើប្រាស់ម៉ាក ឬបង្ហាញថាម្ចាស់ដែលបានចុះបញ្ជីប្រើប្រាស់ ឬអនុញ្ញាតឱ្យប្រើប្រាស់ រំលោភទៅនឹងបទបញ្ញារួមដែលបានបញ្ញត្តិនៅក្នុងមាត្រា ១៧ ចំណុច ក ឬបង្ហាញថាម្ចាស់ដែលបានចុះបញ្ជីអនុញ្ញាតឱ្យប្រើប្រាស់តាមរបៀបមួយដែលអាចបំភាន់មជ្ឈដ្ឋានពាណិជ្ជកម្ម ឬសាធារណជនអំពីប្រភពដើម ឬលក្ខណៈរួមផ្សេងទៀតនៃទំនិញ ឬសេវាដែលពាក់ព័ន្ធ ។

ជំពូកទី ៥
ការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណចំពោះម៉ាក

មាត្រា ១៩.-

ការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណចំពោះម៉ាកត្រូវបានកំណត់ដូចខាងក្រោម :

ក- កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណណាមួយអំពីការចុះបញ្ជីម៉ាក ឬពាក្យស្នើសុំ

ទទួលស្គាល់កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណនោះ ត្រូវចែងអំពីការត្រួតពិនិត្យដោយមានប្រសិទ្ធភាព ពីសំណាក់អ្នកប្រគល់អាជ្ញាប័ណ្ណ ចំពោះគុណភាពទំនិញ ឬសេវារបស់អ្នកទទួលអាជ្ញា-ប័ណ្ណដែលម៉ាកនោះត្រូវបានប្រើប្រាស់ ។ ប្រសិនបើកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណមិនបានចែង អំពីការត្រួតពិនិត្យគុណភាពនោះ ឬប្រសិនបើការត្រួតពិនិត្យគុណភាពនោះមិនត្រូវបាន អនុវត្តដោយមានប្រសិទ្ធភាពទេ កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណនោះនឹងត្រូវចាត់ទុកជាមិនបាន ការ ។

ខ- ការចុះបញ្ជីម៉ាកសមូហភាពមួយ ឬពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកសមូហ-ភាពនោះមិនអាចជាកម្មវត្ថុនៃកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណបានឡើយ ។

ជំពូកទី ៦

ពាណិជ្ជនាម

មាត្រា ២០.-

នាម ឬសញ្ញាសំគាល់មិនអាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ជាពាណិជ្ជនាមឡើយប្រសិន បើសារជាតិ ឬការប្រើប្រាស់នាម ឬសញ្ញាសំគាល់ដែលបានកំណត់នោះប៉ះពាល់ដល់ សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ ឬសីលធម៌ និងជាពិសេសអាចបំភាន់ដល់មជ្ឈដ្ឋានពាណិជ្ជកម្ម ឬសាធារណជន អំពីប្រភេទនៃសហគ្រាសដែលកំណត់ដោយនាមនោះ ។

មាត្រា ២១.-

ការការពារនិងការរំលោភលើពាណិជ្ជនាមត្រូវបានចែងដូចខាងក្រោម :

ក- ទោះជាច្បាប់ ឬបទបញ្ញាទាំងឡាយចែងអំពីកាតព្វកិច្ចក្នុងការចុះ បញ្ជីពាណិជ្ជនាមក៏ដោយ ក៏នាមទាំងនោះត្រូវបានការពារប្រឆាំងនឹងទង្វើមិនស្របច្បាប់ របស់ភាគីទីបី ទោះមុនការចុះបញ្ជី ឬគ្មានការចុះបញ្ជីក៏ដោយ ។

ខ- ការប្រើប្រាស់ពាណិជ្ជនាមជាបន្តបន្ទាប់ដោយភាគីទីបី ទោះបីជា ពាណិជ្ជនាម ឬម៉ាក ឬជាម៉ាកសមូហភាព ឬការប្រើប្រាស់ណាមួយដែលអាចធ្វើឱ្យ សាធារណជនភាន់ច្រឡំត្រូវចាត់ទុកជាមិនស្របច្បាប់ ។

ជំពូកទី ៧
អំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

មាត្រា ២២.-

អំពើនៃការប្រកួតប្រជែងណាដែលផ្ទុយពីគោលការណ៍នៃការអនុវត្តទៀងត្រង់នៅក្នុងវិស័យឧស្សាហកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម សេវាកម្ម ត្រូវចាត់ទុកថាជាការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ។

មាត្រា ២៣.-

ទង្វើទាំងឡាយដូចខាងក្រោមត្រូវចាត់ទុកថាបានបង្កើតនូវអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ :

ក- ការបង្កើតឱ្យមានការភាន់ច្រឡំតាមមធ្យោបាយណាមួយ ជាមួយសហគ្រាស ជាមួយទំនិញ ឬជាមួយសកម្មភាពឧស្សាហកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម ឬសេវាកម្មនៃគូប្រកួតប្រជែង ។

ខ- ការពោលអះអាងមិនត្រឹមត្រូវក្នុងពាណិជ្ជកម្ម ដែលធ្វើឱ្យខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះសហគ្រាស ទំនិញ ឬសកម្មភាពឧស្សាហកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម ឬសេវាកម្មនៃគូប្រកួតប្រជែង ។

គ- ការបញ្ជាក់ឬការពោលអះអាងដែលបានប្រើប្រាស់នៅក្នុងពាណិជ្ជ-កម្ម ហើយដែលអាចធ្វើឱ្យសាធារណជនភាន់ច្រឡំអំពីប្រភេទ ដំណើរការផលិត លក្ខណៈភាពសមស្របសំរាប់គោលបំណងរបស់គេ ឬបរិមាណនៃទំនិញ ។

ជំពូកទី ៨
ការរំលោភនិងវិធានការដោះស្រាយ

មាត្រា ២៤.-

ដោយផ្អែកតាមមាត្រា ១២ ខាងលើ ការរំលោភលើម៉ាកគឺជាការប្រព្រឹត្តដែលទាក់ទងទៅនឹងមាត្រា ១១ នៃច្បាប់នេះ ដោយជនណាម្នាក់ក្រៅពីម្ចាស់ម៉ាកដែល

បានចុះបញ្ជីរួចហើយនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ហើយដែលពុំមានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាក ។

មាត្រា ២៥.-

ការប្រើប្រាស់នូវសញ្ញាដូចឬប្រហាក់ប្រហែល ដែលធ្វើឱ្យភាន់ច្រឡំទៅនឹងម៉ាកល្បីដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ដោយគ្មានការយល់ព្រមពីម្ចាស់នៃម៉ាកល្បី ជាការរំលោភលើម៉ាកល្បីនោះ ប្រសិនបើសញ្ញាទាំងនោះត្រូវបានយកមកប្រើប្រាស់ :

ក- ទាក់ទងទៅនឹងទំនិញនិងសេវា ដែលដូចឬប្រហាក់ប្រហែលនឹងទំនិញនិងសេវានៃម៉ាកល្បីដែលបានចុះបញ្ជីរួច ។

ខ- ទាក់ទងទៅនឹងទំនិញនិងសេវា ដែលមិនដូចឬមិនប្រហាក់ប្រហែលនឹងទំនិញនិងសេវានៃម៉ាកល្បីដែលបានចុះបញ្ជីរួច ហើយការប្រើប្រាស់នូវសញ្ញាទាក់ទងនឹងទំនិញឬសេវានោះបញ្ជាក់នូវការពាក់ព័ន្ធគ្នារវាងទំនិញនិងសេវានោះជាមួយនឹងម្ចាស់នៃម៉ាកល្បី ហើយដែលផលប្រយោជន៍នៃម្ចាស់ម៉ាកល្បីអាចនឹងត្រូវខូចខាតដោយការប្រើប្រាស់នោះ ។

មាត្រា ២៦.-

ការប្រើប្រាស់នូវសញ្ញាដែលដូចឬប្រហាក់ប្រហែលនឹងម៉ាកល្បីដែលមិនបានចុះបញ្ជីនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ដោយគ្មានការយល់ព្រមពីម្ចាស់នៃម៉ាកល្បី ជាការរំលោភលើម៉ាកល្បីនោះ ប្រសិនបើសញ្ញានោះត្រូវបានប្រើប្រាស់ទាក់ទងទៅនឹងទំនិញ ឬសេវាដូច ឬប្រហាក់ប្រហែលនឹងទំនិញឬសេវានៃម៉ាកល្បីនោះ ។

មាត្រា ២៧.-

តាមសំណើរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ឬអ្នកទទួលអាជ្ញាប័ណ្ណ តុលាការអាចចេញនូវសេចក្តីសម្រេចបណ្តោះអាសន្នមួយដើម្បីទប់ស្កាត់ការរំលោភ ការដែលនឹងមានការ

រំលោភ ឬធ្វើដែលមិនស្របច្បាប់ដូចមានចែងក្នុងមាត្រា ២១ មាត្រា ២២ និងមាត្រា ២៣ និងសម្រេចឱ្យសងការខូចខាត ហើយផ្តល់នូវដំណោះស្រាយផ្សេងៗ ដែលមានចែងក្នុងច្បាប់ជាធរមាន ។ ប្រសិនបើអ្នកទទួលអាជ្ញាប័ណ្ណបានស្នើទៅម្ចាស់ម៉ាកឱ្យប្តឹងទៅតុលាការ ដើម្បីឱ្យជួសជុលនូវសំណងដ៏ជាក់លាក់មួយ ប៉ុន្តែបើម្ចាស់ម៉ាក បានបដិសេធ ឬខកខានមិនបានធ្វើតាម អ្នកទទួលអាជ្ញាប័ណ្ណអាចប្តឹងទៅតុលាការដោយផ្ទាល់បាន ។

មាត្រា ២៨.-

តាមសំណើរបស់អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចណាមួយ ឬជនណាមួយដែលមានការពាក់ព័ន្ធដូចជា សមាគម ឬសហជីពនៃផលិតករ ឧស្សាហករ ឬពាណិជ្ជករ តុលាការអាចសំរេចឱ្យមានការជួសជុលសំណង ចំពោះករណីនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ដូចមានចែងនៅក្នុងមាត្រា ២២ និងមាត្រា ២៣ ។

ជំពូកទី ៩
វិធានការបណ្តោះអាសន្ន

មាត្រា ២៩.-

តាមសំណើរបស់អ្នកប្តឹង តុលាការមានអំណាចដាក់ចេញនូវវិធានការបណ្តោះអាសន្នជាបន្ទាន់និងមានប្រសិទ្ធភាព ដើម្បីទប់ស្កាត់ការរំលោភ ការរំលោភដែលប្រុងនឹងកើតមាន ឬរក្សាទុកនូវភស្តុតាងដែលពាក់ព័ន្ធ ។

មាត្រា ៣០.-

នៅពេលចាំបាច់ ជាពិសេសនៅពេលការយឺតយ៉ាវអាចបណ្តាលឱ្យមានភាពអន្តរាយដែលមិនអាចជួសជុលបានចំពោះម្ចាស់សិទ្ធិ ឬនៅពេលដែលភស្តុតាងអាចនឹងត្រូវបំផ្លាញ តុលាការអាចដាក់ចេញនូវវិធានការបណ្តោះអាសន្ន ប្រសិនបើដើមចោទផ្តល់នូវ ៖

ក- ភស្តុតាងត្រឹមត្រូវដែលមាន ដែលអាចធ្វើឱ្យតុលាការយល់ស្របក្នុងកម្រិតមួយគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់សន្និដ្ឋានបញ្ជាក់ថា ដើមចោទគឺជាម្ចាស់ពិតប្រាកដ ហើយសិទ្ធិរបស់អ្នកប្តឹងកំពុងត្រូវបានគេរំលោភ ឬការរំលោភនោះ អាចនឹងកើតមានឡើងក្នុងពេលឆាប់ៗ ។

ខ- ប្រាក់កក់ធានាដែលតម្រូវ ឬការធានាដែលមានតម្លៃស្មើនៃប្រាក់កក់គ្រប់គ្រាន់ក្នុងការការពារចុងចម្លើយនិងទប់ស្កាត់មិនឱ្យមានការរំលោភបំពាន ។ ប្រាក់កក់ធានានេះ ត្រូវស្ថិតនៅក្រោមការកំណត់របស់តុលាការ ។

មាត្រា ៣១.-

នៅពេលដែលវិធានការបណ្តោះអាសន្នត្រូវបានដាក់ចេញ តុលាការត្រូវជូនដំណឹងដល់ចុងចម្លើយ អំពីសេចក្តីសម្រេចស្តីពីការចាត់វិធានការបណ្តោះអាសន្ននោះ ។

មាត្រា ៣២.-

នៅពេលដែលវិធានការបណ្តោះអាសន្ន ត្រូវបានដាក់ចេញតាមមាត្រា ៣០ និងមាត្រា ៣១ ចុងចម្លើយអាចដាក់ពាក្យបណ្តឹងទៅតុលាការស្នើសុំឱ្យពិនិត្យវិធានការនោះឡើងវិញក្នុងរយៈពេល ១៥ (ដប់ប្រាំ) ថ្ងៃនៃថ្ងៃធ្វើការ គិតពីថ្ងៃបានទទួលដំណឹងអំពីសេចក្តីសម្រេចរបស់តុលាការ ។ តុលាការត្រូវផ្តល់នូវឱកាសសវនាការឱ្យដល់ភាគីដែលពាក់ព័ន្ធ ហើយត្រូវពិនិត្យវិធានការនោះឡើងវិញនិងតម្កល់ កែតម្រូវ ឬលុបចោលនូវសេចក្តីសម្រេចរបស់ខ្លួនក្នុងរយៈពេលមួយសមស្របតាមច្បាប់កំណត់ ។

មាត្រា ៣៣.-

ក្នុងករណីដើមចោទ នៅក្នុងរយៈពេល ២០ (ម្ភៃ) ថ្ងៃ នៃថ្ងៃធ្វើការគិតពីថ្ងៃបានទទួលដំណឹងអំពីការដាក់ចេញនូវវិធានការបណ្តោះអាសន្នហើយ ឬនៅ ក្នុងរយៈពេលមួយសមស្របដែលកំណត់ដោយតុលាការនៅក្នុងសេចក្តីសម្រេចរបស់ខ្លួន ពុំបានផ្តួចផ្តើមបន្តសំណុំរឿងបណ្តឹងដែលនាំដល់សេចក្តីសម្រេចអំពីអង្គសេចក្តីនៃការណ៍

តុលាការត្រូវលុបនូវវិធានការបណ្ដោះអាសន្ននោះចោលវិញ ដោយផ្អែកតាមសំណើរបស់ចុងចម្លើយ ។

មាត្រា ៣៤.-

ក្នុងករណីដែលវិធានការបណ្ដោះអាសន្នត្រូវបានលុបចោលវិញ ឬក្នុងករណីដែលតុលាការសម្រេចនូវអង្គសេចក្ដីនៃករណីតាមដំណាក់ការជំរះក្ដីស្របតាមមាត្រា ៣៣ តាមការផ្ដួចផ្ដើមរបស់ដើមចោទ ប៉ុន្តែបែរជាគ្មានការរំលោភ ឬការគំរាមរំលោភវិញ ដោយយោងតាមសំណើរបស់ចុងចម្លើយ តុលាការត្រូវសម្រេចឱ្យដើមចោទសងឱ្យចុងចម្លើយនូវសំណងសមស្របចំពោះការខូចខាតនានាដែលកើតមានឡើងដោយការអនុវត្តនូវវិធានការបណ្ដោះអាសន្ននោះ ។

ជំពូកទី ១០
វិធានការតាមទាត់ច្រកព្រំដែន

មាត្រា ៣៥.-

ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីហើយអាចធ្វើពាក្យបណ្ដឹងទៅរដ្ឋបាលគយនិងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច ឬតុលាការឱ្យឃុំទុកនូវការធ្វើបែបបទទំនិញណាដែលសង្ស័យថាមានម៉ាកក្លែងក្លាយដោយបង្ហាញនូវភស្ដុតាងច្បាស់លាស់ថា គាត់ជាម្ចាស់នៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី ។

មាត្រា ៣៦.-

ពាក្យបណ្ដឹងទាំងឡាយដែលបានលើកនៅក្នុងមាត្រា ៣៥ ត្រូវធ្វើជាលាយលក្ខណ៍អក្សរនិងត្រូវអមដោយ :

ក- វិញ្ញាបនប័ត្រចុះបញ្ជីម៉ាក ។

ខ- សេចក្ដីថ្លែងពីមូលហេតុនៃការប្ដឹងនិងជាពិសេសភស្ដុតាងដំបូងដែលបង្ហាញថា ទំនិញនោះពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយមែន ។

គ- ការរៀបរាប់ពីល្អិតល្អន់ពីទំនិញដែលម៉ាករបស់វាត្រូវបានប្រើប្រាស់ ព្រមទាំងគំរូនៃផលិតផលពិតប្រាកដផង ប្រសិនបើមានសំណូមពរ ។

ឃ- ឈ្មោះនិងអាស័យដ្ឋានរបស់អ្នកប្តឹងនិងតំណាងរបស់គេដែលត្រូវរៀបរាប់ឱ្យបានសព្វគ្រប់តាមការកំណត់ ។

ង- លិខិតអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី ប្រសិនបើពាក្យបណ្តឹងនោះត្រូវបានដាក់ដោយតំណាងដែលទទួលសិទ្ធិ ។

ច- កម្រៃរដ្ឋបាលតាមការកំណត់របស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ ។

មាត្រា ៣៧.-

ក្នុងរយៈពេល ១០ (ដប់) ថ្ងៃ នៃថ្ងៃធ្វើការ បន្ទាប់ពីបានទទួលនូវពាក្យបណ្តឹងតាមមាត្រា ៣៥ រដ្ឋបាលគយនិងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចត្រូវជូនដំណឹងទៅអ្នកប្តឹងថា ពាក្យបណ្តឹងរបស់ខ្លួនត្រូវបានទទួលស្គាល់ថាត្រឹមត្រូវ ឬបដិសេធ ឬមួយរក្សាទុកសម្រាប់ពិចារណានៅពេលក្រោយ ។

មាត្រា ៣៨.-

រដ្ឋបាលគយនិងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចផ្សេងៗទៀតដែលកំណត់ដោយអនុក្រឹត្យ មានសិទ្ធិស្នើឱ្យអ្នកប្តឹងបង់ប្រាក់ធានា ឬតម្រូវឱ្យមានការធានាដែលមានតំលៃស្មើនៃប្រាក់កក់គ្រប់គ្រាន់ សម្រាប់ការពារអ្នកនាំចូល អ្នកទទួល អ្នកនាំចេញ ឬម្ចាស់ទំនិញនិងអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច ។ ប្រាក់ធានា ឬការធានាដែលមានតម្លៃស្មើនៃប្រាក់កក់នេះត្រូវបានកំណត់តាមរបៀបនិងបែបបទមួយដែលមិនត្រូវឱ្យរារាំងដល់ការអនុវត្តនីតិវិធីនេះដោយមិនសមហេតុផល ។

មាត្រា ៣៩.-

ក្នុងពេលយល់ព្រមតាមពាក្យបណ្តឹងក្នុងមាត្រា ៣៥ រដ្ឋបាលគយនិងរដ្ឋាករត្រូវព្យួរទុកនូវការធ្វើបែបបទទំនិញដែលមានទាក់ទងទៅនឹងពាក្យបណ្តឹង ។ ការព្យួរទុកនេះត្រូវនៅជាធរមានក្នុងរយៈពេលដំបូងនិងក្នុងរយៈពេលដែលបានពន្យារមិនលើសពី

១០ (ដប់) ថ្ងៃ នៃថ្ងៃធ្វើការ ។ រដ្ឋបាលគយនិងរដ្ឋាករត្រូវជូនពត៌មានភ្លាមទៅអ្នកនាំចូលនិងអ្នកប្តឹងអំពីការល្បរទុកនូវការធ្វើបែបបទទំនិញ ហើយត្រូវបញ្ជាក់ពីមូលហេតុនៃការល្បរទុកនេះផង ។ រដ្ឋបាលគយនិងរដ្ឋាករត្រូវជូនដំណឹងពីឈ្មោះនិងអាស័យដ្ឋាននៃអ្នកប្តឹងដល់អ្នកនាំចូលផងដែរ ។

មាត្រា ៤០.-

ក្នុងរយៈពេលមិនហួសពី ១០ (ដប់) ថ្ងៃ នៃថ្ងៃធ្វើការ ក្រោយពេលដែលអ្នកប្តឹងបានទទួលនូវពត៌មានអំពីការឃាត់ទំនិញ ប្រសិនបើរដ្ឋបាលគយនិងរដ្ឋាករបានទទួលនូវពត៌មានថា ចំណាត់ការដែលនាំដល់ការសម្រេចនូវអង្គសេចក្តីនៃករណីមិនត្រូវបានផ្តួចផ្តើមឡើងដោយភាគីមួយទៀតផ្សេងពីចុងចម្លើយ ឬថាអាជ្ញាធរដែលបានប្រគល់សិទ្ធិត្រឹមត្រូវមិនបានអនុវត្តនូវវិធានការបណ្តោះអាសន្ន ដើម្បីពន្យារការដោះលែងទំនិញទេ ទំនិញនោះនឹងត្រូវដោះលែងតែក្នុងករណីដែលល័ក្ខខ័ណ្ឌផ្សេងៗទៀតសម្រាប់ការនាំចូល ឬនាំចេញត្រូវបានគោរព ។

ក្នុងករណីសមស្រប រយៈពេលនេះអាចត្រូវពន្យារ ១០ (ដប់) ថ្ងៃទៀតនៃថ្ងៃធ្វើការ ។

ប្រសិនបើចំណាត់ការ ដែលនាំឱ្យមានការសម្រេចនូវអង្គសេចក្តីនៃករណីត្រូវបានផ្តួចផ្តើមឡើង ការពិនិត្យឡើងវិញមានទាំងការធ្វើសវនាការផង ត្រូវបានរៀបចំឡើងតាមការស្នើសុំពីសំណាក់ចុងចម្លើយដើម្បីសម្រេចនៅក្នុងរយៈពេលមួយសមស្របថា តើវិធានការនេះត្រូវតម្កល់ កែតម្រូវ ឬលុបចោល ។

មាត្រា ៤១.-

អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចដែលពាក់ព័ន្ធមានសិទ្ធិសម្រេចឱ្យអ្នកប្តឹងសងទៅម្ចាស់អ្នកនាំចូល អ្នកនាំចេញនិងអ្នកទទួលទំនិញនូវសំណងសមស្របចំពោះការខូចខាតរបស់គេដែលបណ្តាលមកពីការឃាត់ទំនិញដោយមិនត្រឹមត្រូវ ឬការឃាត់ទំនិញដូចមានចែងក្នុងមាត្រា ៣៩ ។ ក្នុងករណីភាគីណាមួយមិនយល់ព្រមតាមសេចក្តីសម្រេចនោះភាគីនោះមានសិទ្ធិប្តឹងទៅតុលាការ ។

មាត្រា ៤២.-

រដ្ឋបាលគយនិងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចផ្សេងៗទៀតអាចអនុញ្ញាតឱ្យម្ចាស់សិទ្ធិអ្នកនាំចូល ឬអ្នកនាំចេញពិនិត្យទំនិញដែលបានល្បូរទុកតាមបែបបទគយ ដូចមានចែងក្នុងមាត្រា ៣៩ និងដកយកនូវគំរូដើម្បីពិនិត្យសាកល្បងនិងវិភាគ ក្នុងគោលបំណងបញ្ជាក់ឱ្យដឹងថាទំនិញនោះពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយ ឬមិនក្លែងក្លាយ ។

នៅពេលដែលទំនិញត្រូវបានបញ្ជាក់ឱ្យដឹងថាជាទំនិញពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយ រដ្ឋបាលគយនិងរដ្ឋាករអាចជូនពត៌មានទៅម្ចាស់សិទ្ធិនូវឈ្មោះនិងអាសយដ្ឋាននៃអ្នកនាំចេញ អ្នកនាំចូល អ្នកទទួលនិងបរិមាណទំនិញ ។ ដោយមិនឱ្យប៉ះពាល់ដល់ការការពារនូវពត៌មានសម្ងាត់ រដ្ឋបាលគយនិងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចផ្សេងៗទៀតអាចផ្តល់ទៅឱ្យម្ចាស់សិទ្ធិនូវច្បាប់ចម្លងនៃឯកសារទំនិញទាំងនោះ ឬនូវពត៌មានដែលមាន ឬឯកសារដែលទាក់ទងទៅនឹងការនាំចូលឬនាំចេញនូវទំនិញប្រហាក់ប្រហែលពីមុនដោយអ្នកនាំចូល ឬអ្នកនាំចេញដដែលនេះតាមសំណូមពររបស់ម្ចាស់សិទ្ធិ ។

មាត្រា ៤៣.-

រដ្ឋបាលគយនិងរដ្ឋាករអាចល្បូរទុកនូវការធ្វើបែបបទទំនិញដែលពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយ ដែលខ្លួនបានពិនិត្យឃើញមានភស្តុតាងជាលើកដំបូងថា កំពុងតែមានឬអាចនឹងមានការនាំចូលនូវទំនិញប្រភេទនេះ ។

មាត្រា ៤៤.-

រដ្ឋបាលគយនិងរដ្ឋាករត្រូវជូនពត៌មានភ្លាមទៅឱ្យម្ចាស់សិទ្ធិ អំពីទីកន្លែងនិងថ្ងៃដែលល្បូរទុកនូវការធ្វើបែបបទរបស់គយ ហើយរដ្ឋបាលគយនិងរដ្ឋាករក៏អាចស្នើឱ្យម្ចាស់សិទ្ធិផ្តល់នូវពត៌មានទាំងឡាយដែលអាចជាជំនួយក្នុងការអនុវត្តនូវអំណាចរបស់ខ្លួនផងដែរ ។

មាត្រា ៤៥.-

ដោយអនុលោមទៅនឹងបញ្ញត្តិដែលមានចែងក្នុងមាត្រា ៤២ នៃច្បាប់នេះ

អាជ្ញាធរសាធារណៈនិងមន្ត្រីទទួលបន្ទុកត្រូវបានលើកលែងពីការទទួលខុសត្រូវចំពោះវិធានការដោះស្រាយដោយសមស្រប នៅពេលដែលសកម្មភាពទាំងនោះត្រូវបានធ្វើ ឬមានបំណងនឹងធ្វើដោយស្មោះត្រង់ ។

មាត្រា ៤៦.-

រដ្ឋបាលគយនិងរដ្ឋាករនិងអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច តាមរយៈសេចក្ដីសម្រេចរបស់តុលាការមានសិទ្ធិបំផ្លាញចោលនូវទំនិញដែលពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយនោះ ។ រដ្ឋបាលគយនិងរដ្ឋាករ មិនត្រូវអនុញ្ញាតឱ្យធ្វើការនាំចេញបន្តនូវទំនិញដែលមានម៉ាកក្លែងក្លាយ ឬដាក់ទំនិញនេះឱ្យនៅក្រោមនីតិវិធីផ្សេងទៀតរបស់គយឡើយ ។

មាត្រា ៤៧.-

ទំនិញពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយដែលមិនមានលក្ខណៈពាណិជ្ជកម្ម ដែលនៅក្នុងអីវ៉ាន់ផ្ទាល់ខ្លួននៃអ្នកដំណើរអាចស្ថិតនៅក្រៅការអនុវត្តនៃច្បាប់នេះ ។

ជំពូកទី ១១

ការប្ដូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិ

មាត្រា ៤៨.-

តាមសំណើរបស់ភាគីដែលពាក់ព័ន្ធមកមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ការប្ដូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិណាមួយនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវសរសេរជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ហើយត្រូវបានចុះបញ្ជីនិងចុះផ្សាយដោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ។ ការប្ដូរបែបនេះនឹងមិនមានអានុភាព ចំពោះភាគីទីបីឡើយ រហូតដល់ការចុះបញ្ជីត្រូវបានធ្វើរួចជាស្ថាពរ ។

មាត្រា ៤៩.-

ការប្ដូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិណាមួយនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកសមូហភាព តម្រូវឱ្យមានការយល់ព្រមពីរដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្មជាមុន ។

មាត្រា ៥០.-

ការប្តូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិណាមួយនៃពាណិជ្ជនាម ត្រូវធ្វើឡើងដោយការផ្ទេរសហគ្រាសទាំងមូល ឬមួយផ្នែកហើយត្រូវធ្វើជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ។

មាត្រា ៥១.-

ការប្តូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវចាត់ទុកជាមោឃៈ ប្រសិនបើម៉ាកនោះទំនងជាមានលក្ខណៈបោកបញ្ឆោត ឬបណ្តាលឱ្យមានការភាន់ច្រឡំ ជាពិសេសចំពោះប្រភេទ ប្រភពដើម ដំណើរការផលិតកម្ម ចរិតលក្ខណៈ ភាពសមស្របដើម្បីគោលបំណងនៃទំនិញ ឬសេវាដែលម៉ាកនោះបម្រុងប្រើប្រាស់ ឬកំពុងប្រើប្រាស់ ។

មាត្រា ៥២.-

កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណណាមួយពាក់ព័ន្ធនឹងម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ ឬពាក្យស្នើសុំទទួលស្គាល់កិច្ចសន្យា ត្រូវដាក់ជូនមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីដែលត្រូវរក្សាការសម្ងាត់ចំពោះខ្លឹមសារនៃកិច្ចសន្យានោះ ប៉ុន្តែត្រូវចុះបញ្ជីនិងចុះផ្សាយនូវពត៌មានដែលពាក់ព័ន្ធ ។ កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណនឹងមិនមានអានុភាពចំពោះភាគីទីបីឡើយរហូតដល់ការចុះបញ្ជីនោះត្រូវបានធ្វើរួចជាស្ថាពរ ។

ជំពូកទី ១២
ការកាន់កាប់បញ្ជីម៉ាក

មាត្រា ៥៣.-

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មមានតួនាទីបំពេញភារកិច្ចដែលទាក់ទងទៅនឹងនីតិវិធីដើម្បីធ្វើការចុះបញ្ជីម៉ាក និងដើម្បីធ្វើការគ្រប់គ្រងម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ ដូចបានបញ្ជាក់នៅក្នុងច្បាប់នេះនិងនៅក្នុងបទបញ្ជាទាំងឡាយ ។

មាត្រា ៥៤.-

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ជាស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ចកាន់កាប់និងចុះបញ្ជីម៉ាក ។ ម៉ាកសមូហភាពនឹងត្រូវចុះបញ្ជីនៅក្នុងផ្នែកពិសេសមួយនៃបញ្ជីម៉ាក ។ គ្រប់ការកត់ត្រាដែលមានចែងនៅក្នុងច្បាប់នេះ ត្រូវធ្វើនៅក្នុងបញ្ជីខាងលើ ។

ជនណាក៏ដោយក៏អាចមានសិទ្ធិសុំមើលបញ្ជីម៉ាកបានដែរ ហើយអាចដកស្រង់ចេញពីបញ្ជីនោះនូវពត៌មានផ្សេងៗ ដែលស្របទៅតាមល័ក្ខខ័ណ្ឌដែលបានកំណត់នៅក្នុងបទបញ្ជា ។

មាត្រា ៥៥.-

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មត្រូវបោះពុម្ពនៅក្នុងព្រឹត្តិប័ត្រផ្លូវការនូវគ្រប់ការចុះបញ្ជី ការចុះបញ្ជីសាឡើងវិញ ការបដិសេធ ការលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជីនិងការងារផ្សេងៗទៀតដែលកំណត់ដោយអនុក្រឹត្យ ។

មាត្រា ៥៦.-

តាមប្រការទាំងឡាយនៃបទបញ្ជា មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីអាចកែតម្រូវកំហុសផ្សេងៗនៅក្នុងការកត់ត្រាដែលបានធ្វើឡើង ដោយអនុលោមតាមច្បាប់នេះ ឬតាមបទបញ្ជាទាំងឡាយ ។

នៅពេលទទួលសំណើជាលាយលក្ខណ៍អក្សរហើយ ប្រសិនបើមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីយល់ថាជាការត្រឹមត្រូវដើម្បីធ្វើដូច្នោះ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីអាចបន្តពេលវេលាសម្រាប់អនុវត្តសកម្មភាពណាមួយ ឬប្រកាន់យកនូវចំណាត់ការណាមួយតាមច្បាប់នេះ និងតាមបទបញ្ជាទាំងឡាយ ដោយជូនដំណឹងដល់ភាគីពាក់ព័ន្ធនិងតាមល័ក្ខខ័ណ្ឌដែលមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីដាក់បញ្ជាឱ្យ ។ ការបន្តនេះអាចត្រូវយល់ព្រម ទោះបីរយៈពេលអនុវត្តនូវសកម្មភាព ឬប្រកាន់យកនូវចំណាត់ការត្រូវផុតកំណត់ហើយក៏ដោយ ។

មាត្រា ៥៧.-

មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវផ្តល់នូវឱកាសសម្រាប់សវនាការដល់ភាគីណាមួយនៃបណ្តឹងនៅចំពោះមុខខ្លួនមុនពេលអនុវត្តអំណាចឆន្ទានុសិទ្ធិ ដែលបានប្រគល់ឱ្យដោយច្បាប់នេះនិងដោយបទបញ្ញត្តិទាំងឡាយប្រឆាំងចំពោះភាគីនោះ ។

ជំពូកទី ១៣

ភ្នាក់ងារ

មាត្រា ៥៨.-

ក្នុងករណីដែលលំនៅដ្ឋានអចិន្ត្រៃយ៍ ឬទីតាំងប្រកបអាជីវកម្មសំខាន់របស់អ្នកស្នើសុំស្ថិតនៅក្រៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា អ្នកស្នើសុំនោះត្រូវមានតំណាងជាភ្នាក់ងារដែលមានទីលំនៅ និងកំពុងប្រកបវិជ្ជាជីវៈនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ។

មាត្រា ៥៩.-

អ្នកតំណាងដែលជាភ្នាក់ងារក្នុងការដាក់ពាក្យសុំចុះបញ្ជីម៉ាកនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ត្រូវមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ ដូចមានចែងនៅក្នុងប្រកាសរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។

ជំពូកទី ១៤

ការអនុវត្តសន្ធិសញ្ញាអន្តរជាតិនិងការបកស្រាយ

មាត្រា ៦០.-

បទប្បញ្ញត្តិទាំងឡាយនៃសន្ធិសញ្ញាអន្តរជាតិ អំពីកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្មដែលព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាជាភាគីមួយនៃសន្ធិសញ្ញានោះ ត្រូវយកមកអនុវត្តជាមួយនឹងច្បាប់នេះបានផងដែរ ។

ក្នុងករណីមានទំនាស់ជាមួយនឹងមាត្រាទាំងឡាយនៃច្បាប់នេះ បទប្បញ្ញត្តិនៃសន្ធិសញ្ញាអន្តរជាតិទាំងនោះត្រូវចាត់ទុកជាបទប្បញ្ញត្តិគោល ។

មាត្រា ៦១.-

នៅក្នុងច្បាប់នេះ :

-ចំណាត់ថ្នាក់អន្តរជាតិ មានន័យថា ចំណាត់ថ្នាក់ដែលអនុលោមតាមកិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងនីស ដែលចែងអំពីចំណាត់ថ្នាក់អន្តរជាតិនៃទំនិញនិងសេវាកម្មសម្រាប់គោលបំណងនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក ចុះថ្ងៃទី ១៥ ខែមិថុនា ឆ្នាំ ១៩៥៧ ដែលបានកែសម្រួលនៅពេលចុងក្រោយ

-អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស មានន័យថា អនុសញ្ញាដែលបានចុះហត្ថលេខានៅទីក្រុងប៉ារីស ស្តីពីការការពារកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម ចុះថ្ងៃទី ២០ ខែ មីនា ឆ្នាំ ១៨៨៣ ដែលបានកែសំរួលនៅពេលចុងក្រោយ

-កាលបរិច្ឆេទអាទិភាព មានន័យថា ពេលវេលានៃការស្នើសុំមុនគេដែលប្រើប្រាស់ជាមូលដ្ឋានសម្រាប់ទទួលនូវសិទ្ធិអាទិភាព ដូចមានចែងនៅក្នុងអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស

-បទបញ្ជា មានន័យថា ប្រកាសឬសេចក្តីណែនាំដែលចេញដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

-ទំនិញដែលពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយ មានន័យថា ទំនិញទាំងឡាយរួមទាំងសំបកវេចខ្ចប់ផងដែលមានម៉ាកដូចគ្នានឹងម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីត្រឹមត្រូវទាក់ទងទៅនឹងទំនិញនោះដោយគ្មានការអនុញ្ញាត ឬមិនអាចសំគាល់បាននូវលក្ខណៈខុសគ្នាពីទិដ្ឋភាពសំខាន់ៗនៃម៉ាក និងដែលរំលោភបំពានសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកស្របច្បាប់ក្រោមច្បាប់នៃប្រទេសនាំចូល ។

ជំពូកទី ១៥
ទោសប្បញ្ញត្តិ

មាត្រា ៦២.-

សេចក្តីសម្រេចរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម អាចជាកម្មវត្ថុនៃការប្តឹងតវ៉ាទៅតុលាការមានសមត្ថកិច្ចបាន ដោយភាគីជំទាស់ណាមួយ ហើយបណ្តឹងតវ៉ានេះត្រូវធ្វើក្នុង

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា

លេខៈ ៦៤ អនក្រ.បក

អនុក្រឹត្យ

ស្តីពី

ការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និង អំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

រាជរដ្ឋាភិបាល

- បានឃើញរដ្ឋធម្មនុញ្ញនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
- បានឃើញព្រះរាជក្រឹត្យលេខ នស/រកត/០៧០៤/១២៤ ចុះថ្ងៃទី ១៥ ខែ កក្កដា ឆ្នាំ ២០០៤ ស្តីពីការតែងតាំងរាជរដ្ឋាភិបាលនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
- បានឃើញព្រះរាជក្រមលេខ ០២/នស/៩៤ ចុះថ្ងៃទី ២០ ខែ កក្កដា ឆ្នាំ ១៩៩៤ ដែលប្រកាសឱ្យប្រើច្បាប់ស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅនៃគណៈរដ្ឋមន្ត្រី
- បានឃើញព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/០១៩៦/១៦/៩៤ ចុះថ្ងៃទី ២៤ ខែ មករា ឆ្នាំ ១៩៩៦ ដែលប្រកាសឱ្យប្រើច្បាប់ស្តីពីការបង្កើតក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
- បានឃើញព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/០៦០០/០០១ ចុះថ្ងៃទី ២១ ខែ មិថុនា ឆ្នាំ ២០០០ ដែលប្រកាសឱ្យប្រើច្បាប់ស្តីពីការគ្រប់គ្រងគុណភាព សុវត្ថិភាពលើផលិតផលទំនិញ និងសេវា
- បានឃើញព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/០២០២/០០៦ ចុះថ្ងៃទី ០៧ ខែ កុម្ភៈ ឆ្នាំ ២០០២ ដែលប្រកាសឱ្យប្រើច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់
- បានឃើញអនុក្រឹត្យលេខ៥៤ អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី ២២ ខែ កញ្ញា ឆ្នាំ ១៩៩៧ ស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
- បានទទួលការឯកភាពពីគណៈរដ្ឋមន្ត្រីក្នុងសម័យប្រជុំពេញអង្គនាថ្ងៃទី ០៧ ខែ កក្កដា ឆ្នាំ ២០០៦

សម្រេច

ជំពូកទី ១

បទប្បញ្ញត្តិទូទៅ

មាត្រា ១. – គោលបំណង

អនុក្រឹត្យនេះមានគោលបំណងកំណត់ នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក ការបដិសេធ ភ្នាក់ងារតំណាង ការប្រកាសសិទ្ធិជាអាទិភាព ការលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជី និងវិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន សំដៅអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ។

មាត្រា ២. – និយមន័យ

វាក្យស័ព្ទដែលប្រើក្នុងអនុក្រឹត្យនេះ ត្រូវបានកំណត់និយមន័យដូចក្នុងឧបសម្ព័ន្ធភ្ជាប់ ។

ជំពូកទី ២

លក្ខខណ្ឌទូទៅ នៃការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក

មាត្រា ៣. – គំរូពាក្យស្នើសុំ

គំរូពាក្យស្នើសុំ ដែលបោះពុម្ពរួចត្រូវចែកជូន ដល់អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំដោយឥតគិតថ្លៃ ដោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ។

គំរូពាក្យស្នើសុំ ត្រូវកំណត់ដោយប្រកាសរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។

មាត្រា ៤. – ភាសាប្រើប្រាស់ក្នុងឯកសារដាក់ពាក្យស្នើសុំ និងការបកប្រែ

តាមការតម្រូវនៃច្បាប់ ឬអនុក្រឹត្យនេះ ពាក្យស្នើសុំត្រូវធ្វើជាភាសាខ្មែរ ឬជាភាសាអង់គ្លេស ។ ឯកសារណាមួយ ដែលប្រើប្រាស់អមភ្ជាប់ជាមួយពាក្យស្នើសុំ ដែលបង្កើតជាផ្នែកមួយ នៃពាក្យស្នើសុំនោះ ឬ ឯកសារដែលបានដាក់ជូនទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ដែលប្រើប្រាស់ភាសាណាមួយ ក្រៅពីភាសាខ្មែរ ឬ ភាសាអង់គ្លេស ត្រូវភ្ជាប់មកជាមួយ នូវការបកប្រែជាភាសាខ្មែរ ឬ ភាសាអង់គ្លេស ។

មាត្រា ៥. – ការបញ្ជាក់ឈ្មោះ អាសយដ្ឋាន សញ្ជាតិ និង និវេសនដ្ឋាន របស់អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ

១-ឈ្មោះរបស់រូបវន្តបុគ្គល ត្រូវបញ្ជាក់ដោយនាមត្រកូល , និងនាមខ្លួនរបស់បុគ្គលនោះ ឈ្មោះនីតិបុគ្គល ត្រូវបញ្ជាក់ដោយឈ្មោះពេញលេញ ជាផ្លូវការរបស់នីតិបុគ្គលនោះ ។

២-អាសយដ្ឋានរបស់អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ ត្រូវបញ្ជាក់ឱ្យបានច្បាស់លាស់ ដើម្បីបំពេញតម្រូវការជាចម្បាតាសម្រាប់សម្រួលដល់ការបញ្ជូនតាមប្រៃសណីយ៍ ។ ក្នុងករណីណាក៏ដោយ អាសយដ្ឋាន ត្រូវមានការបញ្ជាក់ផងដែរ នូវលេខផ្ទះ ទូរស័ព្ទ និង ទូរសារ ។

៣-សញ្ជាតិត្រូវបញ្ជាក់នូវឈ្មោះរដ្ឋ ឬប្រទេស ដែលបុគ្គលនោះជាពលរដ្ឋនៃរដ្ឋ ឬប្រទេសនោះ។ ចំពោះនីតិបុគ្គលត្រូវបញ្ជាក់ឈ្មោះរដ្ឋ ឬប្រទេស ដែលនីតិបុគ្គលនោះ ត្រូវបានបង្កើតឡើង តាមច្បាប់របស់រដ្ឋ ឬប្រទេសនោះ ព្រមទាំងការិយាល័យ របស់នីតិបុគ្គលនោះដែលបានចុះបញ្ជីរួច។

៤-និវេសនដ្ឋាន ត្រូវបញ្ជាក់នូវឈ្មោះរដ្ឋ ឬប្រទេស ដែលបុគ្គលនោះមានទីលំនៅជាអចិន្ត្រៃយ៍។

មាត្រា ៦. – **ហត្ថលេខាក្នុងនាមក្រុមហ៊ុនសហកម្មសិទ្ធិ ក្រុមហ៊ុនមូលធន និង សមាគម**

១-ឯកសារដែលត្រូវចុះហត្ថលេខា ក្នុងនាមក្រុមហ៊ុនសហកម្មសិទ្ធិមួយ ត្រូវមានឈ្មោះរបស់ម្ចាស់ភាគហ៊ុនទាំងអស់ ជាឈ្មោះពេញលេញ និងត្រូវចុះហត្ថលេខា ដោយម្ចាស់ភាគហ៊ុនទាំងអស់ ឬដោយម្ចាស់ភាគហ៊ុនណាមួយ ដែលមានលក្ខណសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ ដើម្បីចុះហត្ថលេខា ដោយមានបញ្ជាក់ថា ម្ចាស់ភាគហ៊ុននោះចុះហត្ថលេខា ក្នុងនាមក្រុមហ៊ុនសហកម្មសិទ្ធិ ឬដោយតតិយជនណាម្នាក់ដែលមន្ត្រី កាន់កាប់បញ្ជីទទួលស្គាល់ថា ជននោះត្រូវអនុញ្ញាតឱ្យចុះហត្ថលេខាលើឯកសារនោះ។ ឯកសារដែលត្រូវចុះហត្ថលេខា ក្នុងនាមក្រុមហ៊ុនមូលធន ជូសមុខឱ្យនីតិបុគ្គលមួយ ត្រូវចុះហត្ថលេខាដោយអភិបាលមួយរូប ឬដោយលេខាធិការ ឬមន្ត្រីសំខាន់ដទៃទៀត របស់នីតិបុគ្គលនោះ ឬចុះហត្ថលេខាដោយតតិយជនណាម្នាក់ ដែលមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីទទួលស្គាល់ថា ជននោះត្រូវអនុញ្ញាតឱ្យធ្វើការចុះហត្ថលេខាលើឯកសារនោះ ហើយឯកសារនោះត្រូវមានប្រថាប់ត្រា របស់នីតិបុគ្គលនោះផង។ ឯកសារដែលត្រូវចុះហត្ថលេខា ក្នុងនាមសមាគមមួយ ត្រូវចុះហត្ថលេខាដោយបុគ្គលណាម្នាក់ ដែលមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីទទួលស្គាល់ថា បុគ្គលនោះបានទទួលសិទ្ធិស្របច្បាប់ ដើម្បីចុះហត្ថលេខា ហើយត្រូវប្រថាប់ត្រារបស់សមាគមនោះផង។

២-នៅពេលចាំបាច់ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី អាចស្នើសុំឱ្យផ្តល់ភស្តុតាងនៃការប្រគល់សិទ្ធិ ក្នុងការចុះហត្ថលេខានោះ ។

មាត្រា ៧. – **ភ្នាក់ងារតំណាង**

លិខិតប្រគល់សិទ្ធិ ដែលចាត់តាំងភ្នាក់ងារតំណាងមួយឱ្យធ្វើការដាក់ពាក្យ អាចភ្ជាប់ជាមួយនឹងពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ឬ ត្រូវប្រគល់លិខិតប្រគល់សិទ្ធិនោះ ទៅឱ្យមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ក្នុងរយៈពេល ០២ (ពីរ)ខែ គិតចាប់ពីកាលបរិច្ឆេទនៃការដាក់ពាក្យ។ ប្រសិនបើការប្រគល់សិទ្ធិនេះ មិនត្រូវបានធ្វើឡើង

និង ធ្វើឡើងមិនសមស្របតាមមាត្រា៤៨ និង មាត្រា៤៩ នៃច្បាប់ និង មាត្រា២៨ នៃអនុក្រឹត្យនេះទេនោះ ចំណាត់ការតាមនីតិវិធីណាមួយ ក្នុងការចុះបញ្ជី នឹងមិនត្រូវធ្វើឡើងឡើយ ។

មាត្រា ៨. – កម្រៃផ្សេងៗ

កម្រៃផ្សេងៗ ដែលតម្រូវតាមច្បាប់ ឬតាមអនុក្រឹត្យនេះ ត្រូវកំណត់ដោយប្រកាសអន្តរក្រសួង របស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និង ហិរញ្ញវត្ថុ និង ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។

ជំពូកទី ៣
នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក
ការបដិសេធការចុះបញ្ជីម៉ាក និងការលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជី

ផ្នែកទី ១
ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក និងការបោះពុម្ពផ្សាយ

មាត្រា ៩. – ចំណាត់ថ្នាក់នៃម៉ាក

ក្នុងការចុះបញ្ជី និងការបោះពុម្ពផ្សាយម៉ាក មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវអនុវត្តតាម "ចំណាត់ថ្នាក់អន្តរជាតិ នៃទំនិញ និង សេវា នៃការចុះបញ្ជីម៉ាក" ដែលអនុម័តដោយកិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុង នីស ចុះថ្ងៃទី ១៥ ខែ មិថុនា ឆ្នាំ ១៩៥៧ ហើយដែលចំណាត់ថ្នាក់នេះ បានធ្វើវិសោធនកម្មជាបន្តបន្ទាប់ ។

មាត្រា ១០. – ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក

ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកមួយ ត្រូវធ្វើឡើងតាមរយៈគំរូពាក្យស្នើសុំ ដូចមានចែងក្នុងប្រកាសរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ហើយត្រូវចុះហត្ថលេខាដោយអ្នកស្នើសុំ ឬភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់ ។ ពាក្យស្នើសុំមួយ អាចធ្វើឡើងសម្រាប់ការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកមួយ ចំពោះទំនិញ ឬសេវាក្នុងចំណាត់ថ្នាក់មួយ ឬច្រើននៃចំណាត់ថ្នាក់អន្តរជាតិ ។

ការប្រើប្រាស់ម៉ាកពុំមែនជាលក្ខខណ្ឌដែលតម្រូវ នៅពេលដាក់ពាក្យស្នើសុំ ចុះបញ្ជីម៉ាកឡើយ ។

មាត្រា ១១. – ការផ្តល់គំរូម៉ាក

១-ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ត្រូវភ្ជាប់មកជាមួយនូវគំរូម៉ាក ក្រោមរូបភាព[illegible] និងមិនរលុប ដែលមានទំហំមិនលើសពី ៨សង្ទីម៉ែត្រ គុណ ៨សង្ទីម៉ែត្រ [illegible]

ដែលបានផ្តល់ជូន នៅលើគំរូពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ។ គ្រប់ករណីទាំងអស់ គំរូម៉ាកត្រូវពិពណ៌នាគ្រប់ចំណុចលំអិតទាំងអស់ ដែលចំណុចលំអិតទាំងនោះ អាចនឹងត្រូវទាមទារក្នុងពេលណាមួយដែលចាំបាច់ ដោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ។ ប្រសិនបើ មានលក្ខខណ្ឌតម្រូវ ចំណុចលំអិតទាំងនោះ ត្រូវចុះហត្ថលេខា ដោយអ្នកស្នើសុំ ឬដោយភ្នាក់ងារតំណាង ដែលបានទទួលសិទ្ធិ ។

២-គំរូម៉ាកបន្ថែមចំនួន ១៥ (ដប់ប្រាំ) ទៀត ត្រូវភ្ជាប់ជាមួយនឹងគ្រប់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក។ គំរូម៉ាក ដែលបិទភ្ជាប់នៅលើពាក្យស្នើសុំ និងគំរូម៉ាកបន្ថែម ត្រូវមានលក្ខណៈដូចគ្នាបេះបិទ ។

៣-ប្រសិនបើ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីយល់ថា គំរូម៉ាកណាមួយនៅមិនទាន់សមស្របសម្រាប់ការចុះបញ្ជី មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី អាចទាមទារឱ្យផ្តល់គំរូម៉ាកមួយទៀត ដែលសមស្រប ដើម្បីជំនួសគំរូចាស់ ។

៤-នៅពេលដែលគំរូ ឬការចម្លងឡើងវិញផ្សេងទៀត ពុំបានធ្វើឡើងតាមលក្ខណៈ ដូចបានពោលខាងលើនោះ គំរូម៉ាក ឬរូបភាពចម្លងនៃម៉ាក អាចនឹងត្រូវផ្តល់ក្រោមរូបភាព ជាទំហំពេញលេញ ឬ បំព្រួញ និងតាមទម្រង់មួយ ដែលមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីយល់ថាសមស្រប ។

មាត្រា ១២. - សម្លេងអាន និងការបកប្រែអត្ថន័យរបស់ម៉ាក

តាមការតម្រូវរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ក្នុងករណីដែលម៉ាកមួយ មានពាក្យមួយព្យាង្គ ឬច្រើនព្យាង្គ ជាអក្សរ ក្រៅពីអក្សរខ្មែរ ឬអក្សររ៉ូម៉ាំង ការបំពេញពាក្យស្នើសុំតាមគំរូ ដូចមានចែងក្នុងប្រកាសរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ហើយនិងការផ្តល់នូវគំរូម៉ាកបន្ថែម ត្រូវភ្ជាប់មកជាមួយផងដែរនូវការសរសេរ សម្លេងអាន និងការបកប្រែអត្ថន័យរបស់ម៉ាកនោះ ឱ្យបានពេញលេញតាមពាក្យមួយព្យាង្គៗ ដោយបញ្ជាក់នូវភាសា ដែលពាក្យនីមួយៗនោះ ត្រូវបានប្រើប្រាស់ ។

មាត្រា ១៣. - ការប្រកាសសិទ្ធិអាទិភាព និងការបកប្រែពាក្យស្នើសុំលើកដំបូង

១-អនុលោមតាមមាត្រា៦ នៃច្បាប់ ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក អាចអមមកជាមួយសេចក្តីប្រកាសទាមទារសិទ្ធិអាទិភាព នៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំលើកដំបូង នៅក្រៅប្រទេស ក្នុងកម្រិតជាតិ ឬកម្រិតតំបន់ ដែលបានធ្វើឡើងដោយអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ ឬអ្នកទទួលសិទ្ធិ ដូចមានចែងក្នុងអនុសញ្ញាទីក្រុង ប៉ារីស ដែលផ្តល់សិទ្ធិអាទិភាពនៅក្នុងរដ្ឋណាមួយ ជាសមាជិករបស់អនុសញ្ញានោះ។ ក្នុងករណីនេះមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី អាចតម្រូវឱ្យអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំផ្តល់ នូវច្បាប់ចម្លង នៃពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីលើកដំបូងមួយច្បាប់ ដែលបានបញ្ជាក់ថា ត្រឹមត្រូវពីការិយាល័យទទួលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីនោះ ក្នុងរយៈពេលដែលបានកំណត់ក្នុងកថាខ័ណ្ឌ (៣) នៃមាត្រានេះ ។ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ឬអ្នកទទួលសិទ្ធិរបស់គាត់ អាចធ្វើការទាមទារសិទ្ធិអាទិភាព ពីការចុះបញ្ជីលើកដំបូង ដែលបានធ្វើឡើង នៅក្នុងរដ្ឋ ឬប្រទេសណាមួយ ជាសមាជិករបស់អង្គការពាណិជ្ជកម្មពិភពលោកផងដែរ ។

២-ការប្រកាសអំពីសិទ្ធិអាទិភាព ដែលធ្វើឡើងតាមមាត្រា៦ នៃច្បាប់ និង មាត្រា១៣ កថាខ័ណ្ឌ (១) នៃអនុក្រឹត្យនេះ ត្រូវបញ្ជាក់នូវ ៖

ក- កាលបរិច្ឆេទដែលបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកលើកដំបូង

ខ- លេខដាក់ពាក្យនៃការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកលើកដំបូង អនុលោមតាមកថាខ័ណ្ឌ (៣) ខាងក្រោមនៃមាត្រានេះ

គ- ឈ្មោះប្រទេស ដែលអ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក បានដាក់ពាក្យលើកដំបូង ឬ ក្នុងករណីដែលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកលើកដំបូង ទៅជាការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកក្រោមរូបភាពតំបន់ ឬ អន្តរជាតិ។ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ ត្រូវបញ្ជាក់ឈ្មោះការិយាល័យ និង ឈ្មោះប្រទេស ដែលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកនោះ ត្រូវដាក់ ។

៣-ប្រសិនបើនៅពេលដាក់សេចក្តីប្រកាស ដែលបានចែងក្នុងកថាខ័ណ្ឌ (១) និង (២) ខាងលើ ហើយអ្នកដាក់ពាក្យពុំទាន់ដឹងលេខដាក់ពាក្យ នៃពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកលើកដំបូងទេ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ ត្រូវផ្តល់លេខដាក់ពាក្យនោះ ក្នុងរយៈពេល ០៣ (បី)ខែ គិតចាប់ពីកាលបរិច្ឆេទនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ដែលបានប្រកាសសុំសិទ្ធិអាទិភាពនោះ ។ ប្រសិនបើ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំផ្តល់ នូវភស្តុតាងគ្រប់គ្រាន់ ដែលបង្ហាញថា ការដែលគាត់ពុំអាចអនុវត្តបានត្រឹមត្រូវ តាមកាលកំណត់ខាងលើ ដោយសារមានកាលៈទេសៈជាឧបសគ្គមួយចំនួន ហួសពីសមត្ថភាពគ្រប់គ្រងរបស់គាត់ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីអាចពន្យារពេល ០៣ (បី) ខែទៀតចំពោះកាលកំណត់ នៃការផ្តល់នូវលេខដាក់ពាក្យ ដែលមានចែងក្នុងកថាខ័ណ្ឌនេះ ។

៤-ក្នុងករណីមានការស្នើសុំសិទ្ធិអាទិភាព នៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកលើកដំបូង ចំនួន ០២ (ពីរ) ឬ ច្រើនជាង ដែលអនុលោមតាមកថាខ័ណ្ឌ (១) ខាងលើ ការបញ្ជាក់អំពីការដាក់ពាក្យស្នើសុំសិទ្ធិអាទិភាព អាចបញ្ចូល ក្នុងប្រកាសទាមទារសិទ្ធិអាទិភាព តែមួយបាន ។

៥-ប្រសិនបើមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីរកឃើញថា លក្ខខណ្ឌតម្រូវទាំងឡាយតាមមាត្រា៦ នៃច្បាប់ និង កថាខ័ណ្ឌ (១) (២) និង (៣) ខាងលើ មិនត្រូវបំពេញគ្រប់គ្រាន់ទេនោះ ការប្រកាសទាមទារសិទ្ធិអាទិភាព នឹងមិនត្រូវចាត់ទុកថា បានធ្វើឡើងឡើយ ។

៦-មុនពេលធ្វើការចុះបញ្ជីម៉ាក អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក អាចធ្វើការកែតម្រូវការប្រកាសទាមទារ សិទ្ធិអាទិភាពរបស់ខ្លួន ដែលធ្វើឡើងតាមកថាខ័ណ្ឌនានាខាងលើបាន ។

មាត្រា ១៤. – ច្បាប់ចម្លងនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកលើកដំបូង

អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ត្រូវបានអនុញ្ញាតរយៈពេល ០៣ (បី)ខែ គិតចាប់ពីកាលបរិច្ឆេទនៃការទាមទាររបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ដើម្បីផ្តល់នូវច្បាប់ចម្លង នៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកលើកដំបូង ដោយមានការបញ្ជាក់នូវភាពត្រឹមត្រូវ ។

មាត្រា ១៥. – ការដកពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក

ការដកពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ត្រូវធ្វើឡើងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ដែលត្រូវចុះហត្ថលេខាដោយអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ ឬភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់ ហើយត្រូវដាក់ជូនទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ។

កម្រៃនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក នឹងមិនត្រូវផ្តល់ជូនវិញទេ ក្នុងករណីដែលមានការដកពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ទៅវិញនោះ ។

មាត្រា ១៦. – ការកត់ត្រាពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក និងកាលបរិច្ឆេទដាក់ពាក្យស្នើសុំ

១-មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ត្រូវកត់ត្រានៅលើសំណុំឯកសារ នៃពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកនីមួយៗនូវកាលបរិច្ឆេទពិតប្រាកដ និង លេខរៀងដាក់ពាក្យនៃពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ដោយមានសរសេរអក្សរ KH ភ្ជាប់នឹងរបាផ្ទៀង ហើយសរសេរលេខចំនួន ០៥ (ប្រាំ) ខ្ទង់យ៉ាងតិច ដែលកំណត់តាមលំដាប់លំដោយបន្តបន្ទាប់ ព្រមទាំងលេខចុងក្រោយពីរខ្ទង់នៃឆ្នាំ ដែលទទួលបានសំណុំឯកសារ ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកនោះ។ នៅពេលដែលមានការកែតម្រូវណាមួយ ឬនៅពេលដែលទទួលបានឯកសារដទៃទៀត ដែលដាក់ជូនក្នុងកាលបរិច្ឆេទខុសគ្នានោះ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវកត់ត្រាកាលបរិច្ឆេទជាក់ស្តែង នៃការទទួលឯកសារទាំងនោះ។

២-លេខដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ដែលបានកំណត់នៅក្នុងកថាខ័ណ្ឌ (១) ខាងលើ ត្រូវយកមកប្រើក្នុងគ្រប់ទំនាក់ទំនង ជាបន្តបន្ទាប់ ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ។

៣-មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ត្រូវផ្តល់នូវកាលបរិច្ឆេទ នៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក នៅពេលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី បំពេញបាននូវព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់ និងត្រឹមត្រូវដូចខាងក្រោម៖

- ក- ឈ្មោះរបស់អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក
- ខ- អាសយដ្ឋានទំនាក់ទំនង
- គ- គំរូម៉ាក ដែលស្នើសុំចុះបញ្ជី
- ឃ- យថាប្រភេទរបស់ទំនិញ ឬសេវា ដែលស្នើសុំចុះបញ្ជីក្នុងចំណាត់ថ្នាក់នីមួយៗ
- ង- កម្រៃនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ដែលតម្រូវសម្រាប់ចំណាត់ថ្នាក់នីមួយៗ នៃទំនិញ ឬសេវា ដែលស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ។

៤-មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ត្រូវចេញលិខិតទទួលស្គាល់ការដាក់ពាក្យ ជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ទៅអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក នូវលេខរៀង និងកាលបរិច្ឆេទ នៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំ ។

មាត្រា ១៧. – ការច្រានចោលការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ឬការយល់ព្រមទទួលដោយមានលក្ខខណ្ឌ ចំពោះការចុះបញ្ជី និងសវនាការ

១-នៅពេលពិនិត្យសំណុំឯកសារ ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ដែលធ្វើឡើងតាមមាត្រា៨ (ក) នៃច្បាប់ ប្រសិនបើ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីសម្រេចច្រានចោល ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកណាមួយ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ត្រូវជូនដំណឹងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ អំពីការច្រានចោលនោះ ទៅអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំដោយភ្ជាប់នូវព័ត៌មានលំអិតទាំងអស់ ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងសេចក្ដីសម្រេចរបស់ខ្លួន ហើយស្នើឱ្យអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំធ្វើការកែតម្រូវពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីរបស់ខ្លួន និងធ្វើចម្លើយតបទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ឬធ្វើការដាក់ពាក្យស្នើសុំធ្វើសវនាការ ក្នុងរយៈពេល ៤៥ (សែសិបប្រាំ) ថ្ងៃ គិតចាប់ពីពេលទទួលបានសេចក្ដីជូនដំណឹងអំពី ការច្រានចោលនោះ ។ ប្រសិនបើ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកមិនបានអនុវត្តទៅតាមកាលកំណត់ នៃការជូនដំណឹងនេះទេ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកនោះ នឹងត្រូវចាត់ទុកថា បានដកពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ខ្លួន ។

២-នៅពេលពិនិត្យខ្លឹមសារម៉ាក ដែលបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ដោយធ្វើឡើងតាមមាត្រា៨ (ខ) នៃច្បាប់ ប្រសិនបើ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីយល់ព្រមទទួលយកពាក្យស្នើសុំ ក្នុងលក្ខខណ្ឌនៃការកែតម្រូវ ការកែសម្រួល ការប្រកាសមិនទាមទារសិទ្ធិ លើចំណុចណាមួយរបស់ម៉ាក ឬការកម្រិតកំណត់សិទ្ធិ ឬ លក្ខខណ្ឌផ្សេងៗទៀត មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ត្រូវជូនដំណឹងអំពីការសម្រេចរបស់ខ្លួនជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ទៅឱ្យអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ ។ ប្រសិនបើ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី មិនឯកភាពចំពោះការកែតម្រូវ ការកែសម្រួល ការប្រកាសមិនទាមទារសិទ្ធិ ឬការកម្រិតកំណត់នៃសិទ្ធិ ឬលក្ខខណ្ឌផ្សេងៗទៀត អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក អាចដាក់ពាក្យស្នើសុំធ្វើសវនាការ ឬផ្ដល់នូវការយល់ឃើញរបស់ខ្លួន ជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ក្នុងរយៈពេល ៦០ (ហុកសិប) ថ្ងៃ គិតចាប់ពីកាលបរិច្ឆេទទទួលបានសេចក្ដីជូនដំណឹងពីមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។ ប្រសិនបើ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកឯកភាព ទៅនឹងសំណូមពរឱ្យធ្វើការកែតម្រូវ ការកែសម្រួល ការប្រកាសមិនទាមទារសិទ្ធិ ឬការកម្រិតកំណត់ នៃសិទ្ធិ ឬលក្ខខណ្ឌផ្សេងៗទៀត អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ត្រូវជូនដំណឹងទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីវិញ ជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ហើយធ្វើការកែតម្រូវពាក្យស្នើសុំរបស់ខ្លួន ទៅតាមសេចក្ដីជូនដំណឹងខាងលើ។ ប្រសិនបើ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក មិនធ្វើការឆ្លើយតបតាមកាលកំណត់ និងតាមវិធីណាមួយក្នុងចំណោមវិធីខាងលើ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ត្រូវចាត់ទុកថា បានបោះបង់ចោលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ខ្លួន។

៣-ការស្នើសុំធ្វើសវនាការមួយ ត្រូវធ្វើឡើងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ដោយផ្ញើជូនទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។ នៅពេលដែលទទួលបានពាក្យស្នើសុំនេះ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ត្រូវជូនដំណឹងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ទៅអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកយ៉ាងយូរ ០១ (មួយ)ខែ មុនកាលបរិច្ឆេទ ដែលអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ត្រូវអញ្ជើញមកចូលរួមក្នុងសវនាការ ។

មាត្រា ១៨. - ការបដិសេធពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ឬ ការយល់ព្រម ដោយមានលក្ខខណ្ឌរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ដែលអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំធ្វើការជំទាស់

១-បន្ទាប់ពីសវនាការ ឬបន្ទាប់ពីការពិនិត្យពិចារណា លើការស្នើសុំកែតម្រូវ ឬការផ្តល់យោបល់ជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ពីអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ប្រសិនបើ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនៅតែបដិសេធការចុះបញ្ជី ឬយល់ព្រមចុះបញ្ជី ដោយមានលក្ខខណ្ឌឱ្យមានការកែតម្រូវ ការកែសម្រួល ការឈប់ទាមទារសិទ្ធិ ឬការកម្រិតកំណត់សិទ្ធិ ឬលក្ខខណ្ឌផ្សេងៗទៀត ហើយអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី នៅតែមិនយល់ព្រមទៅនឹងការច្រានចោល ឬការយល់ព្រមទទួលចុះបញ្ជីជូនដោយមានលក្ខខណ្ឌ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ត្រូវបដិសេធជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ទៅអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ អំពីសេចក្តីសម្រេចរបស់ខ្លួន ។ ក្នុងរយៈពេល ០១ (មួយ) ខែ ចាប់ពីកាលបរិច្ឆេទនៃការផ្តល់សេចក្តីជូនដំណឹងនេះ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី អាចស្នើសុំឱ្យមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ធ្វើការបញ្ជាក់ជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ អំពីមូលហេតុដែលនាំឱ្យឈានដល់សេចក្តីសម្រេចរបស់ខ្លួន ព្រមទាំងឯកសារយោងទាំងឡាយ ដែលប្រើប្រាស់នៅក្នុងការធ្វើសេចក្តីសម្រេចនេះ ។

២-អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី មានសិទ្ធិប្តឹងតវ៉ា អំពីការបដិសេធមិនព្រមចុះបញ្ជី របស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ទៅក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ា នៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ឬទៅតុលាការមានសមត្ថកិច្ច ក្នុងរយៈពេល ០៣ (បី) ខែ គិតចាប់ពីថ្ងៃចេញសេចក្តីសម្រេច របស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ។

៣-អនុលោមតាមមាត្រា៦២ នៃច្បាប់ ភាគីមានផលប្រយោជន៍ មានសិទ្ធិប្តឹងតវ៉ា អំពីសេចក្តីសម្រេចរបស់ក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ា នៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្មទៅតុលាការមានសមត្ថកិច្ច ក្នុងរយៈពេល ០៣ (បី) ខែ គិតចាប់ពីថ្ងៃចេញសេចក្តីសម្រេច របស់ក្រុមប្រឹក្សាបណ្តឹងតវ៉ា។

មាត្រា ១៩. - ការយល់ព្រមចំពោះការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ការចុះបញ្ជីម៉ាក ការបោះពុម្ពផ្សាយ និង ការចេញវិញ្ញាបនបត្រ

១-ប្រសិនបើ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីយល់ព្រម ចំពោះការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ដោយមាន ឬ គ្មានលក្ខខណ្ឌ ឬការកម្រិតកំណត់ណាមួយ ដែលលក្ខខណ្ឌ និងការកំណត់ទាំងនោះ [illegible] ដោយអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវចុះបញ្ជីម៉ាក និងចេញវិញ្ញាបនបត្រ [illegible]

ចុះបញ្ជីម៉ាកជូនអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ហើយត្រូវបោះពុម្ពផ្សាយការចុះបញ្ជីម៉ាកនោះ នៅក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។

២-មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ត្រូវផ្តល់នូវលេខរៀងមួយតាមលំដាប់លំដោយ នៃការចុះបញ្ជីម៉ាកនៅលើវិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជី ។

៣-ការចុះបញ្ជីម៉ាកមួយត្រូវមាន ៖

ក- គំរូម៉ាក ដែលត្រូវបានចុះបញ្ជី

ខ- លេខដាក់ពាក្យ និង លេខចុះបញ្ជី

គ- ឈ្មោះ និង អាសយដ្ឋានរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ដែលស្នើសុំចុះបញ្ជី

ឃ- ឈ្មោះ និង អាសយដ្ឋានរបស់ភ្នាក់ងារតំណាង (ប្រសិនបើមាន)

ង- កាលបរិច្ឆេទនៃការដាក់ពាក្យ និងកាលបរិច្ឆេទនៃការចុះបញ្ជី

ច- ប្រសិនបើសិទ្ធិអាទិភាពត្រូវបានទាមទារ ហើយការទាមទារសិទ្ធិនោះត្រូវបានយល់ព្រម ត្រូវបញ្ជាក់ឈ្មោះ រដ្ឋ ឬប្រទេស និងលេខដាក់ពាក្យដែលបានដាក់ពាក្យស្នើសុំលើកដំបូង។

ឆ- ចំណាត់ថ្នាក់ និង ទំនិញ ឬសេវាដែលជាកម្មវត្ថុនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក ដោយមានបញ្ជាក់អំពីចំណាត់ថ្នាក់នៃទំនិញ ឬសេវានោះ ស្របតាមចំណាត់ថ្នាក់អន្តរជាតិ ។

៤-ការបោះពុម្ពផ្សាយការចុះបញ្ជីម៉ាកមួយ ដែលបានកំណត់ក្នុងកថាខ័ណ្ឌ (១) ខាងលើ ត្រូវមានព័ត៌មានមួយចំនួនដូចតទៅ ៖

ក- កាលបរិច្ឆេទនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក និង កាលបរិច្ឆេទនៃសិទ្ធិអាទិភាព (ប្រសិន បើមាន)

ខ- គំរូម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជី

គ- លេខដាក់ពាក្យ និង លេខចុះបញ្ជី

ឃ- ចំណាត់ថ្នាក់ និង ទំនិញ ឬ សេវា ដែលជាកម្មវត្ថុនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក ដោយមានបញ្ជាក់អំពីចំណាត់ថ្នាក់នៃទំនិញ ឬសេវានោះ ស្របតាមចំណាត់ថ្នាក់អន្តរជាតិ

ង- ឈ្មោះ និងអាសយដ្ឋានរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជី

ច- ឈ្មោះ និងអាសយដ្ឋានរបស់ភ្នាក់ងារតំណាង (ប្រសិនបើមាន)

មាត្រា ២០. - បណ្តឹងជំទាស់

១-ក្នុងរយៈពេល ៩០ (កៅសិប) ថ្ងៃ គិតចាប់តាំងពីកាលបរិច្ឆេទ នៃការបោះពុម្ពផ្សាយ ដូចមាន ចែងក្នុងមាត្រា១៩នៃអនុក្រឹត្យនេះរាល់លិខិតជំទាស់របស់ជនណា ដែលមានការពាក់ព័ន្ធនឹងការ ចុះបញ្ជីម៉ាក តាមមាត្រា១០ (គ) នៃច្បាប់ ត្រូវធ្វើឡើងតាមគំរូដែលកំណត់ ដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ព្រមទាំងភ្ជាប់មកជាមួយនូវឯកសារគាំទ្រនានាជាភស្តុតាងផង ។

២-អនុលោមតាមមាត្រា១០ (ង) នៃច្បាប់ ក្នុងរយៈពេល ៩០ (កៅសិប) ថ្ងៃ គិតពីកាល បរិច្ឆេទ នៃការជូនដំណឹងពីបណ្តឹងជំទាស់ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ត្រូវផ្តល់អំណះអំណាងជាចម្លើយ តបវិញ ជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ដោយបញ្ជាក់ពីហេតុផលជាមូលដ្ឋាន ក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក របស់ខ្លួន និងមានភ្ជាប់មកជាមួយនូវឯកសារគាំទ្រនានាជាភស្តុតាងផង ។

មាត្រា ២១. - សេចក្តីប្រកាសអំពីការប្រើប្រាស់ ឬមិនបានប្រើប្រាស់ម៉ាក និង ភស្តុតាង

១-ដើម្បីរក្សាសុពលភាពនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក ឬការចុះបញ្ជីម៉ាកសាឡើងវិញ ម្ចាស់ម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជីរួច ត្រូវប្រកាសអំពីការប្រើប្រាស់ម៉ាក ឬមិនបានប្រើប្រាស់ម៉ាកក្នុងរយៈពេល ០១ (មួយ) ឆ្នាំ បន្ទាប់ពីខួបលើកទី ៥ (ប្រាំ) នៃកាលបរិច្ឆេទចុះបញ្ជីម៉ាក ។

២-នៅពេលម៉ាក ត្រូវបានចុះបញ្ជីសាឡើងវិញ ម្ចាស់ម៉ាកត្រូវប្រកាសអំពីការប្រើប្រាស់ម៉ាក ឬ មិនបានប្រើប្រាស់ម៉ាករបស់ខ្លួន ក្នុងរយៈពេល ០១ (មួយ) ឆ្នាំ បន្ទាប់ពីខួបលើកទី ០៥ (ប្រាំ) នៃកាលបរិច្ឆេទចុះបញ្ជីសាឡើងវិញ ។

៣-សេចក្តីប្រកាសអំពីការប្រើប្រាស់ ឬមិនបានប្រើប្រាស់ម៉ាក ត្រូវធ្វើឡើងតាមគំរូដែលបាន កំណត់ ដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងត្រូវបង់កម្រៃតាមប្រកាសអន្តរក្រសួង របស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និង ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។

៤-ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច នឹងត្រូវលុបចេញពីបញ្ជីវិញ ក្នុងករណីដែលម្ចាស់ម៉ាក ឬភ្នាក់ងារ តំណាងខកខានមិនបានប្រកាស អំពីការប្រើប្រាស់ ឬមិនបានប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះ ដូចដែលបានកំណត់ក្នុង កថាខណ្ឌ (១) ខាងលើ ។

មាត្រា ២២. - ការចុះបញ្ជីម៉ាកសាជាថ្មីឡើងវិញ

១-ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកសាជាថ្មីឡើងវិញ តាមមាត្រា១២ (ខ) នៃច្បាប់ អាចធ្វើឡើង ក្នុងរយៈពេល ០៦ (ប្រាំមួយ) ខែ មុនពេលផុតសុពលភាព នៃការចុះបញ្ជីម៉ាក ហើយពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី សាជាថ្មីឡើងវិញនេះ ត្រូវចុះហត្ថលេខាដោយម្ចាស់ម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជីរួច ឬដោយភ្នាក់ងារតំណាង របស់ខ្លួន ។

២-ការចុះបញ្ជីម៉ាកសាជាថ្មីឡើងវិញ អាចធ្វើឡើងបាន ដោយមានការទូទាត់កម្រៃនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកសាជាថ្មីឡើងវិញ ដែលត្រូវធ្វើនៅក្នុងរយៈពេលកំណត់ ដូចមានចែងនៅក្នុងកថាខ័ណ្ឌ (១) ខាងលើ ឬ ធ្វើឡើងក្នុងរយៈពេលនៃការអនុគ្រោះ ដែលអនុញ្ញាតដោយមាត្រា១២ (ឃ) នៃច្បាប់ ។

៣-ការចុះបញ្ជីម៉ាកសាជាថ្មីឡើងវិញ ត្រូវតែកត់ត្រានៅក្នុងបញ្ជីម៉ាក ហើយត្រូវបោះពុម្ពផ្សាយក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការ ។

៤-មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវចេញវិញ្ញាបនបត្រ នៃការចុះបញ្ជីម៉ាកសាជាថ្មីឡើងវិញ ទៅឱ្យម្ចាស់ម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជីរួច ហើយវិញ្ញាបនបត្រនោះត្រូវមានព័ត៌មានដូចខាងក្រោម :

ក- លេខចុះបញ្ជីដើមរបស់ម៉ាក

ខ- គំរូម៉ាក

គ- កាលបរិច្ឆេទនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកសាជាថ្មីឡើងវិញ និងកាលបរិច្ឆេទផុតកំណត់

ឃ- ឈ្មោះ និង អាសយដ្ឋានរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជីរួច

ង- ឈ្មោះ និង អាសយដ្ឋានរបស់ភ្នាក់ងារតំណាង (ប្រសិនមាន)

ច- ទំនិញ ឬសេវា ដែលជាកម្មវត្ថុនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក ដោយមានការបញ្ជាក់អំពីចំណាត់ថ្នាក់ នៃទំនិញ ឬសេវាស្របតាមចំណាត់ថ្នាក់អន្តរជាតិ ។

ផ្នែកទី ២

ម៉ាកសមូហភាព និងមោឃភាពនៃការចុះបញ្ជី

មាត្រា ២៣. - ម៉ាកសមូហភាព

មាត្រា៩ រហូតដល់មាត្រា២២ នៃអនុក្រឹត្យនេះ ត្រូវយកមកអនុវត្តចំពោះម៉ាកសមូហភាព តាមលក្ខខណ្ឌតម្រូវមួយចំនួនដូចខាងក្រោម ៖

១-ការទទួលយកពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកសមូហភាព លុះត្រាតែនៅក្នុងពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីនោះត្រូវកំណត់ថា ជាម៉ាកសមូហភាព និងមានភ្ជាប់មកជាមួយ នូវច្បាប់ចម្លងនៃបទបញ្ជារួមគ្រប់គ្រងការប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះមួយច្បាប់ ដោយមានការបញ្ជាក់ត្រឹមត្រូវ ពីអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ។ ការបញ្ជាក់ ដែលធ្វើឡើង ដោយអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក នោះពុំចាំបាច់តម្រូវឱ្យធ្វើនីត្យានុកូលកម្ម ណាមួយឡើយ ។

២-បទបញ្ជារួមស្តីពីការគ្រប់គ្រងការប្រើប្រាស់ម៉ាកសមូហភាព ត្រូវកំណត់នូវលក្ខណៈពិសេស ឬគុណភាពរបស់ទំនិញ ឬសេវាដែលម៉ាកសមូហភាពនោះ ត្រូវជ្រើសរើសយកទៅប្រើប្រាស់ ...

លក្ខខណ្ឌទាំងឡាយ ដែលបុគ្គលប្រើប្រាស់ម៉ាកសមូហភាពនោះ ត្រូវធ្វើតាម ។ បទបញ្ជានោះ ត្រូវផ្តល់នូវការត្រួតពិនិត្យប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ចំពោះការប្រើប្រាស់ម៉ាកសមូហភាព ដោយស្របទៅតាមប្រការនានានៃបទបញ្ជានោះ ហើយត្រូវកំណត់នូវទណ្ឌកម្មសមល្មម ចំពោះរាល់ការប្រើប្រាស់ដែលផ្ទុយទៅនឹងបទបញ្ជានោះ ។

៣-ច្បាប់ចម្លងមួយច្បាប់ នៃបទបញ្ជារួមស្តីពីការគ្រប់គ្រងការប្រើប្រាស់ម៉ាកសមូហភាព ត្រូវភ្ជាប់បន្ថែមមកជាមួយនឹងការចុះបញ្ជីម៉ាកសមូហភាពមួយ ។

៤-ការបោះពុម្ពផ្សាយការចុះបញ្ជីម៉ាកសមូហភាព តាមមាត្រា១៩ (១) នៃអនុក្រឹត្យនេះ ត្រូវរួមបញ្ចូលសេចក្តីសង្ខេបនៃបទបញ្ជារួម ស្តីពីការគ្រប់គ្រងការប្រើប្រាស់ម៉ាកសមូហភាព ដែលបានភ្ជាប់បន្ថែមទៅនឹងការចុះបញ្ជីម៉ាកសមូហភាព ។

៥-សេចក្តីជូនដំណឹងអំពីការផ្លាស់ប្តូរព័ត៌មាននានា ដែលប៉ះពាល់ដល់បទបញ្ជារួម ស្តីពីការគ្រប់គ្រងការប្រើប្រាស់ម៉ាកសមូហភាព ចាំបាច់ត្រូវធ្វើឡើងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ។

៦-គ្រប់សេចក្តីជូនដំណឹង អំពីការផ្លាស់ប្តូរព័ត៌មានបែបនេះ ចាំបាច់ត្រូវកត់ត្រានៅក្នុងបញ្ជីម៉ាក ។ រាល់ការផ្លាស់ប្តូរព័ត៌មានទាំងឡាយណា នៅក្នុងបទបញ្ជារួម ស្តីពីការគ្រប់គ្រងការប្រើប្រាស់ម៉ាក នឹងពុំមានប្រសិទ្ធភាពជាធរមានទេ រហូតទាល់តែការកត់ត្រានេះត្រូវបានធ្វើឡើង ។ សេចក្តីសង្ខេបអំពីការផ្លាស់ប្តូរព័ត៌មាន ដែលបានកត់ត្រារួច ចាំបាច់ត្រូវបោះពុម្ពផ្សាយជាសាធារណៈ ។

៧-ក្នុងគោលបំណងនៃការប្រើប្រាស់ម៉ាកសមូហភាព ដែលទាក់ទងនឹងមាត្រា១៥ និង មាត្រា១៦ នៃច្បាប់ ម្ចាស់ម៉ាកសមូហភាពដែលបានចុះបញ្ជីរួច អាចប្រើប្រាស់ម៉ាកសមូហភាពនោះ ដោយខ្លួនឯងបាន លុះត្រាតែម៉ាកនោះ ត្រូវបានប្រើប្រាស់ផងដែរដោយបុគ្គលដទៃទៀត ដែលបានទទួលសិទ្ធិតាមបទបញ្ជារួម ស្តីពីការគ្រប់គ្រងការប្រើប្រាស់ម៉ាកនេះ ។ ការប្រើប្រាស់ម៉ាកសមូហភាព ដោយបុគ្គលទាំងនោះ ត្រូវបានចាត់ទុកថា ម៉ាកនោះបានប្រើប្រាស់ ដោយម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច ។

មាត្រា ២៨. – មោឃភាព និង ការលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជីដោយផ្អែកលើការមិនបានប្រើប្រាស់

១-អនុលោមតាមមាត្រា១០ (គ) មាត្រា១៣ និង មាត្រា១៥ នៃច្បាប់ ភាគីដែលមានផលប្រយោជន៍ មានសិទ្ធិដាក់ពាក្យស្នើសុំមោឃភាព ចំពោះការចុះបញ្ជីម៉ាក ទោះផុតកំណត់រយៈពេល ៩០ (កៅសិប) ថ្ងៃ បន្ទាប់ពីការបោះពុម្ពផ្សាយ ក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការក៏ដោយ ។

២-អនុលោមតាមមាត្រា១៣ (ខ) នៃច្បាប់ មន្រ្តីកាន់កាប់បញ្ជី មានសិទ្ធិលុប [illegible] នៅពេលម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី មិនបានបំពេញតាមលក្ខខណ្ឌណាមួយ នៃមាត្រា២ [illegible] មាត្រា៤ នៃច្បាប់ ។

៣-អនុលោមតាមមាត្រា១៤ (ង) មាត្រា២២ មាត្រា២៣ និង មាត្រា២៨ នៃច្បាប់ ម៉ាកមួយត្រូវបានលុបចេញពីបញ្ជី នៅពេលម្ចាស់ម៉ាក ឬអ្នកទទួលសិទ្ធិបានប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះ ខុសទម្រង់ដើមដែលបានចុះបញ្ជី ហើយរំលោភបំពានទៅលើម៉ាករបស់អ្នកផ្សេង ដែលបានចុះបញ្ជីរួច ។

៤-អនុលោមតាមមាត្រា៤ (ង) មាត្រា១៤ (ង) មាត្រា២២ មាត្រា២៣ និង មាត្រា២៨ នៃច្បាប់ ម៉ាកមួយ ត្រូវបានលុបចេញពីបញ្ជីនៅពេលម្ចាស់ម៉ាកនោះ ឬអ្នកទទួលសិទ្ធិបានបន្ថែមស្លាកសញ្ញា ដូច ឬស្រដៀង ធ្វើឱ្យភន្តច្រឡំ ទៅនឹងស្លាកសញ្ញាល្បីរបស់អ្នកផ្សេង ដែលបានប្រើប្រាស់មុន ។

៥-ការលុបម៉ាកមួយចេញពីបញ្ជី ចាំបាច់ត្រូវតែបោះពុម្ពផ្សាយក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការ ។

៦-មានតែការលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជី ដោយផ្អែកលើមូលហេតុមិនបានប្រកាស អំពីការប្រើប្រាស់ ឬមិនបានប្រើប្រាស់ម៉ាកតែម្យ៉ាងគត់ ដែលត្រូវបានអនុញ្ញាតឱ្យចុះបញ្ជីឡើងវិញ តាមការស្នើសុំរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ឬភ្នាក់ងារតំណាងក្នុងរយៈពេលមិនលើសពី ៦០ (ហុកសិប) ថ្ងៃ គិតពីថ្ងៃសម្រេចលុប ។

៧-ក្រោយពីមានសេចក្តីសម្រេច របស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី អំពីការផ្តល់មោឃភាពនៃការចុះបញ្ជី ឬរក្សាទុកការចុះបញ្ជី ឬមួយសម្រេចឱ្យកែតម្រូវម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី បើភាគីណាមួយមិនយល់ព្រមនឹងសេចក្តីសម្រេចនោះ អាចប្តឹងតវ៉ាទៅក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ា របស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ឬប្តឹងទៅតុលាការមានសមត្ថកិច្ច ក្នុងរយៈពេល ០៣ (បី) ខែ បន្ទាប់ពីថ្ងៃចេញសេចក្តីសម្រេច ។

៨-អនុលោមតាមមាត្រា៦២ នៃច្បាប់ ភាគីមានផលប្រយោជន៍ មានសិទ្ធិប្តឹងតវ៉ា អំពីសេចក្តីសម្រេចរបស់ក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ា របស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ទៅតុលាការមានសមត្ថកិច្ច ក្នុងរយៈពេល ០៣ (បី) ខែ បន្ទាប់ពីថ្ងៃចេញសេចក្តីសម្រេច ។

៩-ការបង្កើតក្រុមប្រឹក្សាប្តឹងតវ៉ា សមាសភាព និង ដែនអំណាចនៃក្រុមប្រឹក្សាប្តឹងតវ៉ា និងនីតិវិធីដោះស្រាយទំនាស់នឹងត្រូវកំណត់ ដោយប្រកាសរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។

១០-អនុលោមតាមមាត្រា៦២ នៃច្បាប់ នៅពេលតុលាការសម្រេចលើបណ្តឹងតវ៉ា តម្រូវឱ្យលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជី ឬរក្សាទុក ឬកែតម្រូវម៉ាក មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ត្រូវអនុវត្តតាមសេចក្តីសម្រេចនោះ ។

ផ្នែកទី ៣

ការកំណត់បែបបទរដ្ឋបាលសម្រួលដល់ការចុះបញ្ជី និងការដោះស្រាយ វិវាទ ព្រមទាំងការផ្ទេរសិទ្ធិ

មាត្រា ២៥. – អាសយដ្ឋានសម្រាប់ទាក់ទង

អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ចាំបាច់ត្រូវផ្តល់មកឱ្យមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី នូវអាសយដ្ឋានសម្រាប់ទាក់ទងនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដែលប្រើប្រាស់ក្នុងគោលបំណងនៃការដាក់ពាក្យ ។

ជនទាំងឡាយណា ដែលពាក់ពន្ធ័នឹងកិច្ចការនានាទាក់ទងនឹងម៉ាក ត្រូវផ្តល់អាសយដ្ឋានទាក់ទងក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដល់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ។

មាត្រា ២៦. – ការផ្លាស់ប្តូរឈ្មោះ អាសយដ្ឋាន ឬ អាសយដ្ឋានសម្រាប់ទាក់ទង

១-ការស្នើសុំប្តូរឈ្មោះ សញ្ជាតិ អាសយដ្ឋាន ឬអាសយដ្ឋានសម្រាប់ទាក់ទង ចំពោះពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ឬម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច ត្រូវធ្វើជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ហើយត្រូវទូទាត់កម្រៃដូចមានចែងក្នុងប្រកាសអន្តរក្រសួងរបស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និងក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។

២-មុនពេលអនុវត្តតាមសំណើនៃការសុំប្តូរឈ្មោះ សញ្ជាតិ អាសយដ្ឋាន ឬ អាសយដ្ឋាន ទាក់ទងមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវទាមទាររកភស្តុតាងនៃការសុំប្តូរនោះ ។

៣-ប្រសិនបើសំណើសុំប្តូរឈ្មោះ សញ្ជាតិ អាសយដ្ឋាន ឬអាសយដ្ឋានសម្រាប់ទាក់ទង ត្រូវបានអនុញ្ញាត មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ត្រូវធ្វើការកែតម្រូវ ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ឬកត់ត្រាក្នុងបញ្ជីដើមនៃម៉ាក និង កត់ត្រាក្នុងបញ្ជីម៉ាក ។

មាត្រា ២៧. – ការប្តូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិ កិច្ចសន្យាផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណ

១-សំណើសុំប្តូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិ ដែលអនុញ្ញាតដោយច្បាប់តាមមាត្រា៤៨ ត្រូវធ្វើឡើងតាមគំរូដែលមានចែងក្នុងប្រកាសរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម រួចផ្ញើជូនមកមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ដោយត្រូវទូទាត់កម្រៃ ដូចមានចែងក្នុងប្រកាសអន្តរក្រសួងរបស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និងក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។

២-ការបោះពុម្ពផ្សាយជាសាធារណៈ អំពីការប្តូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិ ត្រូវបញ្ជាក់នូវព័ត៌មានដូចតទៅ ៖

- ក- ម៉ាក ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការប្តូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិនេះ
- ខ- លេខដាក់ពាក្យ និង លេខចុះបញ្ជី
- គ- កាលបរិច្ឆេទនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក កាលបរិច្ឆេទទាមទារសិទ្ធិអាទិភាព (ប្រសិនបើមាន) និងកាលបរិច្ឆេទនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក
- ឃ- ឈ្មោះ អាសយដ្ឋានម្ចាស់ម៉ាកដើម និង ឈ្មោះ អាសយដ្ឋានម្ចាស់ម៉ាកថ្មីដែលពាក់ព័ន្ធ នឹងការប្តូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិនេះ
- ង- ថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំ ប្តូរឈ្មោះម្ចាស់កម្មសិទ្ធិ ។

៣-កិច្ចសន្យាផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណ ដែលបានដាក់ជូនមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ដើម្បីស្នើសុំធ្វើការកត់ត្រាតាមមាត្រា៥២ នៃច្បាប់ ត្រូវភ្ជាប់មកជាមួយនូវវិញ្ញាបនបត្រថតចម្លងមួយច្បាប់ នៃលិខិតផ្ទេរកម្មសិទ្ធិ និងកិច្ចសន្យាផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណច្បាប់ដើម ឬច្បាប់ចម្លង ដែលបញ្ជាក់ភាពត្រឹមត្រូវមួយច្បាប់ ។

មាត្រា ២៨. – ការចាត់តាំងភ្នាក់ងារតំណាង អាសយដ្ឋានសម្រាប់ទាក់ទង

ការចាត់តាំងភ្នាក់ងារតំណាងមួយ ត្រូវធ្វើឡើងដោយមានលិខិតប្រគល់សិទ្ធិ ដែលត្រូវបញ្ជាក់ភាពស្របច្បាប់ និងចុះហត្ថលេខា ដោយអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ឬប្រសិនបើអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកច្រើននាក់ ការចុះហត្ថលេខាត្រូវធ្វើឡើង ដោយអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកទាំងនោះ ។ អាសយដ្ឋានរបស់ភ្នាក់ងារតំណាង ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាអាសយដ្ឋានប្រើប្រាស់សម្រាប់ទាក់ទងរវាងបុគ្គលម្នាក់ ឬ ច្រើននាក់ដែលត្រូវបានចាត់តាំងជាភ្នាក់ងារតំណាង ហើយព័ត៌មានផ្សេងៗត្រូវផ្ញើតាមរយៈភ្នាក់ងារតំណាងនោះ ។

មាត្រា ២៩. – ចំនួនថ្ងៃដែលពុំត្រូវរាប់បញ្ចូល

នៅពេលដែលថ្ងៃចុងក្រោយសម្រាប់បំពេញការងារ ឬសម្រាប់ចាត់វិធានការណាមួយ ត្រូវចំថ្ងៃឈប់សម្រាក ថ្ងៃបន្ទាប់ត្រូវបានចាត់ទុកថា ស្របច្បាប់ ចំពោះការបំពេញការងារ ឬ ចាត់វិធានការ ។

មាត្រា ៣០. – ការស្នើសុំពិនិត្យបញ្ជីម៉ាក និងការស្នើសុំដកស្រង់ព័ត៌មានពីបញ្ជីម៉ាក

ការស្នើសុំពិគ្រោះយោបល់អំពីបញ្ជីម៉ាក ត្រូវបានអនុញ្ញាត ដោយផ្អែកតាមសំណើជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ របស់ភាគីណាមួយដែលមានផលប្រយោជន៍ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ត្រូវធ្វើការផ្ទៀងផ្ទាត់ឯកសារក្នុងបញ្ជីម៉ាក និងឯកសារដទៃទៀត ព្រមទាំងបញ្ជាក់ភាពត្រឹមត្រូវផង ។

មាត្រា ៣១. – ការកែតម្រូវកំហុស

ការកែតម្រូវកំហុសតាមមាត្រាទី៥៦ នៃច្បាប់ អាចធ្វើឡើងដោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី នៅពេលបានទទួលសំណើជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ហើយដែលសំណើនោះបានបំពេញតាមលក្ខខណ្ឌទាំងឡាយ ដែលមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីយល់ថា សមស្រប ឬ ធ្វើឡើងតាមគំនិតផ្តួចផ្តើមផ្ទាល់របស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ។ រាល់ការកែតម្រូវ ត្រូវជូនដំណឹងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ទៅបុគ្គលទាំងអស់ដែលមានការពាក់ព័ន្ធ ហើយត្រូវបោះពុម្ពផ្សាយជាសាធារណៈ ដោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី បើយល់ឃើញថា ជាការចាំបាច់ ។

មាត្រា ៣២. – សវនាការ

១-មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ត្រូវចាត់ចែងឱ្យមានសវនាការ បើភាគីណាមួយ ឬភាគីទាំងពីរនៃជំលោះស្នើសុំជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ឱ្យមានសវនាការមុនពេលចេញសេចក្តីសម្រេចណាមួយ ។ ពាក្យស្នើសុំសវនាការនេះ ត្រូវធ្វើឡើងនៅមុនពេល ឬក្រោយពេល ០១ (មួយ) ខែ នៃថ្ងៃដាក់ពាក្យបណ្តឹង ឬឯកសារគាំទ្ររបស់ខ្លួនមកមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ។ ក្នុងករណីគ្មានពាក្យស្នើសុំសវនាការ [illegible] កំណត់ខាងលើ តាមឆន្ទានុសិទ្ធិដែលផ្តល់ដោយច្បាប់ ឬដោយអនុក្រឹត្យនេះ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីអាច

ចេញសេចក្តីសម្រេចរបស់ខ្លួន ដោយគ្មានសវនាការ ឬបើយល់ថា ចាំបាច់ត្រូវអញ្ជើញភាគីនៃជម្លោះមកធ្វើសវនាការ ។

២-នៅពេលទទួលបានសំណើសុំធ្វើសវនាការ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ត្រូវជូនដំណឹងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរអំពីកាលបរិច្ឆេទ នៃការបើកសវនាការយ៉ាងតិច ០៧ (ប្រាំពីរ)ថ្ងៃ នៃថ្ងៃធ្វើការមុនពេលបើកសវនាការ ទៅឱ្យបុគ្គលដែលបានដាក់ពាក្យស្នើសុំធ្វើសវនាការ និងបុគ្គលដែលពាក់ព័ន្ធដទៃទៀត ។

មាត្រា ៣៣. – ទំនាក់ទំនងតាមរយៈប្រៃសណីយ៍

១-សេចក្តីជូនដំណឹង ពាក្យស្នើសុំ ឬឯកសារដទៃទៀត ដែលផ្ញើទៅឱ្យមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី តាមបញ្ញើប្រៃសណីយ៍ ត្រូវបានចាត់ទុកថា បានផ្តល់នៅត្រឹមកាលបរិច្ឆេទ ដែលបញ្ញើទាំងនោះត្រូវបានទទួលដោយការិយាល័យមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។ នៅពេលទទួលបានឯកសារទាំងនោះ ការិយាល័យមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ត្រូវវាយត្រាចូល ចុះលេខ ថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំទទួលជាបន្ទាន់ ដើម្បីជាភស្តុតាងបញ្ជាក់ អំពីពេលវេលាទទួលឯកសារទាំងនោះ ។

២-កថាខ័ណ្ឌ ១ ខាងលើ នឹងមិនត្រូវបានអនុវត្តទេ ចំពោះការកំណត់អំពីកាលបរិច្ឆេទដាក់ពាក្យក្នុងករណីផ្ទុយនឹងមាត្រា១៦ នៃអនុក្រឹត្យនេះ ។

មាត្រា ៣៤. – ភស្តុតាង

១-ភស្តុតាងទាំងឡាយដែលដាក់ជូនពិនិត្យ ត្រូវធ្វើឡើងតាមរយៈលិខិតប្រកាស ឬតាមរយៈលិខិតថ្លែងសច្ចា ។

២-ប្រសិនបើមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីយល់ថា សមស្របចំពោះករណីដោយឡែកណាមួយ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី អាចសាកសួរដោយផ្ទាល់មាត់ជាជំនួស ឬជាការបន្ថែមលើភស្តុតាងដទៃទៀត ហើយអនុញ្ញាតឱ្យសាក្សីណាមួយចូលរួម ដើម្បីបញ្ជាក់លើលិខិតថ្លែងសច្ចា ឬលិខិតប្រកាសរបស់ខ្លួន ។

មាត្រា ៣៥. – លិខិតប្រកាស និងលិខិតថ្លែងសច្ចា

លិខិតប្រកាស ឬលិខិតថ្លែងសច្ចា ត្រូវធ្វើឡើងនៅចំពោះមុខមន្ត្រីកុងស៊ុល ឬសារការី ឬអ្នកប្រកបវិជ្ជាជីវៈច្បាប់ ដែលមានការទទួលស្គាល់ត្រឹមត្រូវ ។

មាត្រា ៣៦. – អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច

អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច ដែលមានចែងក្នុងមាត្រា៣៥ មាត្រា៣៧ មាត្រា៣៨ មាត្រា៤២ និងមាត្រា៤៦ នៃច្បាប់ រួមមានអង្គភាពគយ និងរដ្ឋាករ នាយកដ្ឋានកម្ពុជាត្រួតពិនិត្យ...

អាហារ័ណ និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ ហៅកាត់ថាកាំកុងត្រូល នៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និង នគរបាល មានសមត្ថកិច្ចនៃក្រសួងមហាផ្ទៃ ។

មាត្រា ៣៧. – ការបោះពុម្ពផ្សាយ និង ព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការ

ចំណុចពិសេសទាំងឡាយរបស់ម៉ាក និងចំណាត់ការនានា ព្រមទាំងព័ត៌មានផ្សេងទៀត ដែលតម្រូវឱ្យបោះពុម្ពផ្សាយដោយច្បាប់ ឬអនុក្រឹត្យនេះ ត្រូវតែបោះពុម្ពផ្សាយនៅក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការ តាមការណែនាំរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ។

ជំពូកទី ៤
វិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន

មាត្រា ៣៨. – ពាក្យប្តឹង

១-អនុលោមតាមមាត្រា៣៥ និងមាត្រា៣៦ នៃច្បាប់ និង ច្បាប់ ស្តីពីកាគ្រប់គ្រង គុណភាព សុវត្ថិភាពលើផលិតផលទំនិញ និងសេវា ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី ឬអ្នកទទួលអាជ្ញាប័ណ្ណ ឬភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់ អាចធ្វើពាក្យប្តឹងទៅរដ្ឋបាលគយ និង រដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច ឬតុលាការ ឱ្យព្យួរទុកនូវការធ្វើបែបបទទំនិញណា ដែលសង្ស័យថា មានម៉ាកក្លែងក្លាយ ដោយបង្ហាញនូវភស្តុតាងច្បាស់លាស់ថា គាត់ជាម្ចាស់នៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី ។

២-ក្នុងរង្វង់មិនលើសពី ៣០ (សាមសិប) ថ្ងៃ បន្ទាប់ពីអនុក្រឹត្យនេះចូលជាធរមាន ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និង ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ត្រូវចេញប្រកាសអន្តរក្រសួងមួយ អំពីគំរូនៃពាក្យប្តឹង និងតម្រូវការនានាស្របតាមច្បាប់ជាធរមាន ។

៣-ពាក្យប្តឹងនោះមានសុពលភាព ៦០ (ហុកសិប) ថ្ងៃ គិតចាប់ពីថ្ងៃទទួលពាក្យប្តឹង ។ ពេលផុតសុពលភាព អ្នកដាក់ពាក្យត្រូវធ្វើពាក្យប្តឹងឡើងវិញ បើសំណូមពរនៃការឃាត់ និងត្រួតពិនិត្យទំនិញនៅមាននៅឡើយ ។

មាត្រា ៣៩. – កម្រៃរដ្ឋបាល

ពាក្យប្តឹងនីមួយៗ ត្រូវអមមកជាមួយនូវការទូទាត់កម្រៃរដ្ឋបាល ដែលកំណត់ដោយប្រកាសអន្តរក្រសួងរបស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និងក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។

មាត្រា ៤០. – កាតព្វកិច្ចរបស់អ្នកដាក់ពាក្យប្តឹង

ក្រៅពីកាតព្វកិច្ចនានាដែលមានចែងក្នុងមាត្រា៣៥ មាត្រា៣៦ និង[illegible] នៃច្បាប់ អ្នកដាក់ពាក្យមានភារកិច្ចទទួលខុសត្រូវ ចំពោះមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន យ៉ាងដែល[illegible]នាពេល

ឃាត់រក្សាទុក ។ ឃ្លាំងស្តុកទំនិញត្រូវស្ថិតនៅក្នុងបរិវេណកំពង់ផែ ឬក្នុងបរិវេណមាត់ច្រកនាំចេញ នាំចូល ដែលបានកំណត់ និងគ្រប់គ្រងដោយអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច តាមច្បាប់ជាធរមាន។ ការចំណាយនានាក្នុង ការបំផ្លាញចោលទំនិញមិនស្របច្បាប់ ជាកាតព្វកិច្ចរបស់អ្នកដាក់ពាក្យ ។

មាត្រា ៤១. – ការបដិសេធចំពោះការឃាត់ទុកទំនិញសង្ស័យថា មានម៉ាកក្លែងក្លាយ

អង្គភាពគយ និងរដ្ឋាករ ឬ កាំកុងត្រូល អាចមានសិទ្ធិបដិសេធការស្នើសុំឃាត់ទំនិញ ដែលសង្ស័យ ឬមានម៉ាកក្លែងក្លាយ តែក្នុងករណីដែលអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំឃាត់ទំនិញ មិនបានអនុវត្តតាម ការទាមទារណាមួយ របស់អង្គភាពគយ និងរដ្ឋាករ ឬ កាំកុងត្រូល ដែលស្របតាមមាត្រានានានៃច្បាប់ និងអនុក្រឹត្យនេះប៉ុណ្ណោះ ។

មាត្រា ៤២. – ចំណាត់ការ និង រយៈវេលា

បែបបទ និងរយៈវេលានៃចំណាត់ការនានារបស់អង្គភាពគយ និងរដ្ឋាករ និង ឬកាំកុងត្រូល ត្រូវអនុលោមតាមជំពូកទី១០ នៃច្បាប់ និង មាត្រានានានៃអនុក្រឹត្យនេះ ។

ជំពូកទី ៥

អវសានប្បញ្ញត្តិ

មាត្រា ៤៣. –

បទប្បញ្ញត្តិទាំងឡាយណា ដែលផ្ទុយនឹងអនុក្រឹត្យនេះ ត្រូវទុកជានិរាករណ៍ ។

មាត្រា ៤៤. –

រដ្ឋមន្ត្រីទទួលបន្ទុកទីស្តីការគណៈរដ្ឋមន្ត្រី រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ រដ្ឋមន្ត្រី រដ្ឋលេខាធិការ ក្រសួង ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ត្រូវអនុវត្តអនុក្រឹត្យនេះ ឱ្យមាន ប្រសិទ្ធភាព ចាប់ពីថ្ងៃចុះហត្ថលេខា តទៅ ។

ភ្នំពេញ, ថ្ងៃទី [illegible] ខែកក្កដា ឆ្នាំ ២០០៦

នាយករដ្ឋមន្ត្រី

ហ៊ុន សែន

កន្លែងទទួល

- ក្រសួងព្រះបរមរាជវាំង
- អគ្គលេខាធិការដ្ឋានក្រុមប្រឹក្សាធម្មនុញ្ញ
- អគ្គលេខាធិការដ្ឋានព្រឹទ្ធសភា
- អគ្គលេខាធិការដ្ឋានរដ្ឋសភា
- អគ្គលេខាធិការរាជរដ្ឋាភិបាល
- ខុទ្ទកាល័យសម្តេចនាយករដ្ឋមន្ត្រី
- ខុទ្ទកាល័យឯកឧត្តមឧបនាយករដ្ឋមន្ត្រី
- ដូចមាត្រា ៤៤
- រាជកិច្ច
- ឯកសារ-កាលប្បវត្តិ

ឧបសម្ព័ន្ធ នៃអនុក្រឹត្យ លេខ៦៤ អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី១៨ ខែកក្កដា..ឆ្នាំ ២០០៦

ស្តីពី

ការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និង អំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

វាក្យស័ព្ទដែលប្រើក្នុងអនុក្រឹត្យនេះ ត្រូវបានកំណត់និយមន័យដូចតទៅ :

- "ច្បាប់" សំដៅដល់ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ដែលបានប្រកាសឱ្យប្រើដោយព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/០២០២/០៦ ចុះថ្ងៃទី ០៧ ខែ កុម្ភៈ ឆ្នាំ ២០០២ ។
- "ការបដិសេធ" (Refusal) សំដៅដល់ការមិនយល់ព្រមចុះបញ្ជីម៉ាកដែលស្នើសុំដោយ អ្នកដាក់ពាក្យពីសំណាក់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ។
- "បណ្តឹងជំទាស់" (Opposition) សំដៅដល់បណ្តឹងជំទាស់ទៅនឹងសេចក្តីសម្រេច របស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីក្នុងរយៈពេល ៩០ (កៅសិប) ថ្ងៃ បន្ទាប់ពីការចុះបញ្ជីម៉ាកមួយ ត្រូវបានបោះពុម្ពផ្សាយ ក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការ ។
-បណ្តឹងតវ៉ា (Appeal) សំដៅដល់ការប្តឹងតវ៉ាទៅនឹងសេចក្តីសំរេចចុងក្រោយរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ឬ សេចក្តីសំរេចរបស់ក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ា ។
- "មោឃភាព ឬ ការលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជី " (Invalidation or Cancellation) សំដៅដល់ការលុបម៉ាកណាមួយ ដែលបានចុះបញ្ជីរួចដោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ។
- "សេចក្តីប្រកាសពីការប្រើប្រាស់ ឬមិនប្រើប្រាស់" (Affidavit of Use/Non-Use) សំដៅដល់សេចក្តីប្រកាសរបស់ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី ឬ ដោយភ្នាក់ងារតំណាងអំពីការប្រើប្រាស់ ឬ មិនបានប្រើប្រាស់ម៉ាករបស់ខ្លួនដែលបានចុះបញ្ជីរួច ។
- "លិខិតថ្លែងសច្ចា" (Affidavit) សំដៅដល់លិខិតអំណះអំណាង ដែលត្រូវបានភ្ជាប់ជាមួយនឹងលិខិតស្នើសុំឱ្យមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីចាត់ការនូវកិច្ចការណាមួយ ដូចជាការសុំលុបម៉ាក ការសុំរក្សាទុកការចុះបញ្ជីម៉ាក ឬស្នើសុំចាត់វិធានការណាមួយចំពោះការរំលោភបំពានម៉ាក ។
- "ការច្រានចោល" (Rejection) សំដៅដល់ការមិនយល់ព្រមជាលើកតំបូងរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីចំពោះពាក្យស្នើសុំ ឬការចុះបញ្ជីម៉ាក ។
- "មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី" (Registrar) សំដៅដល់ប្រធាននាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា នៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។
- "សវនាការ" (Hearing) សំដៅដល់ការប្រជុំដោះស្រាយវិវាទរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី មុននឹងសំរេចលើករណីជំទាស់តវ៉ានានារបស់ដើមបណ្តឹង ។