សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និង វិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច

Université Royale de Droit et des Sciences Économoiques

Royal University of Law and Economics

សារណាបញ្ចប់ការសិក្សា

ការការពារម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

ស្រាវជ្រាវពីថ្ងៃទីថ្ងៃទី០៨ ខែមេសា ឆ្នាំ២០២៤ ដល់ថ្ងៃទី១០ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៤

ស្រាវជ្រាវដោយ

និស្សិតឈ្មោះ ៖ កញ្ញា **សុខ បញ្ញា**

កញ្ញា **សុគន្ធ បញ្ញាពេជ្រ**

ណែនាំដោយ៖

បណ្ឌិត ឃឹម គីរី

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ **នីតិសាស្ត្រ**

ជំនាន់ទី ២៤

ឆ្នាំចូលសិក្សា ២០២០

ឆ្នាំសរសេរសារណា ២០២៤

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

នាងខ្ញុំឈ្មោះ សុខ បញ្ញា និងនាងខ្ញុំឈ្មោះ សុគន្ធ បញ្ញាពេជ្រ ជានិស្សិតថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រនីតិសាស្ត្រ ឆ្នាំទី៤ ជំនាន់ទី២៤ ឆ្នាំសិក្សា២០២០-២០២៤ នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច សូមធ្វើការថ្លែងគារវកិច្ចសំដែងនូវកត្តញ្ញូតាធម៌ ដឹងគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅចំពោះលោកអ្នកមានគុណទាំងពីរគឺលោកឪពុក និងអ្នកម្ដាយ ដែលបានផ្ដល់កំណើតដល់រូបកូន និងចិញ្ចឹម បីបាច់ ថែរក្សា អប់រំ ទូន្មានបៀនប្រដៅផ្គត់ផ្គង់គ្រប់បែបយ៉ាង ព្រមទាំងបានគាំទ្រកូន ធ្វើឱ្យកូនមានទឹកចិត្តខិតខំរៀនសូត្រតាំងពីថ្នាក់មតេយ្យសិក្សារហូតបានសព្វថ្ងៃ រាល់ដំបូន្មានល្អៗ និងការខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់លោកទាំងពីរគឺបានដិតជាប់នូវក្នុងមនោគតិរបស់រូបកូនជានិច្ច។

យើងខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណដល់ **ឯកឧត្តមបណ្ឌិតសាកលវិទ្យាធិការ លុយ ចណ្ណា** ព្រមទាំងសាកលវិទ្យាធិការរង ថ្នាក់ដឹកនាំ លោក លោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យ នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្តសេដ្ឋកិច្ចទាំងអស់ ដែលបានដឹកនាំ រៀបចំកម្មវិធីសិក្សាយ៉ាងល្អ ផ្ដល់ការអប់រំ ទាំងចំណេះដឹង និងសីលធម៌ ដល់យើងខ្ញុំក៏ដូចជាដល់និស្សិតទាំង។ យើងខ្ញុំក៏សូមថ្លែងអំណរគុណដល់បុគ្គលិកសិក្សាទាំងអស់ ជាពិសេសបុគ្គលិកបណ្ណាល័យនីតិសាស្ត្រ នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ដែលបានរៀបចំ គ្រប់គ្រងសៀវភៅ និងបង្កភាពងាយស្រួលដល់ការស្រាវជ្រាវរបស់និស្សិតនៃសាកលវិទ្យាល័យទាំងមូល។

ពិសេសជាងនេះទៅទៀត យើងខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណដល់លោកបណ្ឌិត ឃឹម គីរី ជាគ្រូណែនាំការសរសេរសារណានេះ ដោយលោកបានចំណាយពេលវេលាដ៏មានតម្លៃផ្ដល់ជាយោបល់កែសម្រួល នូវរចនាបទនៃប្រធានបទដើម្បីឱ្យកាន់តែមានអត្ថន័យ និងខ្លឹមសារល្អប្រសើរ។

ជាចុងបញ្ចប់ យើងខ្ញុំសូមគោរពជូនពរដល់អ្នកមានគុណទាំងពីរ ឯកឧត្តមបណ្ឌិតសាកលវិទ្យាធិការ សាកលវិទ្យាធិការរង ថ្នាក់ដឹកនាំ និងសាស្ត្រាចារ្យទាំងអស់ សូមឱ្យជួបតែជោគជ័យគ្រប់ភារកិច្ចនិងទទួលបាននូវពុទ្ធពរទាំងបួនប្រការគឺអាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

អារម្ភកថា

សូមគោរពនិងស្វាគមន៍ចំពោះ លោក លោកស្រី សាស្ត្រាចារ្យសិស្ស និស្សិត និងបញ្ញវន្តទាំងអស់ដែលបានផ្តល់កិត្តិយសក្នុងការអាននូវសារណារបស់យើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់ ដែលបានសិក្សាស្រាវជ្រាវដើម្បីសរសេរសារណាបញ្ចប់ការសិក្សាលើប្រធានបទ **ការការពារម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។** យើងខ្ញុំពិតជាមានក្តីសោមនស្សរីករាយយ៉ាងក្រៃលែង ចំពោះការផ្តល់ឱកាសពីសំណាក់ ឯកឧត្តមបណ្ឌិតលុយ ចណ្ណា សាកលវិទ្យាធិការ និងលោក ឃឹម គីរី ជាសាស្ត្រាចារ្យសាកលវិទ្យាល័យភូមិនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ក្នុងការអនុញ្ញាតឱ្យយើងខ្ញុំបានបញ្ចេញសមត្ថភាពដែលបានខិតខំប្រឹងប្រែងរៀនសូត្រក្នុងពេលកន្លងមកនេះ តាមរយៈការសរសេរសារណាបញ្ចប់ការសិក្សានេះផងដែរ។

យោងតាមការសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្ររអស់រយៈពេល ៤ឆ្នាំកន្លងមកនេះ យើងខ្ញុំសម្រេចលើកយកអត្ថបទនៃការស្រាវជ្រាវមួយនេះមកសរសេរ ដើម្បីជាសមិទ្ធផលដល់និស្សិតជំនាន់ក្រោយបានសិក្សាស្វែងយល់បន្ថែមនូវ **ការការពារម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។** ហេតុដូចនេះហើយ យើងខ្ញុំ សូមខន្តីអភ័យទោសទុកជាមុនពីសំណាក់លោកគ្រូ អ្នកគ្រូ សាស្ត្រាចារ្យគ្រប់រូប ព្រមនិស្សិត និងបញ្ញាវ័ន្តទាំងអស់ ក្នុងករណីមានកំហុសឆ្គង ឬខ្វះចន្លោះក្នុងប្រការណាមួយ។

យើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់ ជឿជាក់ថា មិត្តអ្នកអានទាំងអស់ប្រាកដជាមានមន្ទិលនៅក្នុងចិត្តថា ហេតុអ្វីបានជាជ្រើសរើសយក ប្រធានបទមួយនេះមកសរសេរជាសារណាបញ្ចប់ការសិក្សារបស់យើងខ្ញុំ? មូលហេតុគឺ ពីព្រោះតែ យើងខ្ញុំយល់ឃើញថា "**ការការពារម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក**" ជាប្រធានបទមួយដែលមានលក្ខណៈថ្មីស្រឡាង និងមិនទាន់សូវមានអ្នកយល់ដឹងអំពីបញ្ហានេះ។ ហេតុដូចនេះ ហើយបានជាយើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់ ចង់ឱ្យការសិក្សាស្រាវជ្រាវមួយនេះក្លាយទៅជាមូលដ្ឋានគ្រឹះដល់អ្នកដែលមានបំណងនិងម្ចាស់អាជីវកម្មក្នុងការយល់ដឹងកាន់តែច្បាស់អំពីការពារម៉ាករបស់ខ្លួនឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពនៅក្នុងប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក និងជាពិសេស ជួយសម្រួលដល់ការសិក្សាស្រាវជ្រាវដល់មិត្តៗនិស្សិត ព្រមទាំងប្អូនៗជំនាន់ក្រោយ ដោយបានស្វែងរកឯកសារពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗមករៀបចំចងក្រងតម្កល់ទុកឱ្យនិស្សិតជំនាន់ក្រោយធ្វើការសិក្សា និងព្យាយាមធ្វើការស្រាវជ្រាវប្រធានបទនេះតាមលទ្ធភាពដែលអាចធ្វើទៅបាន ហើយយើងខ្ញុំផ្ទាល់ក៏បានបញ្ចេញសមត្ថភាពឱ្យអស់ពីលទ្ធភាពក្នុងការពង្រីកនូវពុទ្ធិផ្នែកច្បាប់ពង្រឹងសមត្ថភាព ឱ្យបានទូលំទូលាយ។

ជាចុងបញ្ចប់ យើងខ្ញុំទាំងពីរមានសេចក្តីសោមនស្សរីករាយ ក្នុងការទទួលមតិរិះគន់ក្នុងន័យស្ថាបនាពីគ្រប់មជ្ឈដ្ឋាន និងផ្តល់យោបល់ផ្សេងៗដើម្បីកែលម្អចំណុចខ្វះខាតនៃអត្ថបទស្រាវជ្រាវមួយនេះឱ្យមានលក្ខណៈល្អប្រសើរជាងមុនបន្ថែមទៀត។

មាតិកា

ទំព័រ

សេចក្តីផ្តើម ១

ជំពូកទី១

ទំនាក់ទំនងរវាងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក (E-Commerce) និងម៉ាក

១.១ សញ្ញាណទូទៅនៃពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិច ៣
១.១.១ និយមន័យ ៣
១.១.២ ប្រភេទនៃពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិច ៤
១.២ សញ្ញាណនៃម៉ាក ៦
១.២.១. និយមន័យ ៦
១.២.២. ប្រភេទនៃម៉ាក ៧
១.២.៣. លក្ខខណ្ឌការពារ ១០
១.២.៤. ក្របខ័ណ្ឌការពារ ១០
១.៣ សារៈសំខាន់នៃការការពារម៉ាកនៅក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ១៣
១.៣.១ រក្សាអត្តសញ្ញាណម៉ាក ១៣
១.៣.២ ផ្តល់ទំនុកចិត្តដល់អ្នកប្រើប្រាស់ ១៣
១.៣.៣ លើកទឹកចិត្តឱ្យមានការប្រកួតប្រជែងដោយស្មោះត្រង់ ១៤
១.៣.៤ ធានាការអនុលោមតាមច្បាប់ ១៤

ជំពូកទី២

ស្ថានភាពនៃការរំលោភលើម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក (E-Commerce)

២.១ សកម្មភាពរំលោភម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ១៥
២.១.១ ការកំណត់ការរំលោភម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចនិក ១៦
២.១.២ សកម្មភាពនៃការរំលោភម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ១៧

២.២ ផលប៉ះពាល់នៃការរំលោភម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ១៨
២.២.១ ការកំណត់រំលោភបំពានម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ១៨
២.២.២ លទ្ធផលនៃការខូចខាត ១៨
២.២.៣ ផលប៉ះអត្តនោម័ត ១៨
២.៣. ឧស្សាហ៍នៃការរំលោភលើម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ១៩
២.៤ តួនាទីរបស់វេទិកាអ៊ីនធឺណេត (Internet) ២០
២.៤.១ ការគ្រប់គ្រងទិន្នន័យ ២០
២.៤.២ ការសហការជាមួយនាយកដ្ឋានដែលពាក់ព័ន្ធ ២០

ជំពូកទី៣

យន្តការការពារម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក

៣.១ ការចុះបញ្ជីម៉ាក ២២
៣.១.១ ម៉ាកដែលមិនអាចចុះបញ្ជី ២២
៣.១.២ សិទ្ធរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ២៣
៣.២ នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក ២៥
៣.២.១ ការដាក់ពាក្យស្នើសុំ ២៥
៣.២.២ ដំណើរការត្រួតពិនិត្យ និងសម្រេចលើពាក្យស្នើសុំ ២៧

ជំពូកទី៤

វិធានការដោះស្រាយការរំលោភម៉ាក

៤.១ វិធានការបឋម ៣១
៤.១.១ តាមរយៈផ្នែករដ្ឋបាល ៣១
៤.១.២ តាមរយៈសន្ធានកម្ម ៣៤
៤.២. វិធានការតាមផ្លូវតុលាការ ៣៧
៤.២.១ វិធានការបណ្តោះអាសន្ន ៣៧

៤.២.២ វិធានការបណ្តឹង ៣៩
សេចក្តីសន្និដ្ឋាន... ៤១
អនុសាសន៍..៤២
ឯកសារយោង
ឧបសម្ព័ន្ធ

សេចក្តីផ្តើម

សេចក្តីផ្តើម

ក្នុងបរិបទនៃសកលភាវូបនីយកម្មនិងដំណើរនៃបដិវត្តឧស្សាហកម្ម៤.0 ធ្វើឱ្យការវិវត្តរបស់ពិភពលោកមានភាពជឿនលឿនយ៉ាងឆាប់រហ័ស ជាពិសេសប្រទេសនានាមានទំនាក់ទំនងគ្នាកាន់តែច្រើន ដើម្បីស្វែងរកការអភិវឌ្ឍជាបន្តបន្ទាប់សម្រាប់សេដ្ឋកិច្ចប្រទេសជាតិរៀងៗខ្លួន។ សកលភាវូបនីយកម្មបានជំរុញឱ្យមានការបង្កើតថ្មី ដែលធ្វើឱ្យមានការសាយភាយនូវបច្ចេកវិទ្យានិងប្រព័ន្ធទិន្នន័យថ្មី ដែលជាកត្តានាំទៅរកការបើកនូវទំព័រថ្មីនៃសង្គមនិងសេដ្ឋកិច្ចក្នុងបរិបទទំនើប។ ការអភិវឌ្ឍនៃបច្ចេកវិទញយាបានផ្លាស់ប្តូរនូវទម្រង់ និងចរិតលក្ខណៈនៃការធ្វើពាណិជ្ជកម្មឱ្យប្រែក្លាយទៅជាទម្រង់ថ្មីមួយ ដែលទម្រង់នៃការធ្វើពាណិជ្ជកម្មថ្មីកាន់តែសម្បូរបែបដែលតម្រូវឱ្យការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល ដែលគេហៅថាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាបច្ចុប្បន្ន ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកបានក្លាយជាពាណិជ្ជកម្មដ៏ពេញនិយម និងជួយសម្រួលដល់ការរស់នៅប្រចាំថ្ងៃផងដែរ ហើយនេះក៏ព្រោះឥទ្ធិពលនៃបច្ចេកវិទ្យាដែលចូលមកប្រទេសកម្ពុជាកាន់តែច្រើនឡើងៗ ព្រមជាមួយនិងការបិទខ្ទប់ទីក្រុងដោយសារវិបត្តិនៃជម្ងឺកូវីដ19 ដែលកើតឡើងដោយមិនបានព្រៀងទុក និងមិនអាចព្យាករណ៍បាន ក៏ប៉ុន្តែវាបានពន្លឿនការដាក់ឱ្យដំណើរការពាណិជ្ជកម្មតាម ប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលជាមធ្យោបាយចម្បងមួយដែលមានតម្រូវការខ្លាំងពីសំណាក់អ្នកប្រើប្រាស់។ ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្លាយទៅជាវិធីសាស្ត្រទំនើបក្នុងការធ្វើពាណិជ្ជកម្មដោះដូរទំនិញ ឬសេវាកម្មជូនអតិថិជនតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលដំណើរការដោយការប្រើប្រាស់សេវាអ៊ីនធឺណេត។

ស្របពេលដែលម៉ាកត្រូវបានគេពេញនិយមយកមកប្រើប្រាស់ច្រើន សម្រាប់ដាក់នៅលើទំនិញ ឬសេវាដើម្បីសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវានៃសហគ្រាសនីមួយៗ ពេលនោះយើងឃើញថា មានម៉ាកខ្លះដូចគ្នា ហើយម៉ាកខ្លះទៀតស្ទើរតែដូចគ្នាដែលជាហេតុនាំឱ្យមានការច្រឡំគ្នា ទើបធ្វើឱ្យការការពារម៉ាកនៅក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក(E-Commerce)បានក្លាយជាកង្វល់សម្រាប់អាជីវកម្មគ្រប់ទំហំ និងឧស្សាហកម្មទាំងអស់។ នៅពេលដែលអ៊ីនធឺណេតបន្តរីកសាយភាយដែលធ្វើឱ្យម៉ាក ប្រឈមមុខនឹងការគំរាមកំហែងជាច្រើនរួមមានជាអាទិ៍ ផលិតផលក្លែងក្លាយ ការលក់បន្តដោយគ្មានការអនុញ្ញាត។ ការគំរាមកំហែងទាំងនេះមិនត្រឹមតែធ្វើឱ្យខូចដល់ភាពសុចរិត និងតម្លៃនៃម៉ាកប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងបង្កហានិភ័យផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ និងកេរ្តិ៍ឈ្មោះផងដែរ។

ទន្ទឹមនឹងសេដ្ឋកិច្ចកំពុងមានការរីកចម្រើន បច្ចេកវិទ្យាដែលកើតឡើងពីការច្នៃប្រឌិតក៏មានការរីកលូតលាស់ ដោយការប្រកួតប្រជែងរបស់មនុស្ស ដូច្នេះអ្វីដែលគួរឱ្យយកចិត្តទុកដាក់បំផុតគឺ បញ្ហានៃការការពារកម្មសិទ្ធិបញ្ញាមិនថានៅប្រទេសកម្ពុជាយើងទេ តែនៅទូទាំងពិភពលោក។ ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងបញ្ហាទាំងអស់នោះរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានយកចិត្តទុកដាក់យ៉ាងខ្លាំង ដោយបានចូលជាសមាជិកនៃសន្ធិសញ្ញាជាច្រើន

ដែលពាក់ព័ន្ធទៅនឹង វិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញាជាពិសេស «ម៉ាក» តែម្តង។ លើសពីនេះទៀតដើម្បីឱ្យមានកិច្ចការពារទៅលើម៉ាកកាន់តែសម្បូរបែប រាជរដ្ឋាភិបាលបានរៀបចំបទដ្ឋានគតិយុត្តមួយចំនួនដូចជា ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ថ្ងៃទី០៧ កុម្ភៈ ឆ្នាំ២០០២ និងអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ថ្ងៃទី២៩ ខែសីហា ឆ្នាំ២០០៧ និងលិខិតបទដ្ឋានពាក់ព័ន្ធមួយចំនួនទៀត។

ហេតុផលទាំងនេះហើយ ទើបសារណាបញ្ចប់ការសិក្សានេះនឹងធ្វើការសិក្សានិងបកស្រាយទៅលើការការពារម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ក៏ដូចជាអំពើបំពាននានាលើម៉ាកដែលកើតឡើងក្នុងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកឱ្យបានស៊ីជម្រៅ។ សារណាបញ្ចប់ការសិក្សានេះ បែងចែកជាបួនជំពូក ដែលជំពូកទី១ នឹងសិក្សាពីទំនាក់ទំនងរវាងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនិងម៉ាក ជំពូកទី២ នឹងសិក្សាពីស្ថានភាពនៃការរំលោភលើម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ចំណែកឯជំពូកទី៣ ធ្វើការសិក្សាពីយន្តការក្នុងការការពារម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក និងជំពូកចុងក្រោយគឺជំពូកទី៤ ដែលនឹងសិក្សាពីវិធានការដោះស្រាយការបំពានម៉ាក។

ជំពូកទី១
ទំនាក់ទំនងរវាងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកនិងម៉ាក

១.១. សញ្ញាណនៃពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក

ដូចដែលបានដឹងអំពីការវិវត្តទៅមុខជានិច្ចដ៏លឿននៃបច្ចេកវិទ្យា ដំណាក់កាលកកើតនៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក មានទម្រង់បែបបទនៃការវិវត្តឡើងសឹងមានលក្ខណៈដូចៗគ្នាក្នុងបណ្ដាប្រទេសដែលទទួលយករបត់ថ្មីនេះ ដោយហេតុថាប្រភេទអាជីវកម្មនេះមានមូលដ្ឋានគ្រឹះផ្ដើមចេញពីការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា ឬមធ្យោបាយអេឡិចត្រូនិក ដើម្បីដំណើរការនៃប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម។ សញ្ញាណនៃពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ត្រូវបានផ្សាភ្ជាប់ទៅនឹងដំណាក់កាលនៃបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មនីមួយៗ ជាពិសេសនោះគឺបដិវត្តន៍ឧស្សាហកម្មទី៤ចុងក្រោយនេះ។ នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាមានកំណើននៃការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាក្នុងការប្រើប្រាស់ប្រចាំថ្ងៃ តាមរយៈការចរាចរណ៍នៃទំនិញតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកមានសភាពពេញនិយមជាខ្លាំង។ ក្នុងការបង្កើតឱ្យមាននូវច្បាប់រឹងមាំមួយសម្រាប់ធានាការប្រើប្រាស់គឺពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ ដើម្បីធ្វើយ៉ាងណាឱ្យហានិភ័យក៏ដូចជាចំនួននៃការប្រព្រឹត្តបទល្មើសធ្លាក់ចុះ។ ចំពោះច្បាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកផ្ទាល់ ជាវិធានមួយដែលជួយគ្រប់គ្រងសម្របសម្រួលដល់ការអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក (E-Commerce Ecosystem) ក្នុងប្រទេសកម្ពុជាយើងដែលកំពុងតែមានសន្ទុះគួរឱ្យកត់សម្គាល់។ មិនតែប៉ុណ្ណោះក្នុងសម័យកាលនៃការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាជាជម្រើសអាទិភាពច្បាប់នេះចូលរួមចំណែកក្នុងការលើកកំពស់ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវក្របខណ្ឌច្បាប់ដើម្បីពង្រឹងសមត្ថភាពការពារសកម្មភាពប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកឌីជីថល ព្រមទាំងត្រៀមលក្ខណៈសម្បត្តិក្នុងការឈោងចាប់កាលានុវត្តភាព នៃបដិវត្តឧស្សាហកម្ម៤.០។ ជាមួយគ្នានេះដែរការពង្រឹងក្របខណ្ឌច្បាប់ ឬបទដ្ឋានគតិយុត្តនានាអាចចូលរួមចំណែកមួយភាគធំក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ចឌីជីថលនៅកម្ពុជាដែលជាកត្តាសំខាន់សម្រាប់ទ្រទ្រង់ជីវភាពនៃសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាបច្ចុប្បន្ន និងនៅថ្ងៃខាងមុខ។ អ្វីដែលជាពិសេសនៃការបង្កើតឱ្យមាននូវច្បាប់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅកម្ពុជា វាជាចំណុចទាក់ទាញមួយនៃលក្ខណៈសេដ្ឋកិច្ចកម្ពុជាទៅកាន់ ទីផ្សារពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកអន្តរជាតិក្នុងការបង្កើននូវចំនួនវិនិយោគបរទេសនៅក្នុងវិស័យនេះផងដែរ។

១.១.១. និយមន័យ

ខណៈពេលដែលអ៊ិនធឺណិតអភិវឌ្ឍជាមួយនឹងការច្នៃប្រឌិតជាបន្តបន្ទាប់នៃវិទ្យាសាស្ត្រ និងបច្ចេកវិទ្យា វាក៏កំពុងផ្លាស់ប្ដូរទម្រង់នៃការបញ្ជូនព័ត៌មាន និងទំនាក់ទំនងផងដែរ នៅក្នុងបរិបទនៃការពង្រីកជាបន្តបន្ទាប់នៃ

ការគ្របដណ្តប់ជាសកលនៃអ៊ីនធឺណេតនោះ ពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកបានលេចឡើងតាមតម្រូវការដែលជាសកម្មភាពអាជីវកម្មដែលធ្វើឡើងដោយប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាកុំព្យូទ័រ និងបច្ចេកវិទ្យាទំនាក់ទំនងបណ្តាញ វាគឺជាគំរូប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មថ្មីដែលសន្សំសំចៃពេលវេលា និងសន្សំសំចៃ។

ពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក (E-commerce ឬ Electronic Commerce) គឺជា**សកម្មភាពនៃការលក់ផលិតផល/ទំនិញ ឬផ្តល់សេវាតាមរយៈអ៊ិនធើណិត**(Internet)។ ដោយឡែកសម្រាប់បរិបទប្រទេសកម្ពុជាវិញ ដើម្បីឆ្លើយតបឱ្យសមស្របទៅនឹងបរិបទទូទៅពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានគេផ្តល់និយមន័យសំដៅទៅលើសកម្មភាពនៃប្រតិបត្តិការតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលមានដូចជា ការទិញ លក់ ជួល ដោះដូរទំនិញ ឬសេវាក្នុងសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្ម និង ប្រតិបត្តិការនានារបស់រដ្ឋ។ ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងក្របខណ្ឌនៃប្រទេសកម្ពុជាបានរាប់បញ្ចូលរាល់សកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មទាំងវិស័យឯកជន និងសាធារណៈដែលមានទម្រង់ជាប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។[1]

១.១.២. ប្រភេទនៃពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក

ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកកំពុងរីកឆ្លយ៉ាងឆាប់រហ័ស ហើយអាជីវកម្មនានាកំពុងធ្វើការទាញយកផលប្រយោជន៍ចេញពីថ្នាលថ្មីនេះ ដោយបានកំពុងតែវាយលុកនូវសកម្មភាពនៃការធ្វើអាជីវកម្មក្នុងពេលបច្ចុប្បន្នដែលបង្កើតឡើងដោយពឹងផ្អែកលើប្រព័ន្ធអ៊ិនធឺណិត ជាមធ្យោបាយ ក្នុងការរុញច្រានឱ្យមាននូវប្រតិបត្តិការអនឡាញឬអេឡិចត្រូនិក។ បន្ថែមពីនេះទៀត អាជីវកម្មតាមអេឡិចត្រូនិកបានកំពុងតែគ្របដណ្តប់លើទីផ្សារពាណិជ្ជកម្មនាសម័យកាលបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល ដោយបានប្រែក្លាយប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកឱ្យទៅជាកន្លែងដែលប្រមូលផ្តុំទៅដោយការលក់ទិញទំនិញ ឬសេវាកម្ម និងជាវេទិកាសម្រាប់ភ្ជាប់នូវទំនាក់ទំនងរវាងអ្នកលក់និងអ្នកទិញផងដែរ។ ក្នុងប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មតាមមធ្យោបាយអេឡិចត្រូនិកនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ ត្រូវបានគេមើលឃើញនូវប្រភេទ ឬគំរូអាជីវកម្មអេឡិចត្រូនិកមានចំនួនបួនប្រតិបត្តិការខុសៗពីគ្នា។ ប្រតិបត្តិការទាំងនោះរួមមាន អាជីវកម្មទៅដល់អតិថិជន (Business to Customer (B2C)) អាជីវកម្មទៅដល់អាជីវកម្ម (Business to Business(B2B)) អតិថិជនទៅដល់អាជីវកម្ម (Customer to Business (C2B)) និងអតិថិជនទៅដល់អតិថិជន (Customer to Customer (C2C))។[2]

[1] ច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក, ចុះថ្ងៃទី០២ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១៩

[2] អង្គការពាណិជ្ជកម្មពិភពលោក, ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅក្នុងប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍ ៖ឱកាសសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម, ទំព័រ៤

ក. អាជីវកម្មទៅដល់អតិថិជន (Business to Customer (B2C))

ប្រភេទពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកប្រភេទអាជីវកម្មទៅដល់អតិថិជន (B2C) គឺជាទម្រង់នៃការផ្លាស់ប្តូរទំនិញ ឬសេវាកម្មតាមអ៊ីនធឺណិត រវាងហាងលក់តាមអនឡាញ និងអតិថិជនម្នាក់ៗ។ ចំណង់ចំណូលចិត្តរបស់អតិថិជនចំពោះភាពងាយស្រួលនៃការទិញទំនិញតាមអ៊ីនធឺណិត រួមជាមួយនឹងភាពងាយស្រួលនៃការចាប់អាជីវកម្មតាមអនឡាញ បានធ្វើឱ្យការធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកមានការរីកចម្រើនយ៉ាងឆាប់រហ័ស។ ប្រភេទអាជីវកម្មទៅដល់អតិថិជននេះ គឺជាការលក់ដោយផ្ទាល់ទៅឱ្យអតិថិជនដែលជាអ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ។

ខ. អាជីវកម្មទៅដល់អាជីវកម្ម (Business to Business (B2B))

ដោយឡែកប្រភេទអាជីវកម្មទៅដល់អាជីវកម្ម (B2B) វិញ ដែលត្រូវបានគេឃើញមានច្រើនក្នុងខ្សែច្រវាក់ផ្គត់ផ្គង់ សំដៅទៅដល់ប្រតិបត្តិការនៃការផ្គត់ផ្គង់ទំនិញ ឬសេវាកម្មពីក្រុមហ៊ុនមួយទៅក្រុមហ៊ុនមួយទៀត ឬពីអាជីវកម្មមួយទៅអាជីវកម្មមួយ។ ស្របពេលដែលមានអាជីវកម្មជាច្រើនដើរតួជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់សេវាកម្ម ដូចជាក្រុមហ៊ុនសូហ្វវែរ (software) ក្រុមហ៊ុន Chevron Corporation ក្រុមហ៊ុន Boeing ជាដើម។ ក្រុមហ៊ុនទាំងអស់នេះមាននូវវេទិកាអេឡិចត្រូនិកផ្ទាល់របស់ខ្លួន ដែលមានទំនាក់ទំនងយ៉ាងស្អិតរមួតជាមួយបណ្តាលក្រុមហ៊ុនដទៃទៀតក្នុងការបញ្ជាទិញ ផ្គត់ផ្គង់នូវទំនិញ ឬសេវាកម្មរបស់ខ្លួន។

គ. អតិថិជនទៅដល់អាជីវកម្ម (Customer to Business (C2B))

អាជីវកម្មអេឡិចត្រូនិកតាមប្រភេទអតិថិជនទៅដល់អាជីវកម្ម (C2B) វិញនោះ គឺជាប្រភេទនៃប្រតិបត្តិការដែលអនុញ្ញាតឱ្យបុគ្គលផ្ទាល់ ឬជាអតិថិជនដាក់បង្ហាញនូវទំនិញនិងសេវាកម្មរបស់ខ្លួនដើម្បីធ្វើការលក់ទៅឱ្យក្រុមហ៊ុនមួយតាមរយៈវេទិកាទិញលក់។ ក្នុងប្រភេទនៃប្រតិបត្តិការនេះ ត្រូវបានធ្វើឡើងដោយដេញថ្លៃនូវទំនិញ ឬសេវាកម្មនានាដែលជាស្នាដៃផលិត ស្រាវជ្រាវដូចជា ឬកម្មវិធីហ្គេមផ្សេងៗ។

ឃ. អតិថិជនទៅដល់អតិថិជន (Customer to Customer (C2C))

ចំណែកឯប្រតិបត្តិកាប្រភេទអតិថិជនទៅដល់អតិថិជន (C2C) គឺជាប្រតិបត្តិការដែលធ្វើការផ្សាភ្ជាប់នូវទំនាក់ទំនងរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ ឬអតិថិជនក្នុងការផ្លាស់ប្តូរទំនិញ និងសេវាកម្មរបស់ពួកគេលើវេទិកាអនឡាញ។ អ្នកប្រើប្រាស់ ឬអតិថិជនធ្វើការដោះដូរ ទិញ លក់ នូវទំនិញនិងសេវាកម្មនានា ដោយគ្រាន់តែធ្វើការចុះឈ្មោះចូលរួមនិងបង់ប្រាក់កម្រៃជើងសារ (Commission) ទៅឱ្យម្ចាស់វេទិកាអនឡាញដើម្បីមានសិទ្ធិក្នុងការដាក់បង្ហាញនូវទំនិញទាំងនោះ ។

១.២. សញ្ញាណទូទៅនៃម៉ាក

ម៉ាកត្រូវបានគេប្រើប្រាស់ដើម្បីកំណត់នូវអត្តសញ្ញាណដោយឡែកនៃផលិតផលណាមួយ ដែលអាចជាទំនិញ ឬជាសេវារបស់សហគ្រាសណាមួយ នាពេលដែលផលិតផលនោះត្រូវបានផលិតឡើង ឬត្រូវបានយកទៅធ្វើពាណិជ្ជកម្ម។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ម៉ាកទាំងអស់សុទ្ធតែពុំអាចទទួលបានការការពារដោយស្វ័យប្រវត្តិ មិនដូចករណីនៃស្នាដៃអ្នកនិពន្ធនោះទេ លើកលែងតែម៉ាកល្បី។ ដើម្បីអាចទទួលបាននូវសិទ្ធិស្របច្បាប់លើសញ្ញាសម្គាល់ដែលយើងហៅថាម៉ាកបាន ផលិតករ ឬពាណិជ្ជករ ឬអ្នកផ្តល់សេវាទាំងឡាយ ចាំបាច់ត្រូវយកម៉ាករបស់ខ្លួន ដែលចង់ទទួលបានការការពារទៅស្នើសុំការទទួលស្គាល់ពីរដ្ឋដែលជាអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចជាមុន នៅក្រោមទម្រង់ជាការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក។ រដ្ឋអាចយល់ព្រមលើការស្នើសុំចុះបញ្ជី កាលបើម៉ាកនោះមានគុណសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីអាចចុះបញ្ជីបាន និងក៏អាចបដិសេធមិនចុះបញ្ជីជូនបានផងដែរ កាលបើម៉ាកនោះ ពុំបានបំពេញនូវរាល់ល័ក្ខខ័ណ្ឌកំណត់ដោយច្បាប់គ្រប់គ្រាន់ទេ។[3]

១.២.១. និយមន័យ

ម៉ាកត្រូវបានកំណត់និយមន័យថាគឺជាសញ្ញាដែលមើលឃើញ ហើយអាចសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវានៃសហគ្រាសនីមួយៗ។ ម៉ាកដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់ទំនិញហៅថា **ពាណិជ្ជសញ្ញា** ហើយម៉ាកដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់សេវាហៅថា **សេវាសញ្ញា**។[4]

ពាណិជ្ជសញ្ញា គឺជាម៉ាកដែលប្រើប្រាស់ក្នុងទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងទំនិញ ដូចជាម៉ាក Sony និង Panasonic ដែលប្រើប្រាស់ចំពោះទំនិញអេឡិចត្រូនិក។ **សេវាសញ្ញា** គឺជាសញ្ញាដែលប្រើប្រាស់ក្នុងទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងសេវាកម្មដូចជាប្រើប្រាស់ចំពោះសណ្ឋាគារ ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍និងភោជនីយដ្ឋានជាដើម។[5]

ការប្រើប្រាស់ម៉ាកមានគោលដៅតែមួយគត់ គឺអាចកំណត់អំពីអត្តសញ្ញាណនៃទំនិញ ឬ សេវារបស់សហគ្រាសណាមួយ ដើម្បីឱ្យអតិថិជនទាំងឡាយដែលជាអ្នកប្រើប្រាស់ធ្វើការបែងចែកនូវភាពខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសនោះសំដៅដល់ការប្រឆាំងទប់ទល់នឹងការក្លែងបន្លំម៉ាកពីសហគ្រាសដ៏ទៃ។

[3] នីតិកម្មសិទ្ធបញ្ញា,កាន់ សុទ្ធប៊ុលីន, បោះពុម្ពលើកទី២ (២០១៤), ទំព័រ៩៧

[4] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា២ ចំណុច(ក)

[5] នីតិកម្មសិទ្ធបញ្ញា, ទេព សុខ, ឆ្នាំ២០២០,ទំព័រ៥២

១.២.២. ប្រភេទនៃម៉ាក

ម៉ាកត្រូវបានធ្វើការបែងចែកផ្សេងៗពីគ្នាក្នុងគោលដៅកំណត់ពីអត្តសញ្ញាណ ឬសញ្ញាសំគាល់ដើម្បីជៀសវាងនូវការភាន់ច្រឡំ។ នៅប្រទេសកម្ពុជាយើង បើតាមច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ គេការពារតែលើម៉ាកដែលអាចមើលឃើញតែប៉ុណ្ណោះ។[6] ប៉ុន្តែនៅបណ្តាប្រទេសមួយចំនួនទៀតលើពិភពលោក ច្បាប់នៃរដ្ឋមួយចំនួនការពារលើម៉ាកដែលមិនអាចមើលឃើញ មានជាអាទិ៍ សំឡេងក្លិនរសជាតិ។ ដូចនេះម៉ាកអាចត្រូវបានបែងចែកដូចតទៅ ម៉ាក Traditional Mark ម៉ាក Non-Traditional Mark ម៉ាកសមូហភាព និងម៉ាកបញ្ជាក់គុណភាពទំនិញ (Certification Mark)។[7]

១.២.២.១. ម៉ាក Traditional Mark (ម៉ាកមានលក្ខណៈធម្មតា)

ម៉ាកដែលមានលក្ខណៈធម្មតា មានដូចជា ឈ្មោះ(ឈ្មោះពិត ឬឈ្មោះសិប្បនិម្មិត) អក្សរ លេខ រូបភាព និមិត្តសញ្ញា ឡូហ្គោ ពាក្យ បង្គុំនៃពណ៌ ឬបង្គុំនៃសញ្ញាទាំងនេះ។[8]

- ម៉ាកជាឈ្មោះ ជាម៉ាកដែលយកឈ្មោះរបស់ក្រុមហ៊ុន ឬសហគ្រាស មកធ្វើជាម៉ាក និងសម្រាប់សំគាល់ទំនិញ ឬសេវា។

  ឧទាហរណ៍ ៖ ម៉ាកសំគាល់របស់ក្រុមហ៊ុន Honda។

- ម៉ាកជាពាក្យ អាចជាពាក្យដែលបញ្ចូលគ្នាដើម្បីសំគាល់ទំនិញ ឬសេវា ទោះបីជាពាក្យមួយមាត់ ឬជាពាក្យស្លោកក៏ដោយ ក៏យើងចាត់ទុកជាម៉ាកដែរ។

  ឧទាហរណ៍ ៖ ក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈ កូកាកូឡា។

- ម៉ាកជាអក្សរ ៖ អាចជាអក្សរមួយ ឬការរួមបញ្ចូលអក្សរជាច្រើន។

  ឧទាហរណ៍ ក្រុមហ៊ុនដឹកជញ្ជូន DHL។

---

[6] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា២ ចំណុច(ក)

[7] នីតិកម្មសិទ្ធបញ្ញា, នី វិចិត្រ, បោះពុម្ពលើកទី១ ឆ្នាំ២០១៣, ទំព័រ៦

[8] នីតិកម្មសិទ្ធបញ្ញា, នី វិចិត្រ, បោះពុម្ពលើកទី១ ឆ្នាំ២០១៣, ទំព័រ១៨៥

- 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

- ម៉ាកជាបង្គុំនៃពណ៌ ការយកពណ៌ផ្សេងរួមបញ្ចូលគ្នា។

  ឧទាហរណ៍ ក្រុមហ៊ុន Master Card

១.២.២.២. ម៉ាក Non-Traditional Mark

ម៉ាក Non-Traditional Mark សំដៅទៅលើម៉ាកផ្សេងក្រៅពី Traditional Mark។ ម៉ាក Non-Traditional Mark មានជាអាទិ៍ សំឡេង ក្លិន ឬរសជាតិ។ នៅបណ្តាប្រទេសមួយចំនួន ច្បាប់ជាតិបញ្ញត្តិអំពីកិច្ចការពារម៉ាក Non-Traditional នេះ។[9]

១.២.២.៣. ម៉ាកសមូហភាព

ម៉ាកសមូហភាព គឺជាសញ្ញាដែលមើលឃើញសំដៅប្រើក្នុងការដាក់ពាក្យសុំចុះបញ្ជី ហើយអាចសម្គាល់នូវប្រភពដើមនៃទំនិញ ឬសេវា ឬសម្គាល់នូវចរិតលក្ខណៈរួមដទៃទៀតគិតទាំងគុណភាពនៃទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសផ្សេងៗគ្នា ដែលប្រើសញ្ញានោះក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ម្ចាស់ម៉ាកសមូហភាពដែលបានចុះបញ្ជី។[10]

១.២.២.៤. ម៉ាកបញ្ជាក់គុណភាពទំនិញ (Certification Mark)

ម៉ាកបញ្ជាក់គុណភាពទំនិញឬផលិតផល សំដៅទៅលើសញ្ញាដែលបញ្ជាក់ពីភាពអនុលោមនៃផលិតផល មួយតាមការតម្រូវនៃស្តង់ដារផលិតផលមួយមានសញ្ញាបញ្ជាក់គុណភាពសុវត្ថិភាព និងចុះបញ្ជីផលិតផល។ ម៉ាកប្រភេទនេះបុគ្គលណាក៏មានសិទ្ធិប្រើប្រាស់ដែរដោយគ្រាន់តែគោរពតាមលក្ខខណ្ឌតម្រូវដោយច្បាប់ស្តីពីស្តង់ដារសម្រាប់ផលិតផលឧស្សាហកម្ម។ វាពុំមានសិទ្ធិផ្តាច់មុខសម្រាប់បុគ្គលណាមួយជាក់លាក់នោះទេ។ [11]

.

ម៉ាកសម្គាល់ស្តង់ដា ត្រូវស្ថិតក្រោមក្របខណ្ឌដោយឡែកស្របតាមច្បាប់ស្តីពីស្តង់ដារកម្ពុជា ពោលគឺមិនស្ថិតក្រោមច្បាប់ម៉ាកឡើយ។[12]

---

[9] នីតិកម្មសិទ្ធបញ្ញា, នី វិចិត្រ, បោះពុម្ពលើកទី១ ឆ្នាំ២០១៣, ទំព័រ១៨៨

[10] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា២ ចំណុច(ខ)

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

[12] នីតិកម្មសិទ្ធបញ្ញា, ទេព សុខ, ឆ្នាំ២០២០, ទំព័រ៥៤

១.២.៣. លក្ខខណ្ឌទទួលបានការការពារ

ដើម្បីការពារនូវម៉ាកផលិតផលដែលជាស្នាដៃរបស់ខ្លួនបាន ផលិតករ ឬម្ចាស់ម៉ាក ចាំបាច់ត្រូវយកម៉ាកដែលខ្លួនបានបង្កើត ទៅចុះបញ្ជីនៅនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ជៀសវាងនូវការរំលោភបំពានទាំងឡាយ និងប្រើប្រាស់នូវម៉ាកដែល ខ្លួនបានបង្កើតដោយគ្មានការអនុញ្ញាត ពីសំណាក់ដៃគូប្រកួតប្រជែង ព្រោះសិទ្ធិផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាក ត្រូវបានទទួលស្គាល់តាមរយៈការចុះបញ្ជី ។[13]

១.២.៣.១. នីត្យានុកូលភាពនៃម៉ាក

ការសម្គាល់ទៅលើម៉ាកជាទស្សនៈដ៏មានសារៈសំខាន់ ម៉ាកដែលអាចចុះបញ្ជីបានកាលណាម៉ាកបានគោរពទៅតាមនីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជី ហើយដែលម៉ាកនោះមិនត្រូវបានហាមឃាត់ដោយច្បាប់របស់ប្រទេសកម្ពុជា។ ពេលចុះបញ្ជី ប្រសិនបើមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីពិនិត្យឃើញថាម៉ាកដែលបានដាក់ស្នើសុំ ចូលក្នុងចំណុចណាមួយដែលច្បាប់ហាមឃាត់ មន្ត្រីទទួលបន្ទុកចុះបញ្ជីនឹងធ្វើការបដិសេធ ។[14]

១.២.៣.២. ភាពទំនេរនៃម៉ាក

ភាពទំនេរនៃម៉ាកជាភាពថ្មីស្រឡាងនៃម៉ាក ដែលម៉ាកនោះមិនស្រដៀង និងមិនដែលធ្លាប់ចុះបញ្ជីពីមុននោះទេ។

១.២.៣.៣. ភាពខុសគ្នានៃម៉ាក

សំដៅទៅលើម៉ាកដែលប្រើក្នុងសេវាកម្មតែមួយ ប៉ុន្តែម៉ាកនោះមានលក្ខណៈដែលអាចធ្វើឱ្យសាធារណៈអាចសម្គាល់នូវលក្ខណៈខុសគ្នារបស់ម៉ាកនោះបាន ។ ហេតុដូចនេះ ហើយបានជាច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ [15] មិនអនុញ្ញាតិឱ្យម៉ាកដែលមិនអាចសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញចុះបញ្ជីបាននោះឡើយ ។ ឧទាហរណ៍ បារីម៉ាក Mercedes និង ឡានម៉ាក Mercedes ក្នុងលក្ខខណ្ឌបែបនេះថ្វីត្បិតតែវាជាម៉ាកដែលដូចគ្នាប៉ុន្តែម៉ាកទាំងពីបម្រើឱ្យសេវាកម្មពីរដាច់ដោយឡែកពីគ្នា ដូចនេះឡានម៉ាកMercedes និងបារីម៉ាកMercedes អាចអនុញ្ញាតឱ្យចុះបញ្ជីបានព្រោះវាមិនធ្វើឱ្យសាធារណៈជនមានការយល់ច្រឡំនោះឡើយ ។[16]

១.២.៤. ក្របខ័ណ្ឌការពារ

ដើម្បីធានាដល់ការការពារម៉ាក និងដើម្បីការពារនូវផលប្រយោជន៍ស្របច្បាស់ផ្សេងៗទៀត របស់ម្ចាស់ម៉ាក ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាបានបង្កើតនូវបទដ្ឋានគតិយុត្តជាតិមួយចំនួន និងបានចូលជាសមាជិកអង្គការកម្ម

[13] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៣
[14] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៤
[15] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៤ ចំណុច(ក)
[16] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៤ ចំណុច(គ)

សិទ្ធិបញ្ញាពិភពលោកអង្គការពាណិជ្ជកម្មពិភពលោក ក៏ដូចជាទទួលយកនូវបទដ្ឋានអន្តរជាតិមួយចំនួនផង ដែរ។

១.២.៤.១. ក្របខ័ណ្ឌគតិយុត្តជាតិ

មកដល់បច្ចុប្បន្នប្រទេសកម្ពុជាបានអនុម័តច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិពាក់ព័ន្ធកិច្ចការពារសិទ្ធិ និងការអនុវត្ត សិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៅកម្ពុជា។ រាល់បណ្ដាសិទ្ធិដែលមានលើម៉ាកនៅកម្ពុជាត្រូវបានគ្រប់គ្រងដោយច្បាប់ស្ដីពី ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ដែលត្រូវបានប្រកាសឱ្យប្រើដោយព្រះរាជក្រមលេខនស/ រកម/០២០២/០៦ ចុះថ្ងៃទី០៧ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០០២។ ច្បាប់នេះមានគោលបំណងការពារម៉ាកនិងពាណិជ្ជនាម ដែលបានចុះបញ្ជីក្នុងបញ្ជីម៉ាកនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា និងប្រឆាំងការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់លើការ បង្កើត និងការប្រើប្រាស់ម៉ាកនិងពាណិជ្ជនាម។[17] ច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិន ស្មោះត្រង់ ក៏បានបញ្ញត្តិផងដែរថា បទប្បញ្ញត្តិទាំងឡាយនៃសន្ធិសញ្ញាអន្តរជាតិកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម ដែល ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាជាភាគីមួយនៃសន្ធិសញ្ញានេះត្រូវយកមកអនុវត្តជាមួយច្បាប់នេះបាន។[18]

ក្រោយពីច្បាប់នេះត្រូវបានអនុម័ត អនុក្រឹត្យថ្មីមួយត្រូវបានប្រកាសឱ្យប្រើផងដែរគឺ អនុក្រឹត្យស្ដីពីការ អនុវត្តច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់បានទទួលឯកភាពពីគណៈរដ្ឋមន្ត្រី ក្នុងសម័យប្រជុំពេញអង្គនាថ្ងៃទី០៧ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០០៦។ អនុក្រឹត្យនេះមានគោលបំណងកំណត់ នីតិវិធីនៃការ ចុះបញ្ជីម៉ាក ការបដិសេធ ភ្នាក់ងារតំណាងការប្រកាសសិទ្ធិជាអាទិភាព ការលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជី និងវិធានការ តាមមាត់ច្រកព្រំដែន សំដៅអនុវត្តច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់នៅព្រះ រាជាណាចក្រកម្ពុជា។[19]

ប្រកាសស្ដីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តិទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រង និង ដឹកនាំផ្ទាល់របស់អគ្គនាយកដ្ឋានសេវាពាណិជ្ជកម្មមានមុខងារ ទទួលអនុវត្ត សហការរៀបចំច្បាប់ និងបទ ប្បញ្ញត្តិទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញារួមមានម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ផងដែរ។[20]

១.២.៤.២. ក្របខណ្ឌគតិយុត្តអន្តរជាតិ

ប្រភពច្បាប់អន្តរជាតិសំដៅលើគ្រប់កិច្ចព្រមព្រៀងដែលត្រូវបានគ្រប់គ្រងដោយ WIPO និង WTO ក្នុង ក្របខណ្ឌ WTO យើងមានកិច្ចព្រមព្រៀងស្ដីពី ទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មពាក់ព័ន្ធ និង កម្មសិទ្ធបញ្ញា(TRIPS)ដែល

[17] ច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជកម្ម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា១

[18] ច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជកម្ម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៦០

[19] ច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជកម្ម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា២

[20] ប្រកាសស្ដីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធបញ្ញា ឆ្នាំ២០១៤, ប្រការ១

ជាកិច្ចព្រមព្រៀងមានគោលដៅការការពារកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៅក្នុងបណ្តាប្រទេស ជាសមាជិក នៃ WTO។ នៅក្នុងក្របខណ្ឌ WIPO មានកិច្ចព្រមព្រៀងច្រើនទាក់ទងនឹងម៉ាក។

➢ **សន្ធិសញ្ញាអន្តរជាតិដែលជាប់ទាក់ទងនឹងការការពារម៉ាក**

ការរំលោភបំពានទៅលើកម្មសិទ្ធិបញ្ញា កាន់តែកើនឡើងឥតឈប់ឈរ រហូតដល់ឆ្នាំ១៨៨៣ ក៏មានលេចឡើងនូវលិខិតបទដ្ឋានអន្តរជាតិមួយ សម្រាប់ប្រើប្រាស់ជាមធ្យោបាយក្នុងការការពារដល់កម្មសិទ្ធិបញ្ញាគឺ អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសស្តីពីកិច្ចការពារកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម ហើយអនុសញ្ញានេះចែងអំពីបទប្បញ្ញត្តិការពារលើម៉ាក។

❖ **អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសឆ្នាំ ១៨៨៣**

អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស(Paris Convention) គឺជាអនុសញ្ញាពហុភាគីដំបូង ដែលរួមបញ្ចូលនូវសញ្ញាសម្គាល់ប្រភពទំនិញ ឬឈ្មោះសម្គាល់នៃទីតាំងប្រភពដើមទំនិញដែលមានគោលបំណងការពារ។ ការការពារកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្មមានគោលបំណងការពារ ប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម ម៉ូដែលមានអត្ថប្រយោជន៍គំនូសឧស្សាហកម្ម ពាណិជ្ជសញ្ញា សេវាសញ្ញា ពាណិជ្ជនាម សញ្ញាសម្គាល់នៃទំនិញ ឬ ឈ្មោះសម្គាល់នៃទីតាំងប្រភពទំនិញ និងការទប់ទល់នឹងការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។[21]

❖ **កិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងម៉ាឌ្រីដឆ្នាំ ១៨៩១**

កិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងម៉ាឌ្រីដ (Madrid Agreement) ស្តីពីការបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ ឬការបោកបញ្ឆោតនៃប្រភពទំនិញ ដែលចែងលម្អិតលើសញ្ញាសម្គាល់នៃប្រភពទំនិញ។ ទំនិញមួយ ឬច្រើន ដែលមាននូវការក្លែងឬបន្លំនូវសញ្ញាដោយភាគីនៃរដ្ឋមួយ និងរដ្ឋដទៃទៀតដែលស្ថិតក្នុងកិច្ចព្រមព្រៀង កន្លែងដែលស្ថិតនៅដោយផ្ទាល់ ឬប្រយោលដែលក្នុងនាមជារដ្ឋ ឬជាទីតាំងប្រភពដើមនៃទំនិញ ត្រូវបានរឹបអូស នៅពេលចូលទៅក្នុងប្រទេសដែលបានចែងក្នុងកិច្ចព្រមព្រៀង។[22] កិច្ចព្រមព្រៀងម៉ាឌ្រីដ ជាកិច្ចព្រមព្រៀងពហុភាគីដំបូងដែលចែងអំពីវិធានជាក់លាក់ សម្រាប់ការទប់ទល់ប្រឆាំងនឹងការក្លែងបន្លំ ឬ ការបោកបញ្ឆោតនៃសញ្ញាសម្គាល់នៃប្រភពទំនិញ ។ កិច្ចព្រមព្រៀងនេះ គឺមិនបានបន្ថែមច្រើននូវការការពារពីលើអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសទេ ប៉ុន្តែការការពារចំពោះសញ្ញាសម្គាល់នៃប្រភពទំនិញដែលមានការក្លែងបន្លំពីលើសញ្ញាសម្គាល់ពិត។

❖ **ពិធីសារដែលជាប់ទាក់ទងនឹងកិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងម៉ាឌ្រីដនៅឆ្នាំ១៩៨៩**

ប្រព័ន្ធទីក្រុងម៉ាឌ្រីដមានបទដ្ឋានគតិយុត្តចំនួនពីរគឺ កិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងម៉ាឌ្រីដស្តីពីការចុះបញ្ជីម៉ាកជាអន្តរជាតិដែលបានបង្កើតឡើងនៅឆ្នាំ១៨៩១ និងពិធីសារដែលជាប់ទាក់ទងនឹងកិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងម៉ាឌ្រីដឆ្នាំ

[21] អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស១៨៨៣, មាត្រា១ កថាខណ្ឌទី២

[22] កិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងម៉ាឌ្រីដ ១៨៩១, មាត្រា១ កថាខណ្ឌទី១

១៩៨៩។ ប្រព័ន្ធចុះបញ្ជីអន្តរជាតិទីក្រុងម៉ាឌ្រីដអាចប្រើប្រាស់បានក្នុងចំណោមប្រទេសដែលជាភាគីនៃកិច្ចព្រមព្រៀង ឬពិធីសារទីក្រុងម៉ាឌ្រីដ។

១.៣. សារៈសំខាន់នៃការការពារម៉ាកនៅក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក

នៅក្នុងទីផ្សារឌីជីថល ពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក បានលេចរូបរាងចេញយ៉ាងឆាប់រហ័សជាមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃពាណិជ្ជកម្មពិភពលោក។ ជាមួយនឹងអាជីវកម្មរាប់លានដែលកំពុងប្រជែងគ្នា រួមផ្សំការខ្វះការយកចិត្តទុកដាក់របស់អ្នកប្រើប្រាស់ ជាហេតុធ្វើឱ្យម៉ាកប្រែក្លាយជាតម្រូវការចាំបាច់ក្នុង ធានានូវអត្តសញ្ញាណ កេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់ក្រុមហ៊ុន និងជំរុញទំនុកចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ លើកទឹកចិត្តឱ្យមានការប្រកួតប្រជែងដោយយុត្តិធម៌ និងធានាការអនុលោមតាមស្តង់ដារច្បាប់ផងដែរ។

១.៣.១. រក្សាអត្តសញ្ញាណម៉ាក

សញ្ញាសម្គាល់ម៉ាកគឺជាចំណុចដំបូងនៃអន្តរកម្មរវាងអាជីវកម្ម និងអ្នកប្រើប្រាស់ ដោយភាពជឿជាក់លើគុណភាព តម្លៃ និងភាពជឿជាក់ដែលទាក់ទងនឹងផលិតផល ឬសេវាកម្ម។ នៅក្នុងទិដ្ឋភាពដ៏កកកុញនៃពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក រួមជាមួយនឹងអាជីវកម្មជាច្រើនដែលមានផលិតផលស្រដៀងគ្នា មានតែសញ្ញាសម្គាល់តែមួយគត់ដែលអាចកំណត់ក្រុមហ៊ុនដាច់ដោយឡែកពីដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់ខ្លួន។ នៅពេលដែលម៉ាកយីហោត្រូវបានក្លែងបន្លំ ឬប្រើប្រាស់ដោយគ្មានការអនុញ្ញាត វាអាចបង្កើតឲមានការភ័ន្តច្រឡំ ក្នុងចំណោមអ្នកប្រើប្រាស់មានការច្រឡំផលិតផលក្លែងក្លាយជារបស់ពិត ។

១.៣.២. ផ្តល់ទំនុកចិត្តដល់អ្នកប្រើប្រាស់

ជាទូទៅ អ្នកប្រើប្រាស់រមែងតែទិញទំនិញពីម៉ាកដែលពួកគេទទួលស្គាល់ និងជឿទុកចិត្ត។ ជាពិសេសការរីកសាយភាយនៃទំនិញក្លែងក្លាយធ្វើឱ្យខូចទំនុកចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងអាចបំផ្លាញកេរ្តិ៍ឈ្មោះម៉ាកយីហោផងដែរ។ ជាពិសេស ការរីកសាយភាយនៃទំនិញក្លែងក្លាយធ្វើឱ្យខូចទំនុកចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងអាចបំផ្លាញកេរ្តិ៍ឈ្មោះម៉ាកយីហោស្របច្បាប់។ ការការពារសញ្ញាសម្គាល់ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការកសាងទំនុកចិត្តនេះ។ នៅពេលដែលអ្នកប្រើប្រាស់ឃើញម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី ឬនិមិត្តសញ្ញាដែលធ្លាប់ស្គាល់ វាបង្កើនទំនុកចិត្តលើភាពត្រឹមត្រូវ និងគុណភាពនៃផលិតផលដែលផ្តល់ជូន។[23]

[23] អាចស្វែងរកបាន https://fastercapital.com/content/Brand-protection-and-trademark--The-Role-of-Trademarks-in-Commerce.html ចូលមើលថ្ងៃទី១៣ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៤

១.៣.៣. លើកទឹកចិត្តឱ្យមានការប្រកួតប្រជែងដោយស្មោះត្រង់

ការការពារម៉ាកក៏រួមចំណែកដល់វិស័យពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកផងដែរ។ នៅពេលដែលអាជីវកម្ម វិនិយោគទៅក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ម៉ាក និងបង្កើតអត្តសញ្ញាណរបស់ពួកគេ ធ្វើឱ្យពួកគេទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីការខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់ពួកគេ។ ច្បាប់ និងលិខិតបទដ្ឋាននានាបានការពារម៉ាក និងបង្អាក់ការអនុវត្តការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ដូចជាការរំលោភលើម៉ាកដែលអាចធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់ម៉ាកយីហោដែលបានបង្កើតឡើង ។ តាមរយៈការពង្រឹងការការពារម៉ាក អាជីវកម្មអាចប្រកួតប្រជែងនៅលើមូលដ្ឋានសមធម៌ជាងមុន ដែលជំរុញឱ្យមានការច្នៃប្រឌិត ស្តង់ដារខ្ពស់ និងផលិតផលកាន់តែប្រសើរឡើងសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់។

១.៣.៤. ធានាការអនុលោមតាមច្បាប់

ការការពារម៉ាកក៏មានសារៈសំខាន់ផងដែរក្នុងការធានាការអនុលោមតាមស្តង់ដារច្បាប់។ ការខកខានក្នុងការចុះឈ្មោះ នឹងអាចបណ្តាលឱ្យមានវិវាទ ដែលមិនត្រឹមតែធ្វើឱ្យបាត់បង់ធនធានប៉ុណ្ណោះទេ ថែមទាំងធ្វើឱ្យខូចខាតការរីកចម្រើនរបស់ក្រុមហ៊ុនផងដែរ។ តាមរយៈការវិនិយោគលើការការពារម៉ាក ក្រុមហ៊ុនមិនត្រឹមតែអាចការពារខ្លួនពីជម្លោះផ្លូវច្បាប់ដែលអាចកើតមានប៉ុណ្ណោះទេ មិនតែប៉ុណ្ណោះអាចជំរុញការវិនិយោគផ្ទាល់ពីបរទេសរួមទាំងនៅក្នុងស្រុក និងជាកម្លាំងចលករមួយដ៏សំខាន់ សម្រាប់លើកទឹកចិត្តដល់ម្ចាស់ម៉ាកក្នុងការបង្កើតស្នាដៃថ្មី ចំពោះភាពដាច់ដោយឡែកនៃទំនិញរបស់ពួកគេ ក៏ដូចជាធានាសុវត្ថិភាពចំពោះការប្រើប្រាស់របស់អតិថិជនផងដែរ។[24]

[24] អាចរកបាននៅ, https://aaronhall.com/trademark-protection-in-e-commerce , ចូលមើលថ្ងៃទី២៨ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២៤

ជំពូកទី២

ស្ថានភាពនៃការរំលោភលើម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក (E-Commerce)

ប្រតិបត្តិការផ្សេងៗដែលពាក់ព័ន្ធនឹងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកគឺមានភាពខុសប្លែកគ្នាយ៉ាងខ្លាំងពីប្រតិបត្តិការទូទៅ ការរំលោភលើម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកសំដៅលើការប្រើប្រាស់ម៉ាករបស់អ្នកដទៃ តាមរយៈបច្ចេកវិទ្យាក្នុងប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មតាមអ៊ីនធឺណិត ព្រមទាំងកេងយកផលចំណេញពីអំពើទាំងនោះ។[25] ក្នុងបរិបទថ្មីនៃការរំលោភលើម៉ាក បានភ្ជាប់ជាមួយការអភិវឌ្ឍនៃពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ធ្វើឱ្យមានការលំបាកក្នុងការតាមដានទិន្នន័យនៅលើអ៊ីនធឺណិត និងធ្វើឱ្យមានការប្រមូលភស្តុតាងនៃការរំលោភលើពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក។

នៅក្នុងប្រតិបត្តិការទូទៅ ម៉ាកភាគច្រើនត្រូវបានភ្ជាប់ដោយផ្ទាល់ទៅនឹងទំនិញ និងសេវាកម្ម ជាហេតុធ្វើឱ្យមានភាពងាយស្រួលក្នុងការកំណត់អត្តសញ្ញាណនៃការរំលោភលើម៉ាក។ ផ្ទុយទៅវិញនៅក្រោមភាពស្មុកស្មាញ និងមិនច្បាស់លាស់នៃបណ្តាញអ៊ីនធឺណេត ដែលបណ្តាលឱ្យ សញ្ញាមួយចំនួនអាចលេចឡើងក្នុងប្រតិបត្តិការអេឡិចត្រូនិក ដែលបង្កឱ្យមានការយល់ច្រឡំ ការភាន់ច្រលំ នៅពេលដែលម៉ាកស្រដៀងគ្នានេះលេចឡើងនៅក្នុងបរិយាកាសអនឡាញទាំងមូល។[26]

២.១. សកម្មភាពរំលោភម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក

ការរំលោភលើម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក មានលក្ខណៈសំខាន់ដូចខាងក្រោម៖

ក. ការការពារសិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាកក្នុងដែនដី

សំដៅលើការចងភ្ជាប់កិច្ចការពារនៃម៉ាកមួយ ទៅនឹងវិសាលភាពសិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាកមានលក្ខណៈក្នុងតំបន់ជាទូទៅ ការចុះបញ្ជីម៉ាកមិនអាចប្រើប្រាស់ជាសកលរវាងប្រទេសមួយ ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីនៅក្នុងប្រទេសមួយមិនអាចមានប្រសិទ្ធភាពនៅក្នុងប្រទេសផ្សេងបានទេ។ នេះគឺទាក់ទងដោយផ្ទាល់ទៅនឹងច្បាប់នៃប្រទេសផ្សេងៗ និងការការពារផលិតផលក្នុងស្រុកនៅក្នុងប្រទេសនីមួយៗ។ ប្រសិនបើម្ចាស់សិទ្ធិចុះបញ្ជីម៉ាកនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា វានឹងមិនត្រូវបានទទួលស្គាល់នៅបរទេសទេ លុះត្រាតែវាត្រូវបានចុះបញ្ជីម្តងទៀតនៅក្នុងតំបន់បរទេសដែលត្រូវការ។

[25] Nie Jin, E Commerce, Wuhan University Press,2011, p66-73

[26] Huang Hui, Legal Protection of Trademarks, Law Press,2005, p8

ខ. រយៈពេលនៃការការពារសិទ្ធិ

គឺសំដៅលើរយៈពេលដែលសិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាកចូលជាធរមានបន្ទាប់ពីការចុះបញ្ជី ហើយនឹងផុតកំណត់នៃរយៈពេលនៃសិទ្ធិនោះនឹងបញ្ចប់ដោយស្វ័យប្រវត្តិ ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីហើយ មានសុពលភាព១០ឆ្នាំ ចាប់ពីកាលបរិច្ឆេទនៃការទទួលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី។ តាមការស្នើសុំ ការចុះបញ្ជីម៉ាកមួយ អាចធ្វើសាជាថ្មីសម្រាប់រយៈពេល១០ឆ្នាំម្តង ជាបន្តបន្ទាប់ ក្នុងលក្ខខណ្ឌដែលម្ចាស់ដើមបង់អាករចុះបញ្ជីជាថ្មីតាមការកំណត់។ ការអនុគ្រោះចំពោះការយឺតយ៉ាវក្នុងការចុះបញ្ជីសាជាថ្មី ត្រូវបានអនុញ្ញាតត្រឹមរយៈពេល៦ខែ។[27]

២.១.១. ការកំណត់ការរំលោភម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក

ដោយសារភាពពិសេសនៃពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ទម្រង់នៃការរំលោភលើម៉ាកមានភាពសម្បូរបែប គួបផ្សំនឹងភាពស្មុគស្មាញនៃបច្ចេកវិទ្យា លក្ខណៈនៃការរំលោភម៉ាកក៏មានលក្ខណៈពិសេសផងដែរ ៖

ក. ការរំលោភម៉ាកឆ្លងដែន៖ ជាទូទៅ ម្ចាស់ម៉ាកមានលក្ខណៈក្នុងតំបន់ ការចុះបញ្ជីការការពារម៉ាកមិនអាចប្រើជាសកលបានទេ ពេលម៉ាកមួយដែលចុះបញ្ជីនៅលើទឹកដីនៃរដ្ឋមួយ គឺត្រូវបានការពារដោយរដ្ឋនោះ ក៏ប៉ុន្តែមិនត្រូវបានការពារនៅក្នុងរដ្ឋផ្សេងទៀតបានទេ ដែលស្របតាមគោលការណ៍ដែនដីនៃម៉ាក ដោយចងភ្ជាប់កិច្ចការពារនៃម៉ាកមួយ ទៅនឹងវិសាលភាពដែនដីដែលអំណាចនៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាកនោះ។ ហើយសិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាកទូទៅ ត្រូវបានដាក់កម្រិតតាមដែនដី ប៉ុន្តែការរំលោភលើម៉ាកក្នុងប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេត មិនមានព្រំដែនទេ គួបផ្សំជាមួយការរីករាលដាលនៃវេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកដែលផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់អ្នកលួចចម្លង ដូច្នេះទើបមានបាតុភាពនៃការរំលោភម៉ាកឆ្លងព្រំដែនជាច្រើនជាពិសេសការក្លែងបន្លំម៉ាកជាលក្ខណៈអន្តរជាតិ។

ខ. ការវិភាគ ៖ វិភាគអាសយដ្ឋានការចុះឈ្មោះ ឈ្មោះដែន និងភស្តុតាងឌីជីថលផ្សេងទៀត អាជីវកម្មអាចតាមដានប្រភពនៃប្រតិបត្តិការក្លែងក្លាយ និងប្រមូលទិន្នន័យ ។ បណ្តាញសង្គមតាមអ៊ីនធឺណេត ជាទីកន្លែងស្វែងរកភស្តុតាងដ៏សំខាន់មួយក្នុងការកំណត់អត្តសញ្ញាណអ្នកក្លែងបន្លំតាមអ៊ីនធឺណិត។ តាមរយៈការត្រួតពិនិត្យវេទិកាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម និងទីផ្សារអនឡាញ កំណត់អត្តសញ្ញាណគំរូនៃអាកប្បកិរិយាគួរឱ្យសង្ស័យ និងតាមដានសកម្មភាពរបស់អ្នកក្លែងបន្លំ ។

គ. វិធីសាស្ត្ររំលោភបំពានថ្មីបន្ថែមទៀត៖ វិធីសាស្ត្រនៃការរំលោភលើម៉ាកត្រូវបានកំណត់ចំពោះ តាមការប៉ាន់ស្មានដោយចេតនានៃ វិធីសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយជាសាធារណៈ ដែលអាចបង្ហាញបានតែនៅក្នុងប្រព័ន្ធអនឡាញប៉ុណ្ណោះ ដូចជា ចំណាត់ថ្នាក់ការដេញថ្លៃក្លែងបន្លំ ការបន្ថែមតំណភ្ជាប់។

[27] ដូចលេខ21

ឃ. ងាយនឹងយល់ច្រឡំនៃភាពផ្ដាច់មុខ ៖ នៅក្នុងពាណិជ្ជកម្មទូទៅ ងាយស្រួលក្នុងការកំណត់អត្តសញ្ញាណម៉ាកនៃប្រភេទផ្សេងៗគ្នាតាមរយៈការវិនិច្ឆ័យដោយផ្ទាល់។ ផ្ទុយទៅវិញ នៅក្នុងវេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ពិបាកក្នុងការបែងចែកម៉ាកមួយណាជាកម្មសិទ្ធិរបស់ក្រុមហ៊ុនណា ជាហេតុបង្កការលំបាកដល់អ្នកប្រើប្រាស់ក្នុងការកំណត់អត្តសញ្ញាណ ដែលអាចនាំឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាក ។[28]

២.១.២. សកម្មភាពនៃការរំលោភម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មតាមអេឡិចត្រូនិក

នៅក្នុងប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកមានទម្រង់ផ្សេងៗគ្នានៃការរំលោភលើម៉ាក ដែលជាទូទៅមានដូចខាងក្រោម៖

ក. ការផ្ទេរតំណ

ដើម្បីលក់ផលិតផលផ្ទាល់ខ្លួន អ្នកលក់អនឡាញមួយចំនួនបានភ្ជាប់ព័ត៌មានផលិតផលរបស់ពួកគេទៅកាន់គេហទំព័រផ្សេងទៀតដែលមានបរិមាណចរាចរណ៍ខ្ពស់ ហើយប្រើប្រាស់ព័ត៌មានម៉ាកនៃផលិតផលផ្សេងទៀត និងផ្សព្វផ្សាយហាងរបស់ពួកគេនៅលើវេទិកាពាណិជ្ជកម្មតាមអេឡិចត្រូនិក ដើម្បីបំភាន់អ្នកប្រើប្រាស់ និងបង្កើនការលក់ដោយប្រយោល បន្ទាប់ពីចុចលើតំណភ្ជាប់ក្លែងក្លាយទាំងនោះ។ [29]

ខ. ការបង្កប់កូដប្រភព

អ្នករំលោភម៉ាកអាចបង្កប់កូដរូបភាពផ្សេងទៀតនៅក្នុងគេហទំព័រផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេ ដោយឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ស្វែងរកម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរបស់នរណាម្នាក់ជាពាក្យគន្លឹះក្នុងម៉ាស៊ីនស្វែងរក ដើម្បីទទួលបានប្រាក់ចំណេញ ជាហេតុ ធ្វើឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់យល់ច្រឡំ និងស្ទាក់ចាប់ឱកាសអាជីវកម្មរបស់ម្ចាស់ម៉ាកយីហោ។[30]

គ. ក្លែងបន្លំម៉ាកដើម

ប្រើម៉ាកដែលដូចគ្នាបេះបិទ ឬស្រដៀងនឹងម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីលើទំនិញដូចគ្នា ឬស្រដៀងគ្នាគ្មានការអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាក ដើម្បីបំភាន់អ្នកប្រើប្រាស់ឱ្យគិតថា ទំនិញមានប្រភពមកពីម្ចាស់ម៉ាក ឬមានទំនាក់ទំនងជាក់លាក់ជាមួយម្ចាស់ម៉ាក។ ឧទាហរណ៍ អាជីវករដែលគ្មានសីលធម៌មួយចំនួនលក់សម្លៀកបំពាក់ កាបូបជាដើម តាមអ៊ីនធឺណេតក្លែងក្លាយ ដោយប្រើពាណិជ្ជសញ្ញា និងស្លាកសញ្ញាដែលស្រដៀងនឹងម៉ាកល្បីៗ។[31]

[28] Wang Jun, On the Limitations of Trademark Rights. Suzhou University,2011, p19

[29]អាចស្វែងរកបាន https://chambers.com/articles/ip-infringement-and-responsibilities-of-e-commerce-platforms

[30] អាចស្វែងរកបាន https://fastercapital.com/content/Brand-protection-and-trademark--The-Role-of-Trademarks-in-E-Commerce.html ចូលមើលថ្ងៃទី១៣ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៤

[31] Gua Wei Hua, Legal issues and countermeasures in the internet. Law Press,2001

ឃ. ការរំលោភលើម៉ាកនៅលើវេទិកាអនឡាញ

ប្រើម៉ាករបស់អ្នកដទៃក្នុងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មតាមអ៊ីនធឺណិតដោយគ្មានការអនុញ្ញាត ដើម្បីបំភាន់អ្នកប្រើប្រាស់។[32]

២.២. ធាតុផ្សំនៃការរំលោភម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

២.២.១. ការរំលោភបំពាន

វិធីពីរយ៉ាងនៃការបំពានម៉ាកនៅក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកៈ មួយគឺសកម្មភាពដោយផ្ទាល់ និងមួយទៀតគឺសកម្មភាពដោយប្រយោល។

សកម្មភាពដោយផ្ទាល់ គឺមានចេតនាដោយអ្នករំលោភម៉ាក សំដៅលើការប្រើម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរបស់អ្នកដ៏ទៃដោយគ្មានការអនុញ្ញាតជាមធ្យោបាយនៃការផ្សព្វផ្សាយផលិតផលរបស់ខ្លួន ។

សកម្មភាពដោយប្រយោល គឺ ផ្តោតលើសកម្មភាពរបស់វេទិកាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកមិនអើពើនឹងការរំលោភលើសិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាកនៅលើវេទិកានេះ។[33]

២.២.២. លទ្ធផលនៃការខូចខាត

សំដៅចំពោះ ការបាត់បង់ផលប្រយោជន៍ស្របច្បាប់របស់ម្ចាស់ម៉ាក ដែលបណ្តាលមកពីអំពើនៃការរំលោភលើម៉ាក និងការខូចខាតដល់ប្រជាប្រិយភាព និងភាពជឿជាក់របស់ម៉ាក ដោយប៉ះពាល់ដល់តម្លៃនៃទំនិញ ឬសេវាកម្មរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ។ ប្រតិបត្តិការក្នុងអ៊ីនធឺណិតមានលក្ខណៈធំទូលាយ ហើយប្រតិបត្តិកាមានទម្រង់ជាអេឡិចត្រូនិក ធ្វើឱ្យពិបាកក្នុងការកំណត់អត្តសញ្ញាណ។[34]

២.២.៣. ធាតុផ្សំអត្តនោម័ត

ភាគីដែលមានកំហុសនៅក្នុងច្បាប់ ទទួលបន្ទុកផ្នែកច្បាប់ឱ្យស្របតាមអំពើដែលបានប្រព្រឹត្ត ដែលបណ្តាលឱ្យមានការខាតបង់ដោយផ្ទាល់ ឬដោយប្រយោលដល់ម្ចាស់ម៉ាក ទាំងចេតនា និងការធ្វេសប្រហែសដោយផ្អែកតាមគោលការណ៍នៃការទទួលខុសត្រូវកំហុស ។ ធាតុផ្សំអត្តនោម័តគឺជាកត្តាសំខាន់ក្នុងការវាស់វែងថាតើភាគីដែលមានកំហុសត្រូវទទួលខុសត្រូវតាមផ្លូវច្បាប់ មានតែតាមរយៈការកំណត់ អាកប្បកិរិយារបស់ភាគីដែលមានកំហុសតែប៉ុណ្ណោះ ទើបយើងអាចធានាបាននៅក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក។

---

[32] អាចស្វែងរកបាន https://www.bing.com/search ចូលមើលថ្ងៃទី០៣ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៤

[33] Yang Zhen, Tort Liability Law, Law Press, 2010, p67

[34] Wen Yi, On the protection of unregistered well-known trademarks, South China University of Technology, 2012, p11

២.៣. ភស្តុតាងនៃការរំលោភលើម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

នៅពេលដែលម្ចាស់ម៉ាក រកឃើញថាម៉ាករបស់ខ្លួនត្រូវបានរំលោភលើវេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក គាត់គួរតែប្រមូលភស្តុតាងដែលពាក់ព័ន្ធជាមុនសិន។ ការប្រមូល និង ផ្តល់ជូននូវភស្តុតាងអំពីម៉ាករបស់ខ្លួនដូចជា ៖

ក. វិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីម៉ាកនិងអាជ្ញាប័ណ្ណប្រើប្រាស់ម្ចាស់ម៉ាកដែលជាភស្តុតាងចម្បងដើម្បីបញ្ជាក់អំពីសិទ្ធិផ្តាច់មុខ ។

ខ. ប្រសិនបើវាជាម៉ាកល្បី គួរតែផ្តល់នូវភស្តុតាងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ឬរូបភាពមួយចំនួនដែលបង្ហាញថាមានម៉ាកដែលមានប្រជាប្រិយភាពល្បីល្បាញ ។

គ. ការលក់ផលិតផលរបស់ម្ចាស់ម៉ាកដូចជា ប្រើប្រាស់ម៉ាកសម្រាប់អាជីវកម្ម ដើម្បីបញ្ជាក់ថាម៉ាករបស់គាត់ស្ថិតក្នុងការប្រើប្រាស់។[35]

ទាក់ទងនឹងការផ្តល់ភស្តុតាងនៃការរំលោភបំពាន ចាំបាច់ត្រូវផ្តល់នូវវត្ថុទំនិញដែលរំលោភបំពាន និង វិក្កយបត្រទិញទំនិញនោះ ។ ហើយភស្តុតាងសម្រាប់ការទាមទារសំណងចាំបាច់ត្រូវផ្តល់ដោយផ្អែកលើការគណនានៃការបំពាន ជាទូទៅមានទិដ្ឋភាពពីរ៖ (1) ភស្តុតាងអំពីផលប្រយោជន៍ក្នុងអំឡុងពេលនៃការរំលោភបំពានម៉ាករបស់ភាគីបំពាននោះ។ (2) ភស្តុតាងនៃការខូចខាតរបស់ម្ចាស់ម៉ាកក្នុងអំឡុងពេលនៃការរំលោភបំពាននោះ ។ ទោះបីជាយ៉ាងណាក៏ដោយ នៅក្នុងការអនុវត្តជាក់ស្តែង វាពិបាកសម្រាប់ម្ចាស់ម៉ាកក្នុងការទទួលបានភស្តុតាងទាំងអស់ ដើម្បីគណនាការខាតបង់របស់ពួកគេ ដូច្នេះបញ្ហាសំណងជាទូទៅត្រូវបានប៉ាន់ប្រមាណនិងវិនិច្ឆ័យដោយតុលាការ។ ការទទួលបានភស្តុតាងនៃការរំលោភលើម៉ាកអាចជួយម្ចាស់ម៉ាកស្តារឡើងវិញនូវសិទ្ធិរបស់ពួកគេឱ្យបានលឿនតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន ដូច្នេះម្ចាស់ម៉ាកគួរតែយកចិត្តទុកដាក់ និង សហការជាមួយនឹងអ្នកប្រើប្រាស់ដែលត្រូវបានរំលោភបំពាន ទាញយកភស្តុតាងដោយមានជំនួយពីអ្នកប្រើប្រាស់ដែលត្រូវបានបោកបញ្ឆោត ដើម្បីទទួលបានភស្តុតាងកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព។[36]

---

[35] អាចស្វែងរកបាន https://www.mondaq.com/india/trademark/1416438/e-commerce-and-trademark-protection ចូលមើលថ្ងៃទី១០ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៤

[36] Yang Yi. Legal countermeasures for the protection of enterprise trademark rights in the context of e-commerce. Journal of Changchun Institute of Technology, 2008, p14

២.៤. តួនាទីរបស់វេទិកាអ៊ីនធឺណេត Internet

ជាមួយនឹងការអភិវឌ្ឍន៍យ៉ាងឆាប់រហ័សនៃពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក វេទិកាអនឡាញបានក្លាយជាកន្លែងដ៏សំខាន់សម្រាប់ប្រតិបត្តិការទំនិញ ដែលបានលើកកម្ពស់យ៉ាងខ្លាំងនូវភាពរុងរឿងនៃសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ដំណើរការនេះក៏ត្រូវបានអមដោយបញ្ហាកាន់តែខ្លាំងឡើងក្នុងការរំលោភម៉ាក ដែលបង្កការគំរាមកំហែងយ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរដល់សិទ្ធិ និង ផលប្រយោជន៍ស្របច្បាប់របស់ម្ចាស់ម៉ាក។ ដូច្នេះវេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការការពារម៉ាក។

២.៤.១. ការគ្រប់គ្រងទិន្នន័យ

វេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ត្រូវបង្កើតប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងពេញលេញ ដើម្បីពិនិត្យផ្ទៀងផ្ទាត់អត្តសញ្ញាណរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ធានាថាជាម៉ាកស្របច្បាប់។[37] ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ វាជាការលំបាកក្នុងការកំណត់នូវចេតនា និងការធ្វេសប្រហែសរបស់វេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ដូច្នេះ ជាធម្មតា គឺ ជូនដំណឹង និង លុបចោលព័ត៌មាន។ វិធានការជូនដំណឹងនិងការលុប ធ្វើឡើង បន្ទាប់ពីវេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកទទួលបានការជូនដំណឹងអំពីការរំលោភបំពាន និងចាត់វិធានការដែលត្រូវគ្នានោះ ដូចជាការដកព័ត៌មានរបស់អ្នកបំពានម៉ាកជាបន្ទាន់។ វេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក អាចលើកលែងពីការទទួលខុសត្រូវ ឬសំណង ខណៈបើវេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកនៅតែមិនចាត់វិធានការបន្ទាប់ពីបានទទួលដំណឹងអំពី ការរំលោភលើម៉ាក់ជាក់លាក់នោះ វាអាចត្រូវបានកំណត់ថាវេទិកានេះមានចេតនាបំពានលើម៉ាកដូចក្នាដែរ។[38]

២.៤.២. ការសហការជាមួយនាយកដ្ឋានដែលពាក់ព័ន្ធ

ការសហការរវាងវេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក និងនាយកដ្ឋានពាក់ព័ន្ធក្នុងការការពារពាណិជ្ជសញ្ញាដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់សម្រាបពង្រឹងការការពារម៉ាកនិងធានាឱ្យមានការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ ទំនួលខុសត្រូវរបស់វេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកដោយសហការជាមួយនាយកដ្ឋានពាក់ព័ន្ធមានដូចជា៖

ក. ការត្រួតពិនិត្យផ្នែកច្បាប់៖ វេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកគួរតែបង្កើតទំនាក់ទំនងជិតស្និទ្ធជាមួយនាយកដ្ឋានពាក់ព័ន្ធ ដូចជានាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ក្រសួងព័ត៌មានជាដើម ដោយអនុលោមគោរពតាមច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិពាក់ព័ន្ធក្នុងការការពារម៉ាក ផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាល និងការណែនាំ

---

37 Wang Jiangmin， Research on indirect infringement liability for trademark infringement in the network environment， Donghua University of Political Science and Law, 2012，p19

38 Liu Xiaoliang, Research on the liability for indirect infringement of online trademarks, Jinan University, 2013,p24

អំពីការការពារម៉ាក ដល់វេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ដើម្បីជួយវេទិកាពង្រឹងការត្រួតពិនិត្យម៉ាកយីហោ និង សមត្ថភាពត្រួតពិនិត្យការរំលោភបំពាន និងកែលម្អកម្រិតការពារទាំងមូល ។

ខ. ជំនួយដាក់សំណុំរឿង៖ នៅពេលដែលករណីធ្ងន់ធ្ងរនៃការរំលោភលើម៉ាក ត្រូវបានរកឃើញ វេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកអាចសហការជាមួយនាយកដ្ឋានពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីផ្តល់ភស្តុតាង និងជួយក្នុងការដាក់សំណុំរឿង និងជំរុញការស៊ើបអង្កេត និងការដាក់ទណ្ឌកម្មលើការរំលោភបំពាន។

គ. ការផ្សព្វផ្សាយ៖ វេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក និងនាយកដ្ឋានពាក់ព័ន្ធអាចរួមគ្នាអនុវត្តសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយការការពារម៉ាក ដើម្បី បង្កើនការយកចិត្តទុកដាក់និងការយល់ដឹងរបស់សាធារណជនអំពីការការពារម៉ាក និង លើកកម្ពស់ការផ្សព្វផ្សាយការយល់ដឹងអំពីការការពារម៉ាក។[39]

[39] Qin Lili, Judicial determination of infringement aided by online trading platform operators, People's Court Daily, 2012, p6

ជំពូកទី៣

យន្តការការពារម៉ាកក្នុងពាណិជ្ជកម្មប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

យន្តការការពារម៉ាក គឺជាយន្តការដ៏មានសារៈសំខាន់សម្រាប់ការពាររាល់ផលប្រយោជន៍ទាំងឡាយរបស់ម្ចាស់ម៉ាកនៅពេលមានការរំលោភបំពានណាមួយកើតឡើង ដែលបច្ចុប្បន្នយើងតែងឃើញកើតមាន ឡើងតាមវេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកជាដើម។ ម៉ាកមួយអាចទទួលបាននូវការចុះបញ្ជីបាន លុះត្រាម៉ាកនោះ បានបំពេញតាមលក្ខខណ្ឌនៃច្បាប់ និងគោរពតាមគោលការណ៍ណែនាំរបស់មន្រ្តីកាន់កាប់បញ្ជីជាមុនសិន។ ការចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវឆ្លងកាត់នូវដំណើរការនីតិវិធីជាច្រើន ដូចជាត្រូវឆ្លងកាត់ដំណើរការបឋមក្នុងការត្រួតពិនិត្យនិងការពិនិត្យបែបបទ ដើម្បីទទួលបាននូវកាលបរិច្ឆេទនៃការដាក់ពាក្យសុំ និងលេខដាក់ពាក្យសុំ ឆ្លងកាត់ការជំនះលើការបដិសេធប្រសិនបើពាក្យសុំ មិនបានបំពេញគ្រប់តម្រូវការនៃលក្ខខណ្ឌច្បាប់ជាដើម។

៣.១. ការចុះបញ្ជីម៉ាក

ម្ចាស់ម៉ាកត្រូវបំពេញ តាមលក្ខខណ្ឌក្នុងការស្នើសុំបញ្ជីម៉ាកដែលបានកំណត់ដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ ជាមួយគ្នាផងដែរ នីតិវិធីក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវតែអនុលោមតាមច្បាប់ស្តីពីម៉ាកពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ក៏ ដូចជាអនុក្រឹត្យស្តីអំពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។

៣.១.១. ម៉ាកដែលមិនអាចចុះបញ្ជីបាន

ក. ម៉ាកដែលមិនអាចសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញឬសេវា របស់សហគ្រាសមួយ ទៅនឹងសហគ្រាសមួយផ្សេងទៀត។

ខ. ម៉ាកដែលបណ្តាលឱ្យប៉ះពាល់ដល់សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ សីលធម៌ ឬប្រពៃណីល្អរបស់ជាតិ។

គ. ម៉ាកដែលនាំឱ្យសាធារណជនឬមជ្ឈដ្ឋានពាណិជ្ជកម្មភាន់ច្រឡំទៅនឹងប្រភពភូមិសាស្តទំនិញឬសេវាពាក់ព័ន្ធ ឬធាតុដើមឬលក្ខណៈខាងក្រៅរបស់ទំនិញឬសេវានោះ។

ឃ. ម៉ាកដែលដូចគ្នានឹង/ឬត្រាប់តាម ឬមានចំណុចណាមួយដូច សញ្ញាជាតិ ទង់ជាតិ និង និមិត្តរូបផ្សេងៗ ឈ្មោះឬឈ្មោះសង្ខេប ឬអក្សរកាត់ ឬ សញ្ញា ឬ ត្រាជាផ្លូវការ ដែលអនុម័ត ដោយរដ្ឋណាមួយ អង្គការអន្តរដ្ឋាភិបាល ឬអង្គការដែលបង្កើតដោយអនុសញ្ញាអន្តរជាតិមួយលើកលែងតែមានការអនុញ្ញាតពីអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច នៃរដ្ឋនោះឬអង្គការនោះ។

ង. ម៉ាកដែលដូចគ្នាឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នាដែលនាំឱ្យច្រឡំនឹងម៉ាក ឬ ពាណិជ្ជនាមមួយដែលល្បីក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ឬបង្កើតពីការបកប្រែនៃម៉ាក ឬពាណិជ្ជនាមដែលល្បីនោះសម្រាប់ទំនិញ ឬ សេវាដូចគ្នា ឬ ប្រហាក់ប្រហែលគ្នានៃសហគ្រាសមួយទៀត។

ច. ម៉ាកដែលដូចគ្នាឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នាដែលនាំឱ្យច្រឡំនឹងម៉ាក ឬពាណិជ្ជនាមមួយដែលល្បី ឬបង្កើតពីការបកប្រែនៃម៉ាក ឬពាណិជ្ជនាមដែលល្បីនោះ ហើយដែលបានចុះបញ្ជីនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាសម្រាប់ទំនិញ ឬសេវាដែលមិនដូចគ្នា ឬមិនប្រហាក់ប្រហែលគ្នា ដោយការប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះ ធ្វើឱ្យខូចខាតប្រយោជន៍របស់ម្ចាស់ម៉ាកល្បី។

ឆ. ម៉ាកដែលដូច ឬស្ទើរតែដូចគ្នាទាំងស្រុងទៅនឹងម៉ាកដែលជាកម្មសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកផ្សេងដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ ឬបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីមុន ឬបានទទួលអាទិភាពចុះបញ្ជីមុន នៅឯបរទេស ចំពោះទំនិញ ឬសេវាដូចគ្នា ឬ ទំនិញ ឬសេវាដែលពាក់ព័ន្ធគ្នាយ៉ាងជិតស្និទ្ធ។[40]

៣.១.២. សិទ្ធរបស់ម្ចាស់ម៉ាក

សិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកដែលមានលើម៉ាក អាចត្រូវបានកំណត់អត្ថន័យឱ្យតាមរបៀបពីរយ៉ាង ម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធិផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះដោយខ្លួនឯងផ្ទាល់ និងសិទ្ធិទទួលបានការការពារម៉ាករបស់ខ្លួន។ សិទ្ធិផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាកត្រូវទទួលស្គាល់តាមរយៈការចុះបញ្ជីដោយអនុលោមតាមបទប្បញ្ញត្តិទាំងឡាយនៃច្បាប់នេះ។[41] នៅក្នុងន័យនេះ យើងអាចកំណត់សម្គាល់បានថា ប្រភពផ្ទាល់នៃសិទ្ធិផ្តាច់មុខលើម៉ាក គឺត្រូវតែកើតចេញមកពីការចុះបញ្ជី ដែលទទួលបានការការពារស្របច្បាប់នៅកម្ពុជាក្នុងរយៈកំណត់ដោយច្បាប់។

៣.១.២.១. សិទ្ធផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់

សិទ្ធិផ្តាច់មុខដែលបានមកពីការចុះបញ្ជី យោងតាមអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសដែលកម្ពុជាបានចូលជាសមាជិកតាំងពីឆ្នាំ ១៩៩៨ ជាបញ្ញត្តិអន្តរជាតិមួយដែលការពារកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម ក្នុងនោះមានប្រការមួយចំនួន ដែលចែងអំពីការផ្តល់សិទ្ធិសេដ្ឋកិច្ច សិទ្ធិប្តឹងទៅតុលាការប្រឆាំងទល់នឹងជនណាម្នាក់ដែលរំលោភបំពាន ឬប្រើប្រាស់ម៉ាករបស់ខ្លួនដោយពុំមានការអនុញ្ញាត។[42]

មិនតែប៉ុណ្ណោះសិទ្ធិនេះត្រូវទទួលស្គាល់ដោយច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ថែមទៀតផង។ មាត្រា ១១ ចំណុច ក នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែង

---

[40] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៤

[41] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ឆ្នាំ ២០០២, មាត្រា៣

[42] អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស ស្តីពីកិច្ចការពាកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម ចុះថ្ងៃទី២០ ខែមីនា ឆ្នាំ១៨៨៣

មិនស្មោះត្រង់នេះចែងថា ចំពោះម៉ាកដែលទាក់ទងនឹងទំនិញ ឬសេវាដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ ការប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះដោយជនណាមួយក្រៅពីម្ចាស់ដើមត្រូវមានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ដើមជាមុនសិន។ [43] ការបកស្រាយមាត្រានេះ អាចឱ្យយើងយល់បានថាច្បាប់នេះព្រមទទួលស្គាល់ និងធានាសិទ្ធិប្រើប្រាស់ម៉ាកឱ្យតែចំពោះម្ចាស់ម៉ាកណាតែម្នាក់ឯងគត់ ដែលជាអ្នកបានចុះបញ្ជីម៉ាកទើបច្បាប់នេះចាំបាច់ត្រូវតែមានការយល់ព្រមជាមុនពីម្ចាស់ម៉ាកដើមជាដាច់ខាត ពោលគឺនៅក្រៅក្រោមរូបភាពជាការអនុញ្ញាតឱ្យតតិយជនអនុវត្តសិទ្ធិឲ្យជំនួសខ្លួន។ ដូចនេះយើងនឹងសិក្សាអំពីសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាកដែលសាមីខ្លួនបានចុះបញ្ជី និងអំពីសិទ្ធិដែលម្ចាស់ម៉ាកអនុញ្ញាតឱ្យតតិយជនប្រើប្រាស់ម៉ាកជំនួសខ្លួន។

ដូច្នេះ ម្ចាស់ម៉ាកមួយ គឺមានតែសិទ្ធិបេតិកភណ្ឌលើម៉ាកនោះតែប៉ុណ្ណោះ ដែលសិទ្ធិបេតិកភណ្ឌនេះហើយគឺជាសិទ្ធិអនុញ្ញាតឱ្យម្ចាស់ម៉ាកនោះអាចប្រើប្រាស់ម៉ាកខ្លួនដើម្បីសម្គាល់នូវទំនិញ ឬ សេវារបស់ខ្លួននេះឯង។ ម្ចាស់ម៉ាក មានសិទ្ធិពេញលេញក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាករបស់ខ្លួនក្នុងគោលដៅអាជីវកម្ម ហើយរាល់ការផ្ទេរសិទ្ធិទៅអោយតតិយជន ឬការផ្ទេរផ្សេងៗម្ចាស់ម៉ាកអាចធ្វើទៅបានតាមឆន្ទៈរបស់ខ្លួន។[44]

៣.១.២.២. សិទ្ធិទទួលនូវការការពារ

ផលប្រយោជន៍នៃការទទួលបានសិទ្ធិ តាមរយៈការចុះបញ្ជីម៉ាកនេះ គឺជាការទទួលស្គាល់ និងផ្តល់កិច្ចការពារដល់ម្ចាស់ម៉ាកក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះលើទំនិញ ឬសេវារបស់ខ្លួន។ សិទ្ធិទាំងអស់ដែលម្ចាស់ម៉ាកទទួលបានច្បាប់នេះនឹងត្រូវបានផ្តល់ចំពោះម្ចាស់ម៉ាកតែម្នាក់គត់ ហើយបុគ្គលដទៃទៀតដែលមិនមែនជាម្ចាស់ម៉ាកពុំអាចទៅបំពានសិទ្ធិទាំងអស់នេះតាមរយៈការប្រើប្រាស់ម៉ាកដែលខ្លួនគ្មានសិទ្ធិនោះបានឡើយ។

ដូច្នេះសិទ្ធិប្រើប្រាស់ម៉ាកដោយម្ចាស់ម៉ាកខ្លួនឯងផ្ទាល់នេះ ក៏បានបង្កប់ផងដែរនូវចរិកលក្ខណៈជាសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិ និងក៏អាចប្រើប្រាស់បាននៅក្នុងរបៀបមួយផ្តាច់មុខតែឯងនៅលើទឹកដីនៃរដ្ឋដែលទទួលយល់ព្រមចុះបញ្ជីម៉ាកនោះឱ្យផងដែរ។ ប៉ុន្តែភាពផ្តាច់មុខនេះសោត គឺនឹងត្រូវទទួលស្គាល់តែកម្រិតនៃព្រំដែនមួយជាក់លាក់ប៉ុណ្ណោះ។ ចំពោះសុពលភាពក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាក និងការចុះបញ្ជីសាជាថ្មី ត្រូវបានកំណត់តាមលក្ខខណ្ឌដូចខាងក្រោម :

ក- ដែលបានចុះបញ្ជីហើយ មានសុពលភាព ១០ (ដប់) ឆ្នាំ ចាប់ពីកាលបរិច្ឆេទនៃការទទួលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី

---

[43] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា១១

[44] នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, តន យឿន និង អ៊ុក វណ្ណារ័ត្ន, បោះពុម្ពលើទី១ ឆ្នាំ ២០១៣, ទំព័រ៨៦

ខ- តាមការស្នើសុំ ការចុះបញ្ជីម៉ាកមួយ អាចធ្វើឡើងសាជាថ្មីសំរាប់រយៈពេល ១០ (ដប់) ឆ្នាំម្តងជាបន្តបន្ទាប់ ក្នុងលក្ខខណ្ឌដែលម្ចាស់ដើមបង់អាករចុះបញ្ជីជាថ្មីតាមការកំណត់ ។

គ- ក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីសាជាថ្មីនូវម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ មុនពេលដែលច្បាប់នេះចូលជាធរមាន អ្នកស្នើសុំត្រូវបញ្ជាក់ឱ្យបានច្បាស់នូវ ប្រភេទទំនិញ ឬសេវាដែលចង់បានការការពារ ដោយផ្អែកតាមចំណាត់ថ្នាក់អន្តរជាតិ ។

ឃ- ការអនុគ្រោះចំពោះការយឺតយ៉ាវក្នុងការចុះបញ្ជីសាជាថ្មីត្រូវបានអនុញ្ញាតត្រឹមតែរយៈពេល ៦ខែ ។[45]

៣.២ នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក

គ្រប់ការចុះបញ្ជីម៉ាកជាតិទាំងអស់ត្រូវតែអនុវត្តតាមបញ្ញត្តិច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ និងអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ និងលិខិតបទដ្ឋាននានាដែលពាក់ព័ន្ធទៅនឹងការចុះបញ្ជីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ ហើយការចុះបញ្ជីម៉ាកនៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាមានរយៈពេល០៦ ទៅ០៩ខែ ឬលើសពីរយៈពេលនេះ ក្នុងករណីមានភាគីទីបីទំនាស់ ឬការទទួលពាក្យមានការកើនឡើងច្រើន ឬការកែតម្រូវពាក្យស្នើសុំរបស់អ្នកដាក់ពាក្យ។ ការចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវធ្វើឡើងតាមរយៈពីរលក្ខខណ្ឌគឺ លក្ខខណ្ឌគ្រឹះ និងលក្ខខណ្ឌទម្រង់។

៣.២.១. ការដាក់ពាក្យស្នើសុំ

ម្ចាស់ម៉ាកគឺជាអ្នកដែលមានសិទ្ធិក្នុងការដាក់ឈ្មោះម៉ាកសម្គាល់ទំនិញ ឬសេវាណាដែលម្ចាស់ម៉ាកមានបំណងយកទៅចុះបញ្ជី ដោយធ្វើទៅតាមគោលការណ៍ដែលច្បាប់បានកំណត់ដោយគិតទាំងសម្លេងអាន និងអត្ថន័យ ។

៣.២.១.១. ពាក្យស្នើសុំ

ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវធ្វើឡើងតាមគំរូពាក្យស្នើសុំលេខ_TM00១(ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក)។ គំរូពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីអាចស្វែងរកបាននៅ នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃក្រសួង ពាណិជ្ជកម្ម ឬ អាចថតចម្លងតាមគេហទំព័ររបស់នាយកដ្ឋាន។

ការចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវមាន៖[46]

---

[45] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា១២

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

- គំរូម៉ាកដែលត្រូវចុះបញ្ជី
- លេខដាក់ពាក្យ និងលេខចុះបញ្ជី
- ឈ្មោះ និងអាសយដ្ឋានរបស់ម្ចាស់ម៉ាកដែលស្នើសុំចុះបញ្ជី
- ឈ្មោះ និងអាសយដ្ឋានរបស់ភ្នាក់ងារតំណាង (ប្រសិនបើមាន)
- កាលបរិច្ឆេទនៃការដាក់ពាក្យ និងកាលបរិច្ឆេទនៃការចុះបញ្ជី
- ប្រសិនបើសិទ្ធិអាទិភាពត្រូវបានទាមទារ ហើយការទាមទារសិទ្ធនោះត្រូវបានយល់ព្រមត្រូវបញ្ជាក់ឈ្មោះរដ្ឋ ឬ ប្រទេស និងលេខដាក់ពាក្យដែលស្នើសុំលើកដំបូង
- ចំណាត់ថ្នាក់ និងទំនិញ ឬសេវាដែលជាកម្មវត្ថុនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក ដោយមានបញ្ជាក់អំពីចំណាត់ថ្នាក់នៃទំនិញឬសេវានោះស្របតាមចំណាត់ថ្នាក់អន្តរជាតិ។[47]

៣.២.១.២. គម្រូម៉ាក

ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ត្រូវភ្ជាប់មកជាមួយនូវគំរូម៉ាកក្រោមរូបភាពជាគំនូសក្រាហ្វិកច្បាស់ និងមិនលុបដែលមានមិនលើសពី ៨សង់ទីម៉ែត្រ គុណនឹង ៨សង់ទីម៉ែត្រទេ។ ចំពោះគ្រប់ពាក្យស្នើសុំទាំងអស់ត្រូវភ្ជាប់គំរូម៉ាកចំនួន ១៥បន្ថែម ទាំងនេះចាំបាច់ត្រូវដូចគ្នាបេះបិទ។ គំរូម៉ាកដែលភ្ជាប់មកជាមួយត្រូវតែបង្ហាញច្បាស់លាស់នូវគំរូគ្រប់លក្ខណៈលម្អិតរបស់ម៉ាក ហើយ អាចត្រូវឱ្យគេធ្វើការចម្លងបានច្បាស់លាស់ពីភាពត្រឹមត្រូវនៃគំរូនេះទៀតផង។ ប្រសិនបើមានភាពខ្វះខាតមិនទាន់ពេញលក្ខណៈត្រឹមត្រូវ ការិយាល័យចុះបញ្ជីម៉ាកអាចធ្វើការស្នើសុំគំរូម៉ាកនោះបន្ថែមទៀត សូមធ្វើការកត់សម្គាល់ថា ប្រសិនបើការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវធ្វើឡើងចំពោះចំណាត់ថ្នាក់លើសពីមួយថ្នាក់ នោះគេត្រូវដាក់ជូនបន្ថែមគំរូម៉ាកចំនួន ១៥ ទៀតសម្រាប់ចំណាត់ថ្នាក់នីមួយៗ។

៣.២.១.៣. ភាសាប្រើប្រាស់ក្នុងឯកសារដាក់ពាក្យសុំ

សម្លេងអាន និងការបកប្រែអត្ថន័យរបស់ម៉ាក តាមការតម្រូវរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ក្នុងករណីដែលម៉ាកមួយ មានពាក្យមួយព្យាង្គ ឬច្រើនព្យាង្គជាអក្សរក្រៅពីអក្សរខ្មែរ ឬអក្សររ៉ូម៉ាំង។ ការបំពេញពាក្យស្នើសុំតាមគំរូត្រូវផ្តល់នូវគំរូម៉ាកបន្ថែម ភ្ជាប់មកជាមួយផងដែរនូវ ការសរសេរ សម្លេងអាន និងការបកប្រែអត្ថន័យរបស់ម៉ាកនោះឲ្យបានពេញលេញតាមពាក្យមួយ ព្យាង្គដោយបញ្ជាក់នូវភាសា ដែលពាក្យនីមួយៗនោះត្រូវបានគេប្រើ។[48]

---

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

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

៣.២.១.៤. កម្រៃនៃការចុះបញ្ជី

កម្រៃដែលពាក់ព័ន្ធទៅនឹងការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវបានកំណត់នៅក្នុងប្រកាសអន្តរក្រសួងស្តីពីកម្រៃរដ្ឋបាលក្នុងការចុះបញ្ជី និងកម្រៃរដ្ឋបាលពាក់ព័ន្ធនានា។[49]

៣.២.១. ការត្រួតពិនិត្យ និង ការសម្រេចលើពាក្យស្នើសុំ

៣.២.១.១. ការត្រួតពិនិត្យបែបបទ

នៅពេលទទួលបានពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក នាយកដ្ឋាននិងពិនិត្យមើលរាល់ឯកសារទាំងអស់ដើម្បីធានាអោយប្រាកដថា អ្នកស្នើសុំបានបំពេញតាមតម្រូវការនៃការដាក់ពាក្យ។

មន្ត្រីដែលទទួលភារកិច្ចពិនិត្យបែបបទត្រូវ ៖[50]

- ពិនិត្យមើលថាតើឯកសារទាំងអស់មានកាលបរិច្ឆេទទទួលពាក្យស្នើសុំរួចហើយឬនៅ
- បញ្ជាក់ថាពាក្យស្នើសុំនេះប្រើសំរាប់ម៉ាកចំនួនមួយតែប៉ុណ្ណោះ
- ពិនិត្យមើលថា តើអ្នកស្នើសុំបានបំពេញតាមតម្រូវការអប្បបរមានៃការដាក់ពាក្យហើយឬនៅ
- ផ្តល់កាលបរិច្ឆេទនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំជាកាលបរិច្ឆេទនៃការទទួលបាននូវរាល់តម្រូវការអប្បបរមាទាំងអស់
- ពិនិត្យមើលថាតើតម្រូវការផ្សេងទៀតដែលបន្ថែមទៅលើតម្រូវការអប្បបរមានៃការដាក់ពាក្យត្រូវបានបកប្រែហើយឬនៅ ប្រសិនបើអ្នកស្នើសុំទាមទារសិទ្ធិអាទិភាពដោយសំអាងទៅលើពាក្យស្នើសុំមុននៅបរទេស ចូលពិនិត្យមើលថាតើគេបានផ្តល់សេចក្តីលម្អិតទាំងអស់នៃសិទ្ធិអាទិភាពហើយឬនៅ
- ពិនិត្យថា តើចំណាត់ថ្នាក់នៃទំនិញ ឬសេវាស្របតាមតម្រូវការចំណាត់ថ្នាក់ហើយឬនៅ។

បញ្ជីពិនិត្យបែបបទរួមមាន ៖

- ឈ្មោះនិងអាសយដ្ឋានរបស់អ្នកស្នើសុំដោយបញ្ជាក់នូវលេខទូរស័ព្ទ និងសារអេឡិចត្រូនិច(Email)
- ពាក្យស្នើសុំមួយសម្រាប់ម៉ាកមួយប៉ុណ្ណោះ
- ឈ្មោះ និងអាសយដ្ឋានទំនាក់ទំនងនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដោយបញ្ជាក់នូវលេខទូរស័ព្ទ ទូរសារ និងសារអេឡិចត្រូនិច (Email)
- គំរូម៉ាក់ចំនួន ១៥ សម្រាប់ជំពូកនីមួយៗ
- យថាប្រភេទនៃទំនិញ ឬសេវា

[49] ប្រកាសអន្តរក្រសួងស្តីពីកម្រៃរដ្ឋបាលក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាក និងកម្រៃរដ្ឋបាលពាក់ព័ន្ធនានា, ០៨ មិថុនា ២០០៧

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

- កម្រៃដាក់ពាក្យសំរាប់ជំពូកទំនិញ និងសេវានីមួយៗ
- លិខិតប្រគល់សិទ្ធិ ឬ លិខិតប្រគល់សិទ្ធិបន្ត
- ការបកប្រែពាក្យជាភាសាបរទេស
- សេចក្តីលម្អិតរបស់អនុសញ្ញាអន្តរជាតិដែលពាក់ព័ន្ធ ប្រសិនបើត្រូវយកមកអនុវត្ត។

រាល់ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក គឺមិនសុទ្ធតែអាចទទួលបាននូវការចុះបញ្ជីនោះទេគឺ អាចមានការបដិសេធពីមន្ត្រីពិនិត្យដោយការចេញរបាយការណ៍ ក៏ប៉ុន្តែអ្នកដាក់ពាក្យអាចជំនះនូវការបដិសេធនោះបាន ប្រសិន បើអ្នកចុះបញ្ជីចង់ទទួលបានការចុះបញ្ជីដោយបង្ហាញនូវអំណះអំណាង និងភស្តុតាងនានាជូនដល់មន្ត្រីត្រួតពិនិត្យ។

៣.២.១.២. ការឆ្លើយតប

ការត្រួតពិនិត្យនេះត្រូវតែបង្ហាញអំពីរយៈពេលច្បាស់លាស់ ដើម្បីអោយអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំធ្វើការឆ្លើយតបទៅនឹងរបាយការណ៍របស់មន្ត្រីត្រួតពិនិត្យ។ បន្ទាប់ពីរបាយការណ៍ដំបូងត្រូវបានធ្វើឡើងក្នុងរយៈពេល៤៥ថ្ងៃ ត្រូវបានផ្តល់អោយអ្នកដាក់ពាក្យសុំដើម្បីធ្វើការឆ្លើយតបទៅនឹងរបាយការណ៍ដំបូងនោះហើយយកពាក្យស្នើសុំនោះមកចុះបញ្ជីឡើងវិញ។ ប្រសិនបើគ្មានការឆ្លើយតបនៅក្នុងរយៈពេលដែលផ្តល់អោយនោះទេ ពាក្យស្នើសុំនោះនឹងត្រូវចាត់ទុកជាអសារបង់ ប៉ុន្តែប្រសិនបើអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចង់បាននៅការពន្យាពេលនូវការឆ្លើយតបទៅនឹងរបាយការណ៍ នោះអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំអាចធ្វើការស្នើសុំពន្យាពេលបានដោយដាក់ពាក្យស្នើសុំជាលាយលក្ខណ៍អក្សរទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។ [51]

៣.២.១.៣. ការសម្រេចលើពាក្យស្នើសុំ

ដោយផ្អែកលើមូលដ្ឋាននៃការត្រួតពិនិត្យប្រធាននាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្មដែលជាមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនឹងត្រូវធ្វើការសម្រេចសេចក្តីថាត្រូវបដិសេធការចុះបញ្ជីឬក៏យល់ព្រមលើពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី។

ក. ការបដិសេធចំពោះការចុះបញ្ជី

ការជំទាស់ចំពោះការចុះបញ្ជីម៉ាក អាចបណ្តាលឲ្យម៉ាកមួយគ្មានអានុភាព ឬ ត្រូវផ្អាកសកម្មភាពមួយរយៈ។ មានកត្តាច្រើនដែលអាចធ្វើឲ្យម៉ាកមិនអាចចុះបញ្ជីបានដូចជា ម៉ាកដែលបានហាមឃាត់ដោយ មាត្រា ៤ ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ដែលជាដើមហេតុនាំឲ្យមានការជំទាស់ទៅនឹងការចុះបញ្ជីម៉ាកពីសំណាក់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។[52]

---

[51] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២ , មាត្រា៥៦

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

ខ. ការយល់ព្រមចុះបញ្ជីម៉ាក

កាលបើមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីពិនិត្យឃើញថាពាក្យស្នើសុំបានបំពេញត្រឹមត្រូវនូវរាល់លក្ខខណ្ឌតម្រូវនានាដោយច្បាប់ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវធ្វើការចុះបញ្ជីម៉ាកនិងចេញវិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីជូនដល់អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ រួចត្រូវធ្វើការចុះផ្សាយនៅក្នុងព្រឹត្តិប័ត្រផ្លូវការរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មស្តីពីការចុះបញ្ជីម៉ាកថ្មីនេះ។[53]

ខ.១. ការចេញវិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីម៉ាក

វិញ្ញាបនបត្រនៃការចុះបញ្ជីមានពីរប្រភេទគឺ វិញ្ញាបនបត្រមានលក្ខខណ្ឌ និង វិញ្ញាបនបត្រធម្មតា។ វិញ្ញាបនបត្រធម្មតា គឺម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធិពេញលេញក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាកស្របច្បាប់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។បើម្ចាស់ម៉ាកបានទទួលវិញ្ញាបនបត្រនេះ ម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធិប្រើប្រាស់សេវាគ្រប់ទីកន្លែងដោយមិនមានការកម្រិតសិទ្ធិនោះទេ។ រីឯវិញ្ញាបនបត្រមានលក្ខខណ្ឌ មានន័យថា ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីការពារនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាយើង គឺមានការអនុញ្ញាតប្រើប្រាស់ក្នុងលក្ខខណ្ឌកំណត់មួយចំនួនដែលមានព្រំដែនកំណត់នៃម៉ាក។ វិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីម៉ាកនឹងចេញដោយនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា បន្ទាប់ពីការត្រួតពិនិត្យលើពាក្យស្នើសុំហើយនឹងត្រូវបានបោះផ្សាយជាសាធារណៈនៅក្នុងព្រឹត្តិប័ត្រចុះបញ្ជីម៉ាកប្រចាំខែរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។

ខ.២. ការផ្សព្វផ្សាយជាសាធារណៈ

គ្រប់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីនៅនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា នឹងត្រូវធ្វើការផ្សព្វផ្សាយនៅក្នុងព្រឹត្តិប័ត្រប្រចាំខែរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម គោលបំណងនៃការផ្សព្វផ្សាយនេះ គឺដើម្បីជូនដំណឹងដល់សាធារណៈជន ឬបុគ្គលដែលពាក់ព័ន្ធអំពីវត្តមាននៃការចុះបញ្ជីម៉ាកនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ តែនៅក្នុងករណីដែលម្ចាស់ម៉ាកបានចុះបញ្ជីរួច ឬបុគ្គលពាក់ព័ន្ធនោះបានយល់ឃើញថាមានលក្ខណៈភ័ន្តច្រឡំជាមួយនឹងម៉ាករបស់ខ្លួន បុគ្គលនោះអាចធ្វើពាក្យបណ្តឹងសុំលុបម៉ាកនោះចេញពីបញ្ជីម៉ាកផងដែរ។

ខ.៣. បណ្តឹងជំទាស់លើម៉ាក

បណ្តឹងជំទាស់នឹងសេចក្តីសម្រេចចុះបញ្ជី អាចនឹងត្រូវបានធ្វើឡើងដោយតតិយជនដើម្បីប្រឆាំងជំទាស់នឹងការចុះបញ្ជីម៉ាកនេះ។ នីតិវិធីនៃការធ្វើបណ្តឹងប្រភេទនេះ គឺត្រូវធ្វើឡើងចំពោះមុខមន្ត្រីចុះបញ្ជីផ្ទាល់ ពុំមែនធ្វើទៅតុលាការមានសមត្ថកិច្ចនោះទេ ដោយជួយសម្រួលដល់ការស្រាវជ្រាវ និងត្រួតពិនិត្យលម្អិតនៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។ និងបង្កើតនូវអាជ្ញាយុកាល ៩០ ថ្ងៃ បន្ទាប់ពីបានចុះផ្សាយ នៅក្នុងព្រឹត្តិប័ត្រផ្លូវការរបស់ក្រសួងមក សម្រាប់បើកលទ្ធភាពឲ្យដល់បណ្តឹងជំទាស់នឹងការចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ជន

[53] អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ១២ កក្កដា ២០០៦, មាត្រា១៨ កថាខណ្ឌទី១

ទាំងឡាយណាដែលមានការពាក់ព័ន្ធផលប្រយោជន៍ក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាកនេះ។ រយៈពេលកំណត់ ៩០ ថ្ងៃនេះការចុះបញ្ជីម៉ាកនឹងត្រូវបានចាត់ទុកថាមានសុពលភាព ហើយបណ្ដឹងជំទាស់ណាមួយដើម្បីប្រឆាំងទៅនឹងម៉ាកដែលមានសុពលភាពនេះគឺត្រូវតែជាបណ្ដឹងសុំមោឃភាពម៉ាកនោះចោលតែប៉ុណ្ណោះ។[54]

ក្នុងរយៈពេលកំណត់ ៩០ ថ្ងៃនេះដែរ កាលបើមានបណ្ដឹងជំទាស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវបញ្ជូនជាបន្ទាន់នូវសេចក្ដីជូនដំណឹងនេះទៅអ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជី ដើម្បីឲ្យអ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីធ្វើបញ្ជាក់នូវមូលដ្ឋានបង្អែកនៃការចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ខ្លួន។ អវត្តមាននៃការឆ្លើយតបរបស់អ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីត្រូវចាត់ទុកថាបានបោះបង់ការចុះបញ្ជីរបស់ខ្លួនចោលទៅវិញផងដែរ។

ដោយឡែកនៅក្នុងករណីដែលអ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជី បានបញ្ជាក់មូលដ្ឋានស្របច្បាប់របស់ខ្លួនក្នុងការចុះបញ្ជីនេះ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវផ្ដល់ឲ្យមាននូវសវនាការមួយដើម្បីបានស្ដាប់ភាគីទាំងសងខាងធ្វើការតវ៉ានោះ។ ក្នុងករណីនេះតួនាទីរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី គឺពុំមែនជាអ្នកសម្របសម្រួលនោះទេ ប៉ុន្តែគឺជាអ្នកមានសិទ្ធិសម្រេចតែម្ដងថាតើត្រូវរក្សាការចុះបញ្ជីម៉ាកនេះ ឬក៏ត្រូវបដិសេធការចុះបញ្ជីនោះចោល។

[54] នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញាកម្ពុជា,កាន់ សុទ្ធប៉ូលីន, បោះពុម្ពលើកទី២ ឆ្នាំ២០១៤, ទំព័រ ១៤៣

ជំពូកទី៤
វិធានការដោះស្រាយការរំលោភម៉ាក

ក្នុងបរិបទថ្មីនៃការរំលោភលើម៉ាក បានភ្ជាប់ជាមួយការអភិវឌ្ឍនៃពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ក្រោមភាពស្មុគស្មាញនិងមិនច្បាស់លាស់នៃបណ្តាញអ៊ីនធឺណេត ដែលបណ្តាលឱ្យ សញ្ញាមួយចំនួនអាចលេចឡើងក្នុងប្រតិបត្តិការអេឡិចត្រូនិក ដែលបង្កឱ្យមានការយល់ច្រឡំ ការភាន់ច្រលំ នៅពេលដែលម៉ាកស្រដៀងគ្នានេះលេចឡើងនៅក្នុងបរិយាកាសអនឡាញទាំងមូល។ ទោះបីជាម្ចាស់ម៉ាកទទួលបានការការពារស្របច្បាប់នៅ ពេលដែលម៉ាកត្រូវបានចុះបញ្ជីតាមច្បាប់កំណត់ក៏ដោយ ជាទូទៅប្រសិនបើមានការរំលោភបំពានម៉ាករបស់ ខ្លួនកើតឡើង ម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធក្នុងការអនុវត្ត នូវសិទ្ធរបស់ខ្លួនតាមរយៈវិធានការដោះស្រាយការរំលោភម៉ាក ៖ វិធានបឋម និង វិធានតាមផ្លូវតុលាការ ។

៤.១. វិធានការបឋម

៤.១.១. តាមរយៈផ្នែករដ្ឋបាល

៤.១.១.១. វិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន

វិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន ជាវិធានមួយដែលសំដៅដល់ម្ចាស់ម៉ាកពិតប្រាកដដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយអាចធ្វើពាក្យបណ្តឹងទៅរដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចដែលពាក់ព័ន្ធ ឬតុលាការឱ្យព្យួរទុកនូវការធ្វើបែបបទទំនិញណាដែលសង្ស័យថាមាន ម៉ាកក្លែងក្លាយ ដោយគ្រាន់តែបង្ហាញនូវភស្តុតាងច្បាស់លាស់ថា ៖ គាត់ជាម្ចាស់នៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី ។[55] ក្រៅពីម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយក៏នៅមានបុគ្គលមួយចំនួនទៀតដែលអាចធ្វើបណ្តឹងបានផងដែរដូចជា ៖ អ្នកដែលទទួលអាជ្ញាប័ណ្ណ ឬភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់ដោយបង្ហាញនូវភស្តុតាងច្បាស់លាស់ថា គាត់ជាម្ចាស់នៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី ។[56]

ក. កាតព្វកិច្ចរបស់អ្នកដាក់ពាក្យប្តឹង

ដើម្បីទទួលបាននូវវិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន ម្ចាស់ម៉ាកត្រូវតែធ្វើពាក្យបណ្តឹង ហើយពាក្យបណ្តឹងនេះ ត្រូវសរសេរជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ដោយមានអមជាមួយនឹងវិញ្ញាបនប័ត្រចុះបញ្ជីម៉ាករបស់អ្នកប្តឹង ដើម្បីបញ្ជាក់ថាអ្នកប្តឹងជាម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីពិតប្រាកដ។ ប្រសិនបើពាក្យបណ្តឹងនោះត្រូវបានដាក់ដោយតំណាងដែលទទួលសិទ្ធិពីម្ចាស់ម៉ាក អ្នកតំណាងនោះត្រូវភ្ជាប់មកជាមួយនូវលិខិតបញ្ជាក់ពីម្ចាស់ដើមនៃម៉ាក

[55] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២, មាត្រា៣៥

[56] អនុក្រឹតស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែង ២០០៦, មាត្រា៣៨ កថាខ័ណ្ឌទី១

ផងដែរ។ នៅក្នុងពាក្យបណ្តឹង ម្ចាស់ម៉ាក ត្រូវតែភ្ជាប់មកជាមួយនឹងសេចក្តីថ្លែងពីមូលហេតុនៃការប្តឹង ជាពិសេសភស្តុតាងដំបូងដែលបង្ហាញថា ទំនិញនោះពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយ និងការរៀបរាប់លំអិតពីទំនិញដែលម៉ាករបស់វាត្រូវបានប្រើប្រាស់ ព្រមទាំងគំរូនៃផលិតផលពិតប្រាកដផងដែរ ។ ជាងនេះទៅទៀត ត្រូវរៀបរាប់ឱ្យបានសព្វគ្រប់តាមការកំណត់នូវឈ្មោះ អាស័យដ្ឋានរបស់អ្នកប្តឹង និងអ្នកតំណាងរបស់គេ រួមទាំងបង់នូវកម្រៃរដ្ឋបាលតាមការកំណត់របស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ។[57] ក្រៅពីកាតព្វកិច្ចនានាដែលមានចែងក្នុងមាត្រា៣៥ មាត្រា៣៦ និងមាត្រា៣៨ នៃ ច្បាប់អ្នកដាក់ពាក្យមានភារកិច្ចទទួលខុសត្រូវចំពោះមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូនឃ្លាំងដែលត្រូវស្តុកទំនិញ នៅពេលឃាត់រក្សាទុក។ ឃ្លាំងស្តុកទំនិញត្រូវស្ថិតនៅក្នុងបរិវេណកំពង់ផែឬក្នុងបរិវេណមាត់ច្រកនាំចេញនាំចូលដែលបានកំណត់និងគ្រប់គ្រងដោយអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចតាមច្បាប់ជាធរមាន ។[58]

ខ. កាតព្វកិច្ចរបស់ស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ច

បុគ្គលដែលជាអ្នកសមត្ថកិច្ចក្នុងការអនុវត្តនូវវិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែនរួមមាន ៖ រដ្ឋបាលគយ (អង្គភាពគយ) និងរដ្ឋាករ នាយកដ្ឋានកម្ពុជាត្រួតពិនិត្យ ទំនិញនីហ័រណ អាហ័រណ និងបង្រ្កាបការក្លែងបន្លំដែលហៅកាត់ថា កាំកុងត្រូលនៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងនគរបាលមានសមត្ថកិច្ចនៃក្រសួងមហាផ្ទៃ។[59]

ក្រោយពីបានទទួលពាក្យបណ្តឹងពីម្ចាស់ម៉ាក ក្នុងរយៈពេលដប់ថ្ងៃរដ្ឋបាលគយនិងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចត្រូវជូនដំណឹងទៅអ្នកប្តឹងថា ពាក្យបណ្តឹងរបស់ខ្លួនត្រឹមត្រូវ ឬបដិសេធ ឬមួយរក្សាទុកសម្រាប់ពិចារណានៅពេលក្រោយ។[60] លើសពីនេះទៅទៀត រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចផ្សេងៗទៀត មានសិទ្ធិស្នើឱ្យអ្នកប្តឹងបង់ប្រាក់ធានាដែលមានតម្លៃស្មើនៃប្រាក់កក់គ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ការពារ អ្នកនាំចូល អ្នកទទួល អ្នកនាំចេញ ឬម្ចាស់ទំនិញ និងអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច ដែលប្រាក់ធានានោះត្រូវបានកំណត់តាមរបៀប និងបែបបទមួយដែលមិនត្រូវឱ្យរារាំងដល់ការអនុវត្តន៍នីតិវិធីនេះដោយមិនសមហេតុផល ។[61]

គ. ការឃាត់ទំនិញទុក

បន្ទាប់ពីការយល់ព្រមតាមពាក្យបណ្តឹងរបស់ម្ចាស់ម៉ាកហើយ រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ត្រូវព្យួរទុកនូវការធ្វើបែបបទទំនិញ ដែលមានការទាក់ទងទៅនឹងពាក្យបណ្តឹង ហើយការព្យួរទុកនេះត្រូវទុកជាធរមានក្នុងរយៈពេលដំបូង និងរយៈពេលដែលបានពន្យារមិនលើសពីដប់ថ្ងៃនៃថ្ងៃធ្វើការ។ បន្ទាប់មករដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ត្រូវ

---

[57] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៣៦

[58] អនុក្រឹតស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦, មាត្រា៤០

[59] អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០៦, មាត្រា៣៦

[60] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៣៧

[61] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៣៨

ជូនព័ត៌មានភ្លាមទៅអ្នកនាំចូល និងអ្នកប្តឹងអំពីការព្យួរទុកនូវបែបបទទំនិញដោយបញ្ជាក់ពីមូលហេតុ និងត្រូវជូនដំណឹងផងដែរពីឈ្មោះ និងអាស័យដ្ឋាននៃអ្នកប្តឹងដល់អ្នកនាំចូល។

នៅក្នុងរយៈពេល មិនលើសពីដប់ថ្ងៃនៃថ្ងៃធ្វើការ ក្រោយពេលដែលអ្នកប្តឹងបានទទួលនូវព័ត៌មានអំពីការឃាត់ទុកទំនិញ ប្រសិនបើរដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ បានទទួលព័ត៌មានថាចំណាត់ការដែលនាំដល់ការសម្រេចដល់អង្គសេចក្តី នៃករណីមិនត្រូវបានផ្តួចផ្តើម ដោយភាគីណាមួយផ្សេងទៀតពីចុងចម្លើយ ឬអាជ្ញាធរដែលបានប្រគល់សិទ្ធិត្រឹមត្រូវ មិនបានអនុវត្តវិធានការបណ្តោះអាសន្នដើម្បីពន្យាការដោះលែងទំនិញ ដូច្នេះទំនិញទាំងឡាយដែលបានឃាត់ទុកនឹងត្រូវដោះលែង ប៉ុន្តែទំនិញទាំងនោះ ត្រូវតែបំពេញលក្ខខណ្ឌផ្សេងៗសម្រាប់ការនាំចេញ ឬនាំចូលជាមុនសិន។ ម្យ៉ាងវិញទៀត បើចំណាត់ការដែលនាំឱ្យ មានការសម្រេចដល់អង្គសេចក្តីនៃករណីត្រូវបានផ្តួចផ្តើមឡើង ការពិនិត្យឡើងវិញដែលរួមមានទាំងសវនាការផងនោះ ត្រូវរៀបចំឡើងតាមការស្នើសុំពីចុងចម្លើយ ដើម្បីសម្រេចនៅក្នុងវេលាមួយសមស្របថា តើវិធានការនេះត្រូវតម្កល់ កែតម្រូវ ឬលុបចោល ។[62] ផ្ទុយទៅវិញ ប្រសិនបើទំនិញដែលត្រូវបានប្តឹងឱ្យឃាត់ទុកនោះ មិនមែនជាទំនិញដែលមានម៉ាកក្លែងបន្លំ ឬពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយនោះទេ អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចដែលពាក់ព័ន្ធ មានសិទ្ធិសម្រេចឱ្យអ្នកប្តឹងសងទៅអ្នកនាំចូល អ្នកនាំចេញ និងអ្នកទទួលទំនិញនូវសំណងដែលសមស្របចំពោះការខូតខាតដែលបណ្តាលមកពី ការឃាត់ទំនិញដោយមិនត្រឹមត្រូវ ក៏ប៉ុន្តែក្នុងករណីដែលភាគីណាមួយមិនយល់ព្រមតាមសេចក្តីសម្រេចនេះ ភាគីនោះមានសិទ្ធិប្តឹងទៅតុលាការ។[63]

មួយវិញទៀត រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចផ្សេងៗទៀតអាចអនុញ្ញាតឱ្យម្ចាស់សិទ្ធិអ្នកនាំចេញ ឬនាំចូល ពិនិត្យទំនិញដែលបានព្យួរទុកដើម្បីបញ្ជាក់ឱ្យបានច្បាស់ថាទំនិញនោះពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយ ឬមិនក្លែងក្លាយ។[64] នៅពេលដែលទំនិញត្រូវបានបញ្ជាក់ច្បាស់ថាពិតជាទំនិញពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយ រដ្ឋបាលគយនិងរដ្ឋាករ អាចជូនព័ត៌មានទៅម្ចាស់សិទ្ធិនូវឈ្មោះនិងអាស័យដ្ឋាននៃអ្នកនាំចូល នាំចេញ អ្នកទទួល និងបរិមាណ ហើយដើម្បីកុំឱ្យការជូនព័ត៌មាននេះ ប៉ះពាល់ដល់ការការពារនូវព័ត៌មានសំងាត់ រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាកររួមទាំងអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចផ្សេងៗទៀត អាចផ្តល់នូវច្បាប់ចំលងនៃឯកសារទំនិញទាំងនេះ ឬក៏ព័ត៌មានដែលមាន ឬឯកសារដែលទាក់ទងនឹងការនាំចេញ នាំចូល នូវទំនិញប្រហាក់ប្រហែលពីមុនដោយអ្នកនាំចេញនាំចូលដដែលនេះ តាមសំណូមពររបស់ម្ចាស់ម៉ាក។[65]

---

[62] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៤០

[63] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៤១

[64] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៤២

[65] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៤៣

ឃ. ការបំផ្លាញទំនិញចោល

រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ និងអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច មានសិទ្ធិបំផ្លាញចោលនូវ ទំនិញដែលពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយតាមសេចក្តីសម្រេចរបស់តុលាការ។ [66] ប៉ុន្តែមុននឹងតុលាការចេញសេចក្តីសម្រេចថាបំផ្លាញទំនិញចោល តុលាការត្រូវពិនិត្យមើលថា ទំនិញដែលពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយនោះ ធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់សុខភាពរបស់ប្រជាពលរដ្ឋឬអត់ ករណីដែលទំនិញនោះមិនបណ្តាលឱ្យប៉ះពាល់ដល់សុខភាពតុលាការអាចចេញសេចក្តីសម្រេចដោយដាក់ទំនិញនោះនៅក្រៅចរន្តពាណិជ្ជកម្ម នេះមានន័យថាតុលាការអាចសម្រេចឱ្យធ្វើការចែកចាយទំនិញទាំងអស់នោះ ទៅដល់ប្រជាពលរដ្ឋក្រីក្រប្រើប្រាស់ដែលជាកត្តាមួយ មិននាំឱ្យបាត់បង់ប្រយោជន៍របស់ម្ចាស់ម៉ាក ក៏ដូចជាជួយលើស្ទួយជីវភាពរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ។ សាហ៊ុយក្នុងការបំផ្លាញចោលទំនិញក្លែងក្លាយចោល គឺជាកាតព្វកិច្ចរបស់ម្ចាស់ដើមបណ្តឹង។[67]

៤.១.២. តាមរយៈសន្ធានកម្ម

សំដៅដល់តួនាទី និងភារកិច្ចរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា នៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ក្នុងការសម្របសម្រួលរាល់វិវាទទាំងឡាយណាដែលទាក់ទងទៅនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ ក្នុងនោះផងដែរ នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ក៏ដើរតួនាទីជាអ្នកសម្របសម្រួល វិវាទស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ជាពិសេស គឺវិវាទនៃការក្លែងបន្លំម៉ាករវាងម្ចាស់សិទ្ធិ និងជនល្មើស។

ជាតួយ៉ាង នៅពេលដែលមានក្រុមហ៊ុនមួយកំពុងតែធ្វើការដាក់លក់នូវ ផលិតផលរបស់ខ្លួនលើទីផ្សារ ដែលទំនិញនោះមានលក្ខណៈស្រដៀង ឬដូចគ្នាទាំងស្រុងទៅនឹងផលិតផលពិតប្រាកដដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដែលនាំឱ្យភ័ន្តច្រឡំដល់អ្នកប្រើប្រាស់ ដែលទង្វើនេះជាការក្លែងបន្លំម៉ាកទំនិញ។ ក្នុងករណីនេះនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា មានតួនាទីសម្របសម្រួលវិវាទខាងលើស្របតាមសំណើរបស់ដើមចោទ ដែលជាម្ចាស់ម៉ាកពិតប្រាកដ ដើម្បីធ្វើការបញ្ឈប់នូវរាល់ផលិតផលក្លែងក្លាយដែលកំពុងតែចរាចរលើទីផ្សារ។

៤.១.២.១. ការដាក់ពាក្យបណ្តឹង

នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា អាចមានតួនាទីក្នុងការសម្របសម្រួល នូវវិវាទដែលទាក់ទងនឹងបញ្ហានៃការក្លែងបន្លំម៉ាកទំនិញបាន លុះត្រាតែមានការដាក់ពាក្យបណ្តឹងពីដើមចោទ ព្រោះមានតែម្ចាស់ម៉ាកទើបអាចដឹងច្បាស់ថាមានការក្លែងបន្លំលើម៉ាករបស់ខ្លួន។ ដើមបណ្តឹងចាំបាច់ត្រូវស្គាល់ឱ្យបានច្បាស់អំពីអ្នករំលោភបំពាន ដើម្បីងាយស្រួលដល់នាយកដ្ឋានក្នុងការអញ្ជើញមកសម្របសម្រួល។

---

[66] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៤៦

[67] អនុក្រឹតស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦, មាត្រា៤០

៤.១.២.២. ការពិនិត្យខ្លឹមសារពាក្យបណ្ដឹង

ក្រោយពីមានការដាក់ពាក្យបណ្ដឹង ពីម្ចាស់ដើមពិតប្រាកដ នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាត្រូវត្រួតពិនិត្យមើលលើពាក្យបណ្ដឹងដែលបានដាក់ចូលនោះ ថាមានមូលដ្ឋានត្រឹមត្រូវតាមផ្លូវច្បាប់ដែរឬទេ។ មានន័យថាពាក្យបណ្ដឹងនោះ ចាំបាច់ត្រូវមានបញ្ជាក់ពីឈ្មោះរបស់អ្នកប្ដឹង ឬអ្នកតំណាង អាស័យដ្ឋានក្នុងការទំនាក់ទំនង ម៉ាក ជំពូកនៃទំនិញ កាលបរិច្ឆេទដាក់ពាក្យ លេខ ដាក់ពាក្យលេខចុះបញ្ជី រួមទាំងឈ្មោះ និងទីតាំងដែលកើតមានការរំលោភបំពាន។ ការបញ្ជាក់ពីអ្វីដែលមានខាងលើ ដើម្បីងាយស្រួលដល់នាយកដ្ឋានដឹងពីកម្មវត្ថុនៃវិវាទ ក៏ដូចជាងាយស្រួលក្នុងការហៅគូភាគីមកធ្វើការសម្របសម្រួល។ ម្យ៉ាងទៀតក្រោយពេលពិនិត្យឃើញថាពាក្យបណ្ដឹងនោះមិនត្រឹមត្រូវតាមផ្លូវច្បាប់ ឬមានចំណុចខ្វះខាត នាយកដ្ឋានត្រូវបញ្ជូនពាក្យបណ្ដឹងនោះទៅដើមចោទវិញ ដើម្បីធ្វើការកែប្រែសារជាថ្មីឱ្យបានត្រឹមត្រូវ។ បន្ទាប់ពីមានការកែប្រែឃើញថាមានលក្ខណៈត្រឹមត្រូវហើយ នាយកដ្ឋានចាំបាច់ត្រូវពិនិត្យជាបន្ត នូវខ្លឹមសារដែលមាននៅលើពាក្យបណ្ដឹងនោះដែលខ្លឹមសារនោះមានពីរចំណុចសំខាន់គឺ មូលដ្ឋានដាច់ខាត និងមូលដ្ឋានដែលពាក់ព័ន្ធ។

ក. មូលដ្ឋានដាច់ខាត

ចំពោះការពិនិត្យលើមូលដ្ឋានដាច់ខាត គឺជាការពិនិត្យមើលថា ពាក្យបណ្ដឹងនោះស្របតាមមាត្រា៤ នៃច្បាប់ស្ដីពី ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឬអត់។ រាល់ពាក្យបណ្ដឹងទាំងអស់ មិនមែនសុទ្ធតែមានលក្ខណៈត្រឹមត្រូវស្របតាមមូលដ្ឋានផ្លូវច្បាប់នោះទេ គឺទាមទារ ឱ្យម្ចាស់ដើមបណ្ដឹងពិនិត្យឱ្យបានច្បាស់ថា ម៉ាករបស់ខ្លួន បានចុះបញ្ជីនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាហើយឬនៅ ព្រោះច្បាប់ធ្វើការការពារតែចំពោះម៉ាកណាដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយតែប៉ុណ្ណោះ ។ ម្យ៉ាងវិញទៀតប្រសិនជាម៉ាករបស់គាត់បានទទួលការការពារស្របច្បាប់តាមរយៈការចុះបញ្ជីរួចហើយ នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាត្រូវត្រួតពិនិត្យមើលបន្តទៀតថា ម៉ាករបស់គាត់ពិតជាត្រូវបានគេរំលោភបំពានមែនឬយ៉ាងណា ដោយផ្អែកលើមាត្រា២៤ មាត្រា២៥ និងមាត្រា២៦ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ។ ក្នុងករណីនេះ បើពិនិត្យឃើញថាម៉ាករបស់គាត់ត្រូវបានគេប្រើប្រាស់ដោយគ្មានការអនុញ្ញាត ស្របតាមចំណុចណាមួយខាងលើ សរបញ្ជាក់ថាម៉ាករបស់គាត់ពិតជាត្រូវបានគេរំលោភបំពានមែន។ ដូចនេះពាក្យបណ្ដឹងដែលបានដាក់ចូលនោះ ចាត់ទុកថាត្រឹមត្រូវដែលអាចទទួលយកបាន។

ខ. មូលដ្ឋានពាក់ព័ន្ធ

ការពិនិត្យមើលលើមូលដ្ឋានពាក់ព័ន្ធនេះ គឺមានសារៈសំខាន់ណាស់ ក្នុងការធ្វើឱ្យប្រាកដថាផលិតផលពីរដែលជារបស់ក្រុមហ៊ុនផ្សេងគ្នា ពិតជាធ្វើឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំជាសាធារណៈដែរឬទេ។ការពិនិត្យនេះ គឺផ្អែកលើមូលដ្ឋានពាក់ព័ន្ធ តម្រូវឱ្យនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពិនិត្យមើលលើការប្រើប្រាស់ជាសាធារណៈរបស់អតិថិជន

ថាផលិតផលរបស់ម្ចាស់ដើមបណ្ដឹង ដែលបានចុះបញ្ជីរួចនិងផលិតផលមួយទៀតដែលមានលក្ខណៈប្រហាក់ប្រហែលគ្នា ឬស្ទើរតែដូចគ្នាទាំងស្រុង ទៅនឹងផលិតផលពិតនោះ នៅពេលដែលដាក់លក់ទំនិញទាំងពីរនេះនៅលើទីផ្សារ តើអាចនាំឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំថាជាផលិតផល និងរបស់ក្រុមហ៊ុនតែមួយឬទេ។ ក្នុងករណីនេះ បើសិនជាអ្នកប្រើប្រាស់មានការភ័ន្តច្រឡំរវាងផលិតផលទាំងពីរនេះ ជាពិសេសមិនអាចឱ្យពួកគាត់ញែកទំនិញទាំងពីរនោះដាច់ចេញពីគ្នាបានទេ នេះគួសបញ្ជាក់ថាទំនិញនោះ គឺពិតជាផលិតផលពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយ ហើយមិនអាចចរាចរលើទីផ្សារបានទៀតទេ ព្រោះអាចនាំឱ្យបាត់បង់ផលប្រយោជន៍ដ៏ធំរបស់ម្ចាស់ដើមពិតប្រាកដនៃម៉ាកដោយសារការទាញយកអតិថិជនពីម្ចាស់សិទ្ធិនោះ។ ដូចនេះពាក្យបណ្ដឹងដែលបានដាក់ចូលនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាចាត់ទុកថាត្រឹមត្រូវ។

៤.១.២.៣. ការចេញលិខិតអញ្ជើញមកសម្របសម្រួល

ក្រោយពីបានពិនិត្យពាក្យបណ្ដឹង ថាមានមូលដ្ឋានត្រឹមត្រូវរួចហើយ នាយកដ្ឋាននឹងចេញលិខិតអញ្ជើញភាគីដើមបណ្ដឹង និងចុងចម្លើយមកដោះស្រាយ។ ក្នុងករណីដែលភាគីដើមបណ្ដឹងមិនបានដឹងពីប្រភពក៏ដូចជាជនដែលបានក្លែងបន្លំម៉ាកទំនិញរបស់ខ្លួនទេនោះ នាយកដ្ឋាននឹងចេញលិខិតព្រមានជាសាធារណៈដើម្បីឱ្យភាគីណាមួយដែលបានបំពានលើម៉ាកពិតប្រាកដ ចូលខ្លួនមកសម្របសម្រួល ។ ពេលដែលភាគីទាំងសងខាងបានចូលខ្លួនមកសម្របសម្រួល ភាគីទាំងពីរត្រូវតែឆ្លងកាត់ដំណាក់កាលពីរយ៉ាង ដើម្បីអាចនឹងទទួលបានប្រសិទ្ធិភាពក្នុងការបញ្ចប់វិវាទ និងកុំឱ្យកើតមានវិវាទជាថ្មីម្ដងទៀតគឺ ដំណាក់កាលនៃការផ្សះផ្សានិងដំណាក់កាលនៃការចុះកិច្ចសន្យា។

ក. ដំណាក់កាលនៃការផ្សះផ្សា

ក្នុងអំឡុងពេលនៃការផ្សះផ្សា នាយកដ្ឋានគ្មានសិទ្ធិអំណាចក្នុងការចាប់បង្ខំឱ្យចុងចោទ ត្រូវតែទទួលស្គាល់ទង្វើរបស់ខ្លួននោះទេ ផ្ទុយទៅវិញនាយកដ្ឋានត្រូវសម្រួលការចរចាដល់ភាគីទាំងពីរនិងត្រូវពន្យល់ប្រាប់ដល់ចុងចោទ ពីទង្វើដែលគាត់ប្រព្រឹត្តជាអំពើមួយដែលខុសច្បាប់ ដោយលើកយកខ្លឹមសារសំខាន់ៗ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់មកបញ្ជាក់ដែលក្នុងនោះរួមមាន មាត្រា២ស្ដីពីនិយមន័យម៉ាក មាត្រា៣ស្ដីពីសិទ្ធិផ្ដាច់មុខក្នុងការបើប្រាស់ម៉ាកតាមរយៈការចុះបញ្ជី មាត្រា១១ស្ដីអំពីសិទ្ធិដែលទទួលបានតាមរយៈការចុះបញ្ជី ជំពូកទី៧ស្ដីពីអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ជំពូកទី៨ស្ដីពីការរំលោភនិងវិធានការដោះស្រាយនិងជំពូកទី១៥ស្ដីពីទោសបញ្ញត្តិ ក៏ដូចជាប្រាប់ឱ្យបានដឹងអំពីផលវិបាកនានាដែលកើតចេញពីការក្លែងបន្លំម៉ាក ជាពិសេសធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ប្រយោជន៍ដ៏ធំរបស់ម្ចាស់ដើម ដែលអាចធ្វើឱ្យចុងចោទដឹងពីកំហុសខ្លួន រហូតឈានទៅដល់ការផ្សះផ្សាមួយប្រកបដោយជោគជ័យ។ តែបើសិនជាការផ្សះផ្សាមិនទទួលបាន

លទ្ធផល ភាគីដើមបណ្ដឹងអាចប្ដឹងទៅតុលាការ ដើម្បីឱ្យតុលាការចាត់នីតិវិធីដោះស្រាយតាមផ្លូវច្បាប់ ដើម្បីធ្វើការបញ្ឈប់នូវអំពើដែលរំលោភបំពានលើម៉ាករបស់ខ្លួន។

ខ. កំណត់ហេតុនៃកិច្ចសន្យា

ក្រោយពេល សម្របសម្រួលទទួលបានជោគជ័យ នាយកដ្ឋានត្រូវចុះកំណត់ហេតុសង្ខេបមួយ ដែលបញ្ជាក់ពីការចុះកិច្ចសន្យារបស់ចុងចោទដែលសន្យាថាបញ្ឈប់ការប្រើប្រាស់ម៉ាកដែលមានលក្ខណៈធ្វើឱ្យភ័ន្តច្រឡំទៅនឹង ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច ហើយសន្យាថានឹងប្រមូលផលិតផលដែលខុសច្បាប់របស់ខ្លួនមកវិញឱ្យអស់ បើសិនមានការចែកចាយលើទីផ្សារ ឬក៏សំណូមពរសុំចែកចាយទំនិញនោះឱ្យអស់ ក្នុងអំឡុងពេលសមស្របណាមួយតាមការព្រមព្រៀងពីម្ចាស់បណ្ដឹង ដែលកិច្ចសន្យានេះមានសុពលភាពដូចគ្នាទៅនឹងកិច្ចសន្យាដទៃទៀតដែរ។ បើសិនជាម្ចាស់ដើមបណ្ដឹងយល់ឃើញថា ទំនិញដែលបំពានដល់ម៉ាករបស់ខ្លួន បានធ្វើឱ្យបាត់បង់ប្រយោជន៍ដ៏ធំ ជាពិសេសធ្វើឱ្យបាត់បង់អតិថិជនយ៉ាងច្រើន ម្ចាស់សិទ្ធិអាចប្ដឹងទាមទារសំណងនៃការខូចខាតបាន ប៉ុន្តែសំណងនេះត្រូវកំណត់តាមការព្រមព្រៀង។ ករណីនេះ ជាទូទៅមិនមែនសុទ្ធតែមានគ្រប់វិវាទនោះទេ ពេលខ្លះគ្មានសំណងនៃការខូតខាតឡើយគឺត្រឹមតែបញ្ឈប់រាល់ការផលិតនិងការចែកចាយតែប៉ុណ្ណោះ។

៤.២. វិធានការតាមផ្លូវតុលាការ

៤.២.១. វិធានការបណ្ដោះអាសន្ន

វិធានការបណ្ដោះអាសន្ន ជាវិធានការមួយ ដែលតុលាការអាចមានអំណាចចេញវិធានការនេះជាបន្ទាន់ និងមានប្រសិទ្ធិភាពបាន លុះត្រាមានសំណើរបស់អ្នកប្ដឹង។[68] ការចេញវិធានការនេះដើម្បីធ្វើការទប់ស្កាត់ការរំលោភដែលបម្រុងនឹងកើតមាន ឬដើម្បីរក្សាទុកភស្តុតាងទាំងឡាយណាដែលពាក់ព័ន្ធ ពីព្រោះថាប្រសិនបើទុកយូរ អាចបណ្ដាលឱ្យមានការអន្តរាយដែលមិនអាចជួសជុលបានចំពោះម្ចាស់ម៉ាក ឬភស្តុតាងនឹងត្រូវបំផ្លាញ។ ម្យ៉ាងវិញទៀត វិធានការបណ្ដោះអាសន្ននេះមានសារៈសំខាន់ណាស់ ក្នុងការរារាំងមិនឱ្យទំនិញដែលពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយ ចរាចរលើទីផ្សារ បើទោះបីជាទំនិញទាំងអស់នេះជ្រៀតចូលតាមមាត់ច្រកព្រំដែនទៅហើយក្ដី នេះមានន័យថាទំនិញដែលមានម៉ាកក្លែងក្លាយទាំងនេះ កំពុងតែស្ថិតនៅក្នុងឃ្លាំងណាមួយក្នុងទឹកដីនៃប្រទេសកម្ពុជា។

[68] ច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា២៩

៤.២.១.១ លក្ខខណ្ឌនៃការដាក់ចេញវិធានការបណ្តោះអាសន្ន

វិធានការបណ្តោះអាសន្នអាចដាក់ចេញមុនការកាត់សេចក្តី បើសិនតុលាការយល់ឃើញថាអាចនឹងមានការយឺតយ៉ាវ បណ្តាលឱ្យមានភាពអន្តរាយដែលមិនអាចជួសជុលបាន ចំពោះម្ចាស់សិទ្ធិ ជាពិសេសដើម្បីរក្សាទុកនូវភស្តុតាងដែលអាចនឹងត្រូវបំផ្លាញ ក៏ប៉ុន្តែដើមចោទចាំបាច់ត្រូវផ្តល់នូវភស្តុតាងត្រឹមត្រូវគ្រប់គ្រាន់ដែលអាចឱ្យតុលាការយល់ស្រប ដើម្បីបញ្ជាក់ថាដើមចោទពិតជាម្ចាស់ពិតប្រាកដ ហើយកំពុងត្រូវបានគេរំលោភបំពាន ឬការរំលោភនេះអាចនឹងកើតមាន។[69] លើសពីនេះទៅទៀត ដើមចោទត្រូវតែដាក់ប្រាក់ធានាក្នុងការការពារចុងចម្លើយ និងទប់ស្កាត់មិនឱ្យមានការរំលោភបំពានហើយប្រាក់ធានានេះត្រូវស្ថិតនៅក្រោមការកំណត់របស់តុលាការ។ [70]

៤.២.១.២. ដំណើរការនៃវិធានការបណ្តោះអាសន្ន

បន្ទាប់ពីលក្ខខណ្ឌខាងលើបំពេញសព្វគ្រប់ និងដាក់ជូនតុលាការរួចរាល់ហើយ តុលាការនឹងធ្វើការពិនិត្យពិចារណា បើយល់ឃើញថាត្រឹមត្រូវ តុលាការនឹងចេញសេចក្តីសម្រេចស្តីពីវិធានការបណ្តោះអាសន្ន។ នៅពេលដែលវិធានការបណ្តោះអាសន្នត្រូវបានដាក់ចេញ តុលាការត្រូវជូនដំណឹងដល់ចុងចម្លើយ អំពីសេចក្តីសម្រេចស្តីពីការចាត់វិធានការបណ្តោះអាសន្ន[71] ដើម្បីឱ្យចុងចម្លើយ អាចដាក់ពាក្យបណ្តឹងទៅតុលាការ ដើម្បីស្នើសុំឱ្យពិនិត្យវិធានការនេះឡើងវិញក្នុងរយៈពេល១៥ថ្ងៃ គិតចាប់ពីថ្ងៃទទួលដំណឹងអំពីសេចក្តីសម្រេចរបស់តុលាការ។ តុលាការត្រូវផ្តល់នូវឱកាសសវនាការឱ្យដល់ភាគីពាក់ព័ន្ធ ហើយត្រូវពិនិត្យវិធានការនេះឡើងវិញ និងតម្កល់ កែតម្រូវ ឬលុបចោល នូវសេចក្តីសម្រេចរបស់ខ្លួន ក្នុងរយៈពេលមួយសមស្របតាមច្បាប់កំណត់។[72] ក្រោយពេលវិធានការនេះពិនិត្យសារឡើងវិញ ឃើញថាពិតជាមានការរំលោភបំពានប្រាកដមែន តុលាការនឹងប្រគល់ភារកិច្ចទៅឱ្យនគរបាលសេដ្ឋកិច្ច ឬកាំកុងត្រូល ក្នុងការចុះទៅឃាត់ទុកទំនិញ ដែលស្ថិតនៅក្នុងឃ្លាំងនោះ តាមដីកាសម្រេចរបស់តុលាការ ដើម្បីទប់ស្កាត់ការចែកចាយទំនិញក្លែងក្លាយដែលបម្រុងនឹងកើតមាន មិនឱ្យចរាចរលើទីផ្សារ។

ក្នុងករណីមានបទល្មើសជាក់ស្តែងកើតឡើង នគរបាលសេដ្ឋកិច្ច ឬកាំកុងត្រូល មានសិទ្ធិក្នុងការឆែកឆេរទំនិញដែលស្ថិតនៅក្នុងឃ្លាំង តាមសំណើរបស់ម្ចាស់បណ្តឹង ដោយមិនចាំបាច់មានដីកាឆែកឆេរពីតុលាការនោះទេ។ ពេលរកឃើញ និងឃាត់ទំនិញដែលក្លែងបន្លំនោះទុករួចហើយនគរបាលសេដ្ឋកិច្ច ឬកាំកុងត្រូលត្រូវកសាងសំណុំរឿងបញ្ជូនទៅតុលាការដើម្បីឱ្យតុលាការចាត់នីតិវិធីដោះស្រាយតាមផ្លូវច្បាប់។

[69] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៣០ ចំណុច(ក)
[70] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៣០ ចំណុច(ខ)
[71] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៣១
[72] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៣២

៤.២.១.៣. ការបំផ្លាញទំនិញចោល

ក្រោយពេលដែលតុលាការពិនិត្យឃើញថា ទំនិញដែលមានម៉ាកក្លែងបន្លំនោះធ្វើឱ្យខូចសុខភាពដល់អ្នកប្រើប្រាស់ តុលាការនឹងចេញសេចក្តីសម្រេចឱ្យនគរបាលសេដ្ឋកិច្ច ឬកាំកុងត្រូល គឺជាអ្នកបំផ្លាញទំនិញនោះចោល ហើយសាហ៊ុយទាំងអស់ក្នុងការបំផ្លាញចោលគឺជាបន្ទុករបស់ម្ចាស់ដើមបណ្តឹង។[73]

៤.២.២. វិធានការបណ្តឹង

៤.២.២.១. បណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណីនៅតុលាការ

ទណ្ឌកម្មរដ្ឋប្បវេណីចំពោះការក្លែងបន្លំម៉ាក គឺសំដៅដល់ការទទួលខុសត្រូវរបស់ជនល្មើសដែលក្លែងបន្លំម៉ាកចំពោះម្ចាស់ម៉ាកដែលជាកម្មវត្ថុនៃការការពារ។ ទណ្ឌកម្មនេះរួមមានការហាមឃាត់មិនឲ្យបន្តប្រព្រឹត្តអំពើក្លែងបន្លំម៉ាកនេះតទៅទៀត តាមរយៈការបញ្ឈប់ការប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះនឹងការរឹបអូស ឬ ការបំផ្លាញទំនិញដែលប្រើប្រាស់ម៉ាកក្លែងក្លាយនោះចោល ហើយជនល្មើសក៏ត្រូវឲ្យសងសំណាងរដ្ឋប្បវេណីក្នុងករណីក្លែងបន្លំម៉ាកនេះនិងជាទូទៅគឺស្ថិតនៅក្រោមវិធាននៃនីតិរូម។

នៅក្នុងបណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណីម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធិប្តឹងទៅលើ ៖

- អ្នករំលោភបំពានអាចជាអ្នកដទៃផ្សេងទៀតដែលស្ថិតនៅក្នុងបណ្តាញការបែងចែក អ្នកនាំចូល អ្នកលក់ដុំ អ្នកបែងចែក អ្នកលក់រាយតូចតាច
- ពិចារណាប្តឹងតែចំពោះអ្នករំលោភណាដែលធំដុំឃើញច្បាស់ជាងគេនិងសង្ឃឹមថាការផ្សព្វផ្សាយអាក្រក់នោះ នឹងបង្អាក់អ្នកដ៏ទៃ មិនអោយធ្វើតាម
- អាចសុំសេចក្តីសម្រេចបណ្តោះអាសន្នពីតុលាការក្នុងការរឹបអូស ឬ ឃាត់មិនឲ្យធ្វើសកម្មភាព រំលោភបំពានបន្តទៀត
- ពិន័យ និង ការសងការខូចខាត អាចត្រូវបានកំណត់ដោយតុលាការ
- រឹបអូស និង បំផ្លាញទំនិញដែលរំលោភបំពានប៉ុន្តែ អាចប្រើរយៈពេលយូរ ហើយការរំលោភបំពានអាចនៅតែបន្ត ក្នុងខណៈពេលដែលរឿងក្តីមិនទាន់បញ្ចប់នៅក្នុងតុលាការ។

៤.២.២.២. បណ្តឹងព្រហ្មទណ្ឌនៅតុលាការ

ការទទួលខុសត្រូវព្រហ្មទណ្ឌចំពោះជនណាដែលរំលោភបំពានទៅលើម៉ាករបស់ម្ចាស់ម៉ាកត្រូវបានបញ្ញត្តិនៅក្នុងមាត្រា ៦៤ និង ៦៦ ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក អ្នកដែលក្លែងបន្លំពាណិជ្ជសញ្ញា សេវាសញ្ញាម៉ាកសមូហភាព

[73] អនុក្រឹតស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦, មាត្រា៤០

ឬ ពាណិជ្ជនាមរបស់សហគ្រាសមួយផ្សេងទៀត ដែលបានចុះបញ្ជីនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ដូចមានចែង នៅក្នុងមាត្រា១១ ត្រូវផ្តន្ទាទោសពិន័យជាប្រាក់ពី ១ លានរៀល ដល់ ២០លានរៀលនិងត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារ ១ឆ្នាំទៅ៥ឆ្នាំឬទោសណាមួយនៃទោសទាំងពីរនេះ។[74] ក្នុងករណីមិនរាងចាលជនល្មើសត្រូវទទួលខុសត្រូវទ្វេរដងចំពោះការពិន័យជាប្រាក់ និងការដាក់ពន្ធនាគារ ។[75] ម៉្យាងទៀតបើជនល្មើសដែលត្រូវទទួលខុសត្រូវជាបុគ្គល នោះការទទួលខុសត្រូវនិងធ្លាក់ទៅដល់ នាយកគ្រប់គ្រង អ្នកចាត់ការ ឬអ្នកតំណាងនៃនីតិបុគ្គលនោះ លើកលែងតែពួកគេអាចបង្ហាញភស្តុតាងតាមរយៈបុគ្គលនោះថាគេពិតជាមិនបានដឹងលឺ ឬ ពុំបានយល់ស្របនិងបទល្មើសក្លែងបន្លំម៉ាកនៅឡើយ។

នៅក្នុងបណ្តឹងព្រហ្មទណ្ឌមានទោសបញ្ញត្តិដូចជា៖ ការផាកពិន័យ ការដាក់ទោសអោយជាប់ពន្ធនាគាររួមទាំងការរឹបអូស និង ការបំផ្លាញទំនិញដែលរំលោភបំពានមានបែបបទ និង ការបង្ហាញភស្តុតាងមានភាពល្អិតល្អន់ជាងបណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណី ការប្រឆាំងតបអាចខ្ពស់ជាងបណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណីមានករណីខ្លះដូចបណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណីដែរបណ្តឹងព្រហ្មទណ្ឌអាចប្រើរយៈពេលយូរហើយនៅខណៈនោះ ការរំលោភបំពានអាចនៅតែមានបន្ត។ សម្រាប់អ្នករំលោភបំពាន ក៏មានសិទ្ធិគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការប្រឆាំងតបវិញគ្រប់វិធី ដើម្បីកុំអោយជាប់ពន្ធនាគារបានដែរ។

[74] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៦៤

[75] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២, មាត្រា៦៧

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ក្រោយពីបានធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវទៅលើប្រធានបទខាងលើ អាចសន្និដ្ឋានបានថាការការពារម៉ាកប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព គឺមានសារៈសំខាន់នៅក្នុងពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក រួមជាមួយនឹងការរីកចម្រើននៃអាជីវកម្មអនឡាញ ក្តីកង្វល់នៃការរំលោភម៉ាក ការក្លែងបន្លំ និងការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់កាន់តែខ្លាំងឡើង។ បញ្ហាប្រឈមទាំងនេះមិនត្រឹមតែគំរាមកំហែងដល់សុចរិតភាពនៃម៉ាកប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែវាថែមទាំងធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់ការជឿទុកចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ និងរារាំងដល់ការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចផងដែរ។

ជាងនេះទៅទៀត ម្ចាស់ម៉ាកចាំបាច់ធ្វើការជ្រើសរើសសញ្ញាសម្គាល់ដោយឡែក ធ្វើការស្វែងរកឲបានហ្មត់ចត់ និងការចុះបញ្ជីម៉ាកនៅស្ថាប័នដែលមានសមត្ថកិច្ច ដើម្បីទទួលបានសិទ្ធ និងចាត់ វិធានការសកម្មក្នុងការការពារម៉ាកប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពតាមយន្តការ ផ្លូវច្បាប់ ក្នុងការទប់ស្កាត់ការរំលោភបំពានឱ្យបានទាន់ពេលវេលា ។ នេះនឹងមិនត្រឹមតែបង្កើនទំនុកចិត្តក្នុងអាជីវកម្មប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងរួមចំណែកដល់ការប្រកួតប្រជែងដោយស្មោះត្រង់ និងការការពារអ្នកប្រើប្រាស់ផងដែរ។
តាមរយៈការផ្តល់អាទិភាពដល់ការការពារម៉ាក កម្ពុជាអាចបង្កើតប្រព័ន្ធអេកូពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកប្រកបដោយនិរន្តរភាព ដែលបំពេញសក្តានុពលរបស់ខ្លួនក្នុងនាមជាសមាជិកមួយរូបនៅក្នុងទីផ្សារពិភពលោក។ កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងរួមគ្នាឆ្ពោះទៅរកការកែលម្អការការពារម៉ាកនឹងផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់ទិដ្ឋភាពសេដ្ឋកិច្ចទាំងមូលដោយពង្រឹងការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់ប្រទេស ក្នុងការជំរុញការបង្កើតថ្មីនិងសហគ្រិនភាពក្នុងយុគសម័យឌីជីថល។

អនុសាសន៍

ប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណេតបានដើរតួនាទីដ៏សំខាន់សម្រាប់សហគ្រាស សហគ្រាសយកចិត្តទុកដាក់កាន់តែច្រើនឡើងទៅលើម៉ាករបស់ខ្លួន ហើយពួកគេអនុវត្តសកម្មភាពទំនាក់ទំនងម៉ាកកាន់តែច្រើនឡើងៗ នៅលើវេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក។ ទន្ទឹមនឹងនេះ ខណៈពេលដែលមានការបោះជំហានទៅមុខក្នុងប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ក្របខណ្ឌច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញានៅកម្ពុជា នៅតែទាមទារឱ្យមានការកែលម្អ ដើម្បីដោះស្រាយឱ្យបានគ្រប់គ្រាន់នូវភាពស្មុគស្មាញនៃពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក។ គម្លាតក្នុងការអនុវត្ត កង្វះការយល់ដឹងក្នុងចំណោមអាជីវកម្ម និងអ្នកប្រើប្រាស់ និងតម្រូវការសម្រាប់គោលនយោបាយទូលំទូលាយ គឺជាបញ្ហាសំខាន់ដែលត្រូវការវិធានការជាបន្ទាន់ និងជាឧបសគ្គសម្រាប់ការការពារម៉ាក។ ដើម្បីឱ្យការពារការម៉ាកប្រកបដោយប្រសិទ្ធិភាព គប្បីអនុវត្តនូវវិធានការដូចខាងក្រោម ៖

១. រាជរដ្ឋាភិបាលនិងភាគីពាក់ព័ន្ធគួរចាប់ផ្តើមតាក់តែងច្បាប់ និងធ្វើបច្ចុប្បន្នភាព និងការចុះសម្រុងគ្នានៃច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញាដែលមានស្រាប់ ដើម្បីដោះស្រាយពាណិជ្ជកម្មតាមអ៊ីនធឺណិតឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើង។ នេះអាចរួមបញ្ចូលបទប្បញ្ញត្តិច្បាស់លាស់បន្ថែមទៀតទាក់ទងនឹងការប្រើប្រាស់ម៉ាកតាមអ៊ីនធឺណិត និងការពិន័យយ៉ាងតឹងរ៉ឹងចំពោះការរំលោភបំពាន និងគួរតែសិក្សាបន្ថែមពីបទពិសោធន៍របស់ប្រទេសផ្សេងទៀត ដើម្បីបង្កើតប្រព័ន្ធការពារម៉ាកឱ្យមានលក្ខណៈទូលំទូលាយ។

២. ការបង្កើតភាពជាដៃគូរវាងរដ្ឋាភិបាល ម្ចាស់ម៉ាកនិងវេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ដោយបង្កើតផែនការជាក់លាក់មួយសម្រាប់ការរបាយការណ៍ ដោយបង្កើតវេទិកាពិសេសសម្រាប់ការរាយការណ៍ព័ត៌មានអំពីការរំលោភលើកម្មសិទ្ធបញ្ញា(ម៉ាក) តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដែលជួយសម្រួលការឆ្លើយតបបានលឿនជាងមុនចំពោះការទាមទារការរំលោភបំពាន និងបង្កើតការអនុវត្តល្អបំផុតសម្រាប់ការត្រួតពិនិត្យម៉ាកក្នុងទម្រង់ជាគេហទំព័ររបស់រដ្ឋាភិបាល។

៣. នាយកដ្ឋានពាក់ព័ន្ធ គួរបើកដំណើរការបច្ចេកវិទ្យា ស្វែងរកម៉ាកតាមអ៊ីនធឺណេតឱ្យមានលក្ខណៈជាប្រព័ន្ធសម្រាប់វេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកនៅក្នុងអ៊ីនធឺណេត និងធ្វើការដោះស្រាយ និងគ្រប់គ្រងបញ្ហាទាំងនោះ ។ នេះផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់ក្រុមហ៊ុនជាច្រើន នៅពេលដែលម៉ាករបស់ក្រុមហ៊ុនត្រូវបានរំលោភលើវេទិកាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក ក្រុមហ៊ុនអាចទទួលបានភស្តុតាងភ្លាមៗដើម្បីការពារសិទ្ធិរបស់ខ្លួន។ ដូចជាការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាដូចជា AI និងmachine learning អាចជួយក្នុងការត្រួតពិនិត្យវេទិកាអនឡាញសម្រាប់ការរំលោភម៉ាកដែលអាចកើតមាន។អាជីវកម្មនឹងទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីឧបករណ៍ដែលធ្វើស្វ័យប្រវត្តិកម្មក្នុងការស្វែងរកទំនិញក្លែងក្លាយ ទទួលបានភស្តុតាងភ្លាមៗដើម្បីការពារសិទ្ធិរបស់ខ្លួននិងវាយតម្លៃការប្រើប្រាស់ម៉ាករបស់ពួកគេតាមអ៊ីនធឺណិត។

៤.ការវិនិយោគលើការបណ្តុះបណ្តាល និងធនធានសម្រាប់ភ្នាក់ងារអនុវត្តច្បាប់ រួមទាំងមន្ត្រីនគរបាល និងមន្ត្រីគយ នឹងពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់ពួកគេក្នុងការស្វែងរក និងដោះស្រាយការរំលោភលើពាណិជ្ជសញ្ញាប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពនៅក្នុងលំហឌីជីថល។

៥.អាជីវកម្មគួរតែត្រូវបានលើកទឹកចិត្តចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ពួកគេដោយផ្តល់នូវដំណើរការ និងធនធានដ៏សាមញ្ញ។ គំនិតផ្តួចផ្តើមនេះអាចរួមបញ្ចូលថ្លៃសេវាកាត់បន្ថយ ឬការគាំទ្រការណែនាំសម្រាប់សហគ្រាសធុនតូច និងមធ្យម ក្នុងដំណើរការចុះឈ្មោះ។

ឯកសារយោង

ច្បាប់ និងលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តិ

អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស ស្តីពីកិច្ចការពារឧស្សាហកម្ម ថ្ងៃទី២០ ខែមីនា ឆ្នាំ១៨៨៣

កិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា(TRIPS), ឆ្នាំ១៩៩៤

ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនសោះត្រង់ ថ្ងៃទី០៧ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០០២

អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ថ្ងៃទី១២ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០០៦

ប្រកាសស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធបញ្ញា ថ្ងៃទី១៨ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០០៧

ច្បាប់ ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ថ្ងៃទី០២ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១៩

WIPO-Administered Treaties, អាចស្វែងរកបាន https://www.wipo.int/treaties/en/

អង្គការពាណិជ្ជកម្មពិភពលោក,"ពាណិជ្ជកមតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនៅក្នុងប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍",អាចស្វែងរកបាន https://unctad.org/system/files/official-document/itcdtab3_en.pdf

WIPO, "Cambodia first to join the Geneva Act of WIPO's Lisbon Agreement", March 2018, អាចស្វែងរកបាន https://www.wipo.int/lisbon/en/news/2018/news_0001.html

សៀវភៅ

កាន់ សុទ្ធប៉ូលីន, នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, បោះពុម្ពលើកទី២ ឆ្នាំ២០១៤

ឥន យឿន និង អ៊ុក វណ្ណារ័ត្ន, នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, បោះពុម្ពលើកទី១ ឆ្នាំ២០១៣

នី វិចិត្រ, នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញាកម្ពុជា, បោះពុម្ពលើកទី១ ឆ្នាំ២០១៣

Gua Wei Hua. 2001. Legal issues and counter measures on the internet. Law Press.

Huang Hui. 2005. Legal Protection of Trademarks. Law Press.

______ 2005. Well-known trademarks and legal protection of famous trademarks. Law Press.

Liu Xiaoliang. 2013. Research on the liability for indirect infringement of online trademarks. Jinan University.

Nie Jin. 2011. E Commerce. Wuhan University Press.

Qin Lili. 2012. Judicial determination of infringement aided by online trading platform operators. People's Court Daily.

Wang Jianmin. 2012. Research on indirect infringement liability for trademark infringement in the network environment. Donghua University of Political Science and Law.

Wang Jun. 2011. On the Limitations of Trademark Rights. Suzhou University.

Wen Yi. 2012. On the protection of unregistered well-known trademarks. South China University of Technology.

Yang Yi. 2008. Legal countermeasures for the protection of enterprise trademark rights in the context of e-commerce. Journal of Changchun Institute of Technology.

Yang Zhen. 2010. Tort Liability Law. Beijing Law Press.

Zhao yimeng. 2010. On trademark infringement in the online environment. China University of Political Science and Law.

Carbon Law Group. March 6, 2024.The Role of Trademarks in E-Commerce - Carbon Law Group. https://carbonlg.com/the-role-of-trademarks-in-e-commerce/

ឯកសារពិភាក្សា

អាចស្វែងរកបានhttps://chambers.com/articles/ip-infringement-and-responsibilities-of-e-commerce-platforms Trademark protection on e-commerce platforms - World Trademark Review

គេហទំព័រ

អាចស្វែងរកបាន https://aaronhall.com/trademark-protection-in-e-commerce ចូលមើលថ្ងៃទី០២ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២៤

អាចស្វែងរកបាន https://www.bing.com/ck/a ចូលមើលថ្ងៃទី២៤ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០២៤

អាចស្វែងរកបាន https://fastercapital.com/content/Brand-protection-and-trademark--The-Role-of-Trademarks-in-E-Commerce.html ចូលមើលថ្ងៃទី១៣ ខែសីហា ឆ្នាំ២០២៤

អាចស្វែងរកបាន https://www.bing.com/search ចូលមើលថ្ងៃទី០៣ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៤

អាចស្វែងរកបាន https://www.mondaq.com/india/trademark/1416438/e-commerce-and-trademark-protection ចូលមើលថ្ងៃទី១០ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០២៤

ឧបសម្ព័ន្ធ

ឧបសម្ព័ន្ធទី១ ៖ ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

ឧបសម្ព័ន្ធទី២ ៖ អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

ឧបសម្ព័ន្ធទី៣ ៖ ច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិក

ឧបសម្ព័ន្ធទី៤ ៖ ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក

ឧបសម្ព័ន្ធ១

ច្បាប់

ស្ដីពី

ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើ

នៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

ឧបសម្ព័ន្ធ៣

ព្រះរាជក្រម

នស/រកម/១១១៩/ ០១៧

យើង

ព្រះករុណាព្រះបាទសម្តេចព្រះបរមនាថ នរោត្តម សីហមុនី
សមានភូមិជាតិសាសនា រក្ខតខត្តិយា ខេមរារដ្ឋរាស្ត្រ ពុទ្ធិន្ទ្រាធរាមហាក្សត្រ
ខេមរាជនា សម្ហោតាស កម្ពុជឯករាជរដ្ឋបូរណសន្តិ សុភមង្គលា សិរីវិបុលា
ខេមរាស្រីពិរាស្ត្រ ព្រះចៅក្រុងកម្ពុជាធិបតី

- បានទ្រង់យល់រដ្ឋធម្មនុញ្ញនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
- បានទ្រង់យល់ព្រះរាជក្រឹត្យលេខ នស/រកត/០៩១៨/៩២៥ ចុះថ្ងៃទី៦ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០១៨ ស្តីពីការតែងតាំងរាជរដ្ឋាភិបាលនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
- បានទ្រង់យល់ព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/០៦១៨/០១២ ចុះថ្ងៃទី២៨ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១៨ ដែលប្រកាសឱ្យប្រើច្បាប់ស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅនៃគណៈរដ្ឋមន្ត្រី
- បានទ្រង់យល់ព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/០១៩៦/១៦ ចុះថ្ងៃទី២៤ ខែមករា ឆ្នាំ១៩៩៦ ដែលប្រកាសឱ្យប្រើច្បាប់ស្តីពីការបង្កើតក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
- បានទ្រង់យល់សេចក្តីក្រាបបង្គំទូលថ្វាយរបស់សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន នាយករដ្ឋមន្ត្រីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ប្រកាសឱ្យប្រើ

ច្បាប់ស្តីពីពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដែលរដ្ឋសភាបានអនុម័តកាលពីថ្ងៃទី៨ ខែតុលា ឆ្នាំ២០១៩ នាសម័យប្រជុំរដ្ឋសភា លើកទី៣ នីតិកាលទី៦ ហើយដែលព្រឹទ្ធសភាបានពិនិត្យចប់សព្វគ្រប់លើទម្រង់និងគតិច្បាប់នេះទាំងស្រុងកាលពីថ្ងៃទី១៨ ខែតុលា ឆ្នាំ២០១៩ នាសម័យប្រជុំជាវិសាមញ្ញ នីតិកាលទី៤ ហើយដែលមានសេចក្តីទាំងស្រុងដូចតទៅ៖

ROYAUME DU CAMBODGE • LE MINISTRE DU PALAIS ROYAL

ច្បាប់

ស្តីពី

ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធ
អេឡិចត្រូនិក

ជំពូកទី១
បទប្បញ្ញត្តិទូទៅ

មាត្រា១ .- គោលបំណង

ច្បាប់នេះមានគោលបំណង៖

១. គ្រប់គ្រងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជានិងជាមួយអន្តរជាតិ។

២. បង្កើតភាពប្រាកដប្រជាផ្នែកគតិយុត្តក្នុងប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មនិងរដ្ឋប្បវេណី តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

៣. ផ្តល់ទំនុកចិត្តដល់សាធារណជនក្នុងការប្រើប្រាស់ទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិក។

មាត្រា២ .- គោលដៅ

ច្បាប់នេះមានគោលដៅដូចខាងក្រោម៖

១. កំណត់អំពីយថាភូតភាព សុក្រឹតភាព និងភាពអាចជឿទុកចិត្តបាននៃទម្រង់អេឡិចត្រូនិក។

២. ជំរុញការអភិវឌ្ឍក្របខ័ណ្ឌគតិយុត្តនិងធុរកិច្ច ដើម្បីអនុវត្តពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកប្រកបដោយសុវត្ថិភាព។

៣. បង្ការនិងបង្ក្រាបអំពើដែលបង្កការខូចខាតដល់ទិន្នន័យនិងប្រព័ន្ធព័ត៌មាន។

៤. លុបបំបាត់ឧបសគ្គទាំងឡាយដែលរាំងស្ទះដល់ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ហើយដែលកើតចេញពីភាពមិនប្រាកដប្រជានៃលក្ខខណ្ឌតម្រូវចំពោះលិខិតជាលាយលក្ខណ៍អក្សរនិងហត្ថលេខា។

៥. សម្រួលដល់ការតម្កល់ឯកសារតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកជាមួយស្ថាប័នសាធារណៈ និងលើកកម្ពស់ការផ្តល់សេវាកម្មប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពរបស់ស្ថាប័នសាធារណៈ តាមរយៈការប្រើប្រាស់កំណត់ត្រាតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលអាចជឿទុកចិត្តបាន។

៦. បង្កើតវិធាន បទប្បញ្ញត្តិ និងស្តង់ដា ដែលទាក់ទងនឹងយថាភូតភាពនិងសុក្រឹតភាពរបស់កំណត់ត្រាតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

មាត្រា៣ .- វិសាលភាព

ច្បាប់នេះត្រូវអនុវត្តលើសកម្មភាព ឯកសារ និងប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មនិងរដ្ឋប្បវេណីទាំងអស់ដែលធ្វើឡើងតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក លើកលែងតែសកម្មភាព ឯកសារ និងប្រតិបត្តិការទាក់ទងនឹង៖

១. ការបង្កើតឬការអនុវត្តលិខិតប្រគល់សិទ្ធិ។

២. ការបង្កើតឬការចុះហត្ថលេខាលើមតកសាសន៍ លិខិតកែមតកសាសន៍ ឬបញ្ហាផ្សេងៗទៀតទាក់ទិននឹងសន្តតិកម្ម។

៣. រាល់កិច្ចសន្យាសម្រាប់ការលក់ ការផ្ទេរ ឬការបោះបង់សិទ្ធិលើអចលនទ្រព្យឬផលប្រយោជន៍ផ្សេងៗទៀតក្នុងទ្រព្យនោះ។

៤. ការផ្ទេរអចលនវត្ថុឬផលប្រយោជន៍ណាមួយដែលពាក់ព័ន្ធនឹងអចលនវត្ថុនោះ។

៥. ករណីលើកលែងផ្សេងទៀតដែលត្រូវកំណត់ដោយអនុក្រឹត្យ។

មាត្រា៤ .- និយមន័យ

វាក្យសព្ទសំខាន់ៗដែលប្រើក្នុងច្បាប់នេះត្រូវបានកំណត់និយមន័យដូចមានក្នុងសទ្ទានុក្រមដែលមានចែងក្នុងឧបសម្ព័ន្ធនៃច្បាប់នេះ។

ជំពូកទី២
សុពលភាពនៃទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិក

មាត្រា៥ .- ការទទួលស្គាល់លក្ខណៈគតិយុត្តនៃទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិក

គ្មានបុគ្គលណាម្នាក់អាចបដិសេធមិនទទួលស្គាល់សុពលភាព អានុភាពគតិយុត្ត ភាពអាចទទួលយកបានឬភាពដែលអាចយកទៅអនុវត្តបាននៃទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិក ដោយគ្រាន់តែសម្អាងលើមូលហេតុដែលថាវាធ្វើឡើងក្នុងទម្រង់អេឡិចត្រូនិកឬស្ថិតនៅក្នុងទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកឡើយ។

មាត្រា៦ .- លក្ខខណ្ឌតម្រូវជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ

១. នៅពេលដែលបទប្បញ្ញត្តិណាមួយ តម្រូវឱ្យផ្តល់ព័ត៌មានជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ឬធ្វើកំណត់ត្រាជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ត្រូវចាត់ទុកថា លក្ខខណ្ឌតម្រូវនេះត្រូវបានបំពេញប្រសិនបើព័ត៌មាននេះធ្វើឡើងក្នុងទម្រង់អេឡិចត្រូនិក ហើយអាចចូលប្រើប្រាស់បាន និងអាចទាញយកទៅប្រើប្រាស់នៅពេលក្រោយបាន។

២. នៅពេលដែលលក្ខខណ្ឌក្នុងបញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី១ខាងលើ ត្រូវយកមកអនុវត្តលក្ខខណ្ឌតម្រូវតាមច្បាប់ដែលទាមទារឱ្យបុគ្គលណាមួយផ្តល់សំណៅចម្លងច្រើនច្បាប់ក្នុងពេលតែមួយស្តីអំពីព័ត៌មានណាមួយឬកិច្ចការណាមួយទៅឱ្យបុគ្គលមួយផ្សេងទៀត បុគ្គលដែលផ្តល់អាចបំពេញលក្ខខណ្ឌនេះដោយគ្រាន់តែផ្តល់ក្រោមទម្រង់អេឡិចត្រូនិកតែមួយច្បាប់បាន។

មាត្រា៧ .- លក្ខខណ្ឌតម្រូវចំពោះហត្ថលេខា

១. នៅពេលដែលមានបទប្បញ្ញត្តិណាមួយតម្រូវឱ្យមានហត្ថលេខារបស់បុគ្គលណាមួយ លក្ខខណ្ឌតម្រូវនេះត្រូវចាត់ទុកថាបានបំពេញតាមរយៈការចុះហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិក ប្រសិនបើហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិកដែលបានប្រើនោះ ត្រូវបានបង្កើតឡើងតាមរយៈមធ្យោបាយដែលៈ

ក. អាចកំណត់អត្តសញ្ញាណបុគ្គល និងបង្ហាញការឯកភាពរបស់បុគ្គលនោះលើព័ត៌មាន ឬកំណត់ត្រាដែលមាននៅក្នុងទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកនោះ។

ខ. អាចជឿជាក់បាន ស្របតាមចរិតលក្ខណៈ គោលបំណង និងកាលៈទេសៈ ដែលទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកនោះត្រូវបានបង្កើតឡើងឬត្រូវបានប្រាស្រ័យទាក់ទង។

២. ទោះបីជាបទប្បញ្ញត្តិណាមួយកំណត់អំពីលក្ខខណ្ឌតម្រូវឱ្យមានចុះហត្ថលេខា ឬគ្រាន់តែកំណត់អំពីផលវិបាកនៃការមិនចុះហត្ថលេខាក៏ដោយ ក៏បញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី១ខាងលើត្រូវយកមកអនុវត្តផងដែរ។

មាត្រា៨ .- លក្ខខណ្ឌតម្រូវសម្រាប់រក្សាព័ត៌មានតាមទម្រង់ដើម

លក្ខខណ្ឌតិយុត្តក្នុងការរក្សាព័ត៌មានដែលមិនត្រូវបានធ្វើឡើងក្នុងទម្រង់អេឡិចត្រូនិក អាចត្រូវបានបំពេញដោយការរក្សាព័ត៌មាននោះក្រោមទម្រង់អេឡិចត្រូនិក ប្រសិនបើ៖

១. ទម្រង់អេឡិចត្រូនិកនោះជាមធ្យោបាយដែលអាចជឿទុកចិត្តបានដើម្បីកំណត់ភាពពេញលេញរបស់ព័ត៌មាននោះ។ និង

២. ព័ត៌មាននោះអាចចូលយកបានដោយងាយស្រួល សម្រាប់យកទៅប្រើប្រាស់បានពេលក្រោយ។

មាត្រា៩ .- ទម្រង់បែបបទដែលកំណត់

នៅពេលដែលបទប្បញ្ញត្តិណាមួយតម្រូវឱ្យព័ត៌មានធ្វើឡើងក្នុងទម្រង់បែបបទណាមួយ លក្ខខណ្ឌតម្រូវនោះត្រូវជំនួសដោយការផ្តល់ព័ត៌មានតាមទម្រង់អេឡិចត្រូនិកបាន ប្រសិនបើទម្រង់អេឡិចត្រូនិកនោះត្រូវបំពេញលក្ខខណ្ឌទាំងអស់ដូចខាងក្រោម៖

១. មានផ្ទុកព័ត៌មានដូចគ្នាឬដូចគ្នាភាគច្រើនទៅនឹងទម្រង់បែបបទដែលបានកំណត់។

២. អាចចូលទៅមើលបាន អាចយល់បាន និងអាចទាញយកមកប្រើប្រាស់បាននៅពេលក្រោយ។ និង

៣. អាចឱ្យបុគ្គលដែលទទួលបានព័ត៌មាននោះរក្សាទុកបាន។

មាត្រា១០ .- លក្ខខណ្ឌតម្រូវលើការរក្សាទុកកំណត់ត្រា

១. នៅពេលដែលបទប្បញ្ញត្តិណាមួយតម្រូវឱ្យរក្សាទុកនូវឯកសារ កំណត់ត្រា ឬព័ត៌មានជាក់លាក់ណាមួយ លក្ខខណ្ឌតម្រូវនោះត្រូវចាត់ទុកថាបានបំពេញ ប្រសិនបើ ការរក្សាទុកនោះបំពេញលក្ខខណ្ឌទាំងអស់ដូចខាងក្រោម៖

ក. ព័ត៌មានដែលមាននៅក្នុងទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកនោះអាចចូលប្រើប្រាស់បាន និងសម្រាប់យកទៅប្រើប្រាស់នាពេលអនាគត។

ខ. ទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានរក្សាទុកក្នុងទម្រង់ដើមដែលត្រូវបានបង្កើតឡើង ផ្ញើ ឬទទួលបាន ឬក្នុងទម្រង់ដែលអាចត្រូវបានបង្ហាញពីសុក្រឹតភាពនៃព័ត៌មាននោះ។ និង

គ. ព័ត៌មានទាំងនោះត្រូវរក្សាទុកដើម្បីឱ្យបុគ្គលណាម្នាក់អាចកំណត់បាននូវប្រភពដើម និងគោលដៅនៃទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកនោះ កាលបរិច្ឆេទ និងពេលវេលាដែលទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកនោះត្រូវបានផ្ញើឬទទួល។

២. កាតព្វកិច្ចក្នុងការរក្សាឯកសារ កំណត់ត្រា ឬព័ត៌មានស្របតាមកថាខណ្ឌ១ មិនរាប់បញ្ចូលព័ត៌មានណាមួយ សម្រាប់តែធ្វើការបញ្ជូនឬទទួលសារនោះឡើយ។

មាត្រា១១ .- លក្ខខណ្ឌតម្រូវស្តីពីភស្តុតាង

គ្មានបទប្បញ្ញត្តិណាមួយក្នុងការអនុវត្តវិធានស្តីពីភស្តុតាង អាចជំទាស់ការទទួលយកទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកជាភស្តុតាង ដោយគ្រាន់តែឈរលើមូលដ្ឋានដែលថា៖

១. ភស្តុតាងនោះជាទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិក។ ឬ

២. ភស្តុតាងនោះមិនស្ថិតក្នុងទម្រង់ដើម។

មាត្រា១២ .- ការបង្កើតកិច្ចសន្យានិងសុពលភាពកិច្ចសន្យា

១. សំណើ ស្នីការ និងកិច្ចសន្យា អាចធ្វើឡើងតាមមធ្យោបាយអេឡិចត្រូនិកបាន។

២. កិច្ចសន្យាក្នុងទម្រង់អេឡិចត្រូនិកដូចមានចែងក្នុងបញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី១ខាងលើ មានសុពលភាព អានុភាពគតិយុត្ត និងភាពអាចអនុវត្តបាន នៅពេលដែលសំណើនិងស្នីការត្រូវគ្នា។

មាត្រា១៣ .- អានុភាពរវាងគូភាគី

អ្នកផ្ញើនិងអ្នកទទួលនៃទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិក មិនត្រូវបដិសេធអានុភាពគតិយុត្ត សុពលភាព និងភាពអាចអនុវត្តបាននៃការបង្ហាញឆន្ទៈ ឬសេចក្តីថ្លែងផ្សេងៗរបស់ខ្លួនឡើយ។

មាត្រា១៤ .- ការអនុវត្តដោយឡែកតាមការព្រមព្រៀងរបស់គូភាគី

១. តាមការព្រមព្រៀង គូភាគីដែលចូលរួមក្នុងការបង្កើត ការផ្ញើ ការទទួល ការរក្សាទុក ឬ ដំណើរការទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិក អាចអនុវត្តផ្សេងពីបទប្បញ្ញត្តិដូចមានចែងនៅក្នុងជំពូកទី២ នៃច្បាប់នេះ លើកលែងតែមានការកំណត់ផ្សេងពីនេះ។

២. ទោះជាមានបទប្បញ្ញត្តិដូចមានចែងក្នុងជំពូកទី២ គូភាគីនៃកិច្ចសន្យា ឬប្រតិបត្តិការណាមួយអាចៈ

ក. មិនប្រើប្រាស់កំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិក ទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិក ឬហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិកក្នុងកិច្ចសន្យា ឬប្រតិបត្តិការណាមួយតាមការព្រមព្រៀងគ្នា។ ឬ

ខ. ដាក់លក្ខខណ្ឌតម្រូវបន្ថែមផ្សេងៗដែលពាក់ព័ន្ធនឹងទម្រង់ ឬយថាភូតភាពនៃកិច្ចសន្យា ឬប្រតិបត្តិការតាមការព្រមព្រៀងគ្នា។

ជំពូកទី៣
ដំណើរការនៃទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិក

មាត្រា១៥ .- ពេលវេលានិងទីកន្លែងនៃការបញ្ជូនចេញនិងការទទួលព័ត៌មានក្នុងទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិក

១. ព័ត៌មានក្នុងទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកមួយត្រូវចាត់ទុកថា បានបញ្ជូនចេញនៅពេលដែលៈ

ក. ព័ត៌មាននោះ បានចាកចេញពីប្រព័ន្ធព័ត៌មានដែលស្ថិតនៅក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់អ្នកផ្ញើឬរបស់ភាគីដែលផ្ញើជំនួសក្នុងនាមអ្នកផ្ញើ។ ឬ

ខ. ក្នុងករណីដែលព័ត៌មាននោះ ត្រូវបានបញ្ជូនតែមិនទាន់បានចាកចេញពីប្រព័ន្ធព័ត៌មានដែលស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់អ្នកផ្ញើឬរបស់ភាគីដែលផ្ញើជំនួសព័ត៌មាន ត្រូវចាត់ទុកថា បានបញ្ជូនចេញនៅពេលដែលព័ត៌មាននោះត្រូវបានទទួលក្នុងពេលណាមួយ។

២. ព័ត៌មានក្នុងទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកមួយត្រូវបានសន្មតថាបានបញ្ជូនចេញពីទីតាំងប្រតិបត្តិកម្មរបស់អ្នកផ្ញើ ទោះបីព័ត៌មាននោះត្រូវបានផ្ញើចេញពីទីតាំងណាក៏ដោយ។

៣. ពេលវេលានៃការទទួលព័ត៌មានគឺពេលដែលព័ត៌មាននោះ អាចទាញយកបានដោយអ្នកទទួលនៅក្នុងអាសយដ្ឋានអេឡិចត្រូនិកដែលអ្នកទទួលបានបញ្ជាក់ជាមុន។ ព័ត៌មានត្រូវបានសន្មតថាបានទទួលនៅទីកន្លែងដែលជាទីតាំងអាជីវកម្មរបស់អ្នកទទួល។

៤. ប្រសិនបើអាសយដ្ឋានអេឡិចត្រូនិកមិនត្រូវបានផ្ដល់ដោយអ្នកទទួល នោះពេលវេលាទទួលបានព័ត៌មាន គឺជាពេលវេលាដែលអ្នកទទួលបានដឹងអំពីការផ្ញើចេញនិងអាចទាញយកព័ត៌មាននោះ តាមរយៈអាសយដ្ឋានអេឡិចត្រូនិកណាមួយ ហើយសន្មតថាបានទទួលនៅទីកន្លែងដែលជាទីតាំងអាជីវកម្មរបស់អ្នកទទួល។

៥. ប្រសិនបើអាសយដ្ឋានអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានផ្ដល់ដោយអ្នកទទួល ព័ត៌មានក្នុងទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានសន្មតថាបានទទួលនៅពេលព័ត៌មាននោះបានទៅដល់អាសយដ្ឋានអេឡិចត្រូនិករបស់អ្នកទទួល ហើយត្រូវបានចាត់ទុកថាបានទទួលនៅទីកន្លែងដែលជាទីតាំងអាជីវកម្មរបស់អ្នកទទួល។

មាត្រា១៦ ._ សំណើបង្កើតកិច្ចសន្យា

រាល់ការស្នើសុំចុះកិច្ចសន្យា តាមរយៈទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកដែលមិនសំដៅតែដល់បុគ្គលណាមួយជាក់លាក់ផ្សេងទៀត ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាការអញ្ជើញឱ្យធ្វើសំណើបង្កើតកិច្ចសន្យាតែប៉ុណ្ណោះ។ ការស្នើសុំចុះកិច្ចសន្យានោះ នឹងត្រូវចាត់ទុកថាជាសំណើបង្កើតកិច្ចសន្យា ប្រសិនបើការស្នើសុំនោះបានបង្ហាញឱ្យឃើញច្បាស់អំពីឆន្ទៈរបស់ខ្លួនថានឹងត្រូវជាប់កាតព្វកិច្ចនៅពេលមានស្ទីការពីភាគីម្ខាងទៀត។

មាត្រា១៧ ._ ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តសម្រាប់បង្កើតកិច្ចសន្យា

កិច្ចសន្យាដែលបង្កើតឡើងដោយអន្តរកម្មរវាងប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តនៃបុគ្គលមួយ ជាមួយរូបវន្តបុគ្គលណាមួយឬជាមួយប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តនៃបុគ្គលផ្សេងទៀត មិនអាចត្រូវបានបដិសេធអំពីសុពលភាព អានុភាពគតិយុត្ត ឬភាពអាចអនុវត្តបាននៃកិច្ចសន្យានោះឡើយ ដោយសម្អាងលើហេតុផលអវត្តមាននៃរូបវន្តបុគ្គលក្នុងការពិនិត្យឬក្នុងការចូលធ្វើសកម្មភាពដោយផ្ទាល់ក្នុងប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តឬក្នុងការបង្កើតកិច្ចសន្យា។

មាត្រា១៨ ._ កំហុសឆ្គងនៃការបញ្ចូលព័ត៌មានក្នុងទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិក

នៅពេលដែលបុគ្គលបញ្ចូលព័ត៌មានខុសនៅក្នុងទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកជាមួយប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តរបស់ភាគីម្ខាងទៀត ហើយប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តនេះមិនផ្ដល់ឱកាសឱ្យបុគ្គលនោះធ្វើការកែប្រែនូវព័ត៌មានដែលខុស បុគ្គលឬភាគីដែលជំនួសមុខឱ្យបុគ្គលដែលបញ្ចូលព័ត៌មាននោះមានសិទ្ធិកែតម្រូវ ឬដកចេញនូវព័ត៌មានដែលខុសនោះបាន ក្នុងករណី៖

១. បុគ្គលនោះបានជូនដំណឹងទៅភាគីម្ខាងទៀតអំពីកំហុសដែលបានកើតឡើងឱ្យបានឆាប់បំផុត ហើយត្រូវបង្ហាញថាខ្លួនបានបញ្ចូលព័ត៌មានខុសនៅក្នុងទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិក។ និង

២. បុគ្គលនោះមិនទទួលបានផលប្រយោជន៍ណាមួយ ដោយសារការបញ្ចូលព័ត៌មានខុសនេះ មុនពេលដែលខ្លួនធ្វើការជូនដំណឹងទៅឱ្យភាគីម្ខាងទៀត ហើយមិនបង្កការខូចខាតដល់ផលប្រយោជន៍របស់ភាគីម្ខាងទៀតឬតតិយជនណាមួយ។

បញ្ញត្តិដែលមានចែងក្នុងមាត្រានេះ មិនអនុវត្តចំពោះវិស័យមូលបត្រឡើយ។

ជំពូកទី៤

កំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកនិងហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិកដែលមានសុវត្ថិភាព

មាត្រា១៩ .. កំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកដែលមានសុវត្ថិភាព

កំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកមួយត្រូវបានចាត់ទុកថាជាកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកដែលមានសុវត្ថិភាព លុះត្រាតែបានអនុវត្តស្របតាមនីតិវិធីសុវត្ថិភាពត្រឹមត្រូវ ដែលធានាបានថាកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកនោះ មិនត្រូវបានកែប្រែ គិតចាប់ពីពេលវេលាកំណត់ជាក់លាក់ណាមួយរហូតដល់ពេលធ្វើការពិនិត្យផ្ទៀងផ្ទាត់។

មាត្រា២០ .. ហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិកដែលមានសុវត្ថិភាព

១. ហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិកដែលមានសុវត្ថិភាព លុះត្រាតែគោរពទៅតាមលក្ខខណ្ឌខាងក្រោម៖

- ក. ផ្សារភ្ជាប់ទៅកាន់ហត្ថលេខីតែម្នាក់គត់។
- ខ. កំណត់បានអត្តសញ្ញាណរបស់ហត្ថលេខី។
- គ. ត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយប្រើប្រាស់មធ្យោបាយដែលស្ថិតនៅក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ហត្ថលេខី។
- ឃ. បញ្ជាក់អំពីពេលវេលានិងកាលបរិច្ឆេទនៃការចុះហត្ថលេខា។ និង
- ង. បញ្ជាក់អំពីស្ថានភាពដើមនៃសារ ឬកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកដែលត្រូវបានផ្សារភ្ជាប់ដោយហត្ថលេខានោះ។

២. បញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី១ខាងលើ មិនកម្រិតលទ្ធភាពរបស់បុគ្គលណាមួយក្នុងទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកឡើយ ក្នុងការ៖

- ក. កំណត់លក្ខខណ្ឌបន្ថែមផ្សេងទៀតពាក់ព័ន្ធនឹងភាពអាចជឿជាក់បានរបស់ហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិក។ ឬ
- ខ. លើកភស្តុតាងអំពីភាពមិនអាចជឿជាក់បាននៃហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិក។

មាត្រា២១ .. ការសន្មតទាក់ទងនឹងកំណត់ត្រានិងហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិកដែលមានសុវត្ថិភាព

១. លើកលែងតែមានភស្តុតាងផ្ទុយ ក្នុងដំណើរការដែលពាក់ព័ន្ធនឹងកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកដែលមានសុវត្ថិភាព កំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកដែលមានសុវត្ថិភាពត្រូវបានសន្មតថាជាកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកដែលមិនត្រូវបានកែប្រែចាប់តាំងពីពេលជាក់លាក់ណាមួយ។

២. លើកលែងតែមានភស្តុតាងផ្ទុយ ក្នុងដំណើរការពាក់ព័ន្ធនឹងហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិកដែលមានសុវត្ថិភាព ហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិកដែលមានសុវត្ថិភាពត្រូវបានសន្មតដូចខាងក្រោម៖

ក. ហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិកនោះ គឺជាហត្ថលេខារបស់បុគ្គលពាក់ព័ន្ធ។ និង

ខ. ហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិកនោះ ត្រូវបានចុះហត្ថលេខាដោយបុគ្គលមានឆន្ទៈក្នុងការចុះហត្ថលេខា ឬបានឯកភាពលើកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកនោះ។

៣. ក្នុងករណីដែលគ្មានកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកសុវត្ថិភាព ឬហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិកសុវត្ថិភាព គ្មានបញ្ញត្តិណាមួយនៅក្នុងជំពូកទី៤ អាចសន្មតបានជាមុនអំពីយថាភូតភាព ឬសុក្រឹតភាពនៃកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិក ឬហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិកនោះឡើយ។

មាត្រា២២ .- ការលួចប្រើប្រាស់អត្តសញ្ញាណ

បុគ្គលទាំងឡាយមិនត្រូវប្រើប្រាស់អត្តសញ្ញាណ កំណត់ត្រា ហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិក អាសយដ្ឋានអេឡិចត្រូនិក លេខសម្ងាត់ ឬភិនភាគសម្គាល់របស់បុគ្គលផ្សេងទៀតដោយទុច្ចរិត ឬដោយគ្មានការអនុញ្ញាត ក្នុងប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្ម ឬមិនមែនពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

មាត្រា២៣ .- ស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ចគ្រប់គ្រងនីតិវិធីសុវត្ថិភាព

១. ក្រសួងប្រៃសណីយ៍និងទូរគមនាគមន៍ជាស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ចក្នុងការគ្រប់គ្រងនីតិវិធីសុវត្ថិភាព សម្រាប់កំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកនិងហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិក។

២. ការគ្រប់គ្រងនីតិវិធីសុវត្ថិភាពសម្រាប់កំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកនិងហត្ថលេខាអេឡិចត្រូនិកត្រូវកំណត់ដោយលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្ត។

ជំពូកទី៥
អន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

មាត្រា២៤ .- ការទទួលខុសត្រូវរបស់អន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

១. អន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក មិនទទួលខុសត្រូវផ្នែករដ្ឋប្បវេណីឬព្រហ្មទណ្ឌពាក់ព័ន្ធនឹងព័ត៌មានដែលមានក្នុងកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការផ្តល់សេវារបស់អន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនោះឡើយ ក្នុងករណីដែលខ្លួនមិនមែនជាអ្នកផ្ញើកំណត់ត្រានោះ និងក្នុងករណីដែល៖

ក. អន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនោះមិនបានដឹងថាព័ត៌មានដែលបានផ្ញើនោះបង្កឱ្យមានការទទួលខុសត្រូវផ្នែករដ្ឋប្បវេណីឬព្រហ្មទណ្ឌ។

ខ. អន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនោះមិនបានដឹងអំពីអង្គហេតុឬកាលៈទេសៈដែលអាចឱ្យស្មានទុកថាព័ត៌មាននោះអាចបង្កឱ្យមានការទទួលខុសត្រូវផ្នែករដ្ឋប្បវេណីឬព្រហ្មទណ្ឌ។ ឬ

គ. អន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកបានដឹងនាពេលក្រោយថាព័ត៌មាន ឬអង្គហេតុ ឬកាលៈទេសៈដែលអាចឱ្យស្មានទុកថា ព័ត៌មាននោះ

អាចបង្កឱ្យមានការទទួលខុសត្រូវខាងផ្នែករដ្ឋប្បវេណី ឬព្រហ្មទណ្ឌ ហើយបានអនុវត្តតាមនីតិវិធីចំពោះព័ត៌មានខុសច្បាប់ និងការបរិហាកេរ្តិ៍ដូចមានចែងក្នុងមាត្រា២៥ ខាងក្រោម។

២. អន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក មិនតម្រូវឱ្យតាមដានត្រួតពិនិត្យកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកណាមួយដែលដំណើរការដោយប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ខ្លួននោះឡើយ ទោះបីជាដំណើរការនៃកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកនោះអាចបង្កើតជាបទល្មើស ឬនាំឱ្យមានការទទួលខុសត្រូវរដ្ឋប្បវេណីក៏ដោយ លើកលែងតែមានការកំណត់ផ្សេងពីនេះ។

៣. បញ្ញត្តិនៃមាត្រានេះមិនត្រូវយកមកអនុវត្តដើម្បីឱ្យអន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិករួចផុតពី៖

ក. កាតព្វកិច្ចដែលបង្កើតឡើងដោយច្បាប់ ឬលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តនានា។

ខ. កាតព្វកិច្ចអនុលោមតាមបទបញ្ជា ឬសេចក្តីបង្គាប់របស់តុលាការ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចផ្សេងទៀត។ ឬ

គ. កាតព្វកិច្ចតាមកិច្ចសន្យា។

មាត្រា២៥ .- ការទទួលខុសត្រូវផ្នែកព័ត៌មានឬហេតុការណ៍

១. ក្នុងករណីដែលអន្តរការី ឬបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកបានដឹងថាព័ត៌មានក្នុងកំណត់ត្រាអាចបង្កឱ្យមានការទទួលខុសត្រូវខាងផ្នែករដ្ឋប្បវេណីឬព្រហ្មទណ្ឌ អន្តរការី ឬបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវចាត់វិធានការជាបន្ទាន់ដូចខាងក្រោម៖

ក. ដកព័ត៌មានចេញពីប្រព័ន្ធព័ត៌មានដែលស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់អន្តរការី និងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ហើយឈប់ផ្តល់សេវាពាក់ព័ន្ធនឹងព័ត៌មាននោះ។

ខ. រក្សាទុកព័ត៌មានជាភស្តុតាងនិងជូនដំណឹងដល់ក្រសួងប្រៃសណីយ៍និងទូរគមនាគមន៍ និងក្រសួង ស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ចពាក់ព័ន្ធនានាអំពីអង្គហេតុនិងអត្តសញ្ញាណនៃជនសង្ស័យ។

២. ក្នុងករណីដែលអន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដឹងអំពីហេតុការណ៍ណាមួយ ឬស្ថានភាពណាមួយដែលអាចបណ្តាលឱ្យមានការទទួលខុសត្រូវខាងផ្នែករដ្ឋប្បវេណីឬព្រហ្មទណ្ឌ អន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវរក្សាទុកព័ត៌មានជាភស្តុតាងនិងជូនដំណឹងដល់ក្រសួងប្រៃសណីយ៍និងទូរគមនាគមន៍ និងក្រសួង ស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ចពាក់ព័ន្ធនានា។

៣. នៅពេលបានដឹងឬទទួលដំណឹងពាក់ព័ន្ធនឹងព័ត៌មានក្នុងកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកដែលអាចបង្កឱ្យមានការទទួលខុសត្រូវផ្នែករដ្ឋប្បវេណីឬព្រហ្មទណ្ឌ ក្រសួងប្រៃសណីយ៍និង

ទូរគមនាគមន៍ ឬក្រសួង ស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ចពាក់ព័ន្ធ អាចបញ្ជាឱ្យអន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក៖

ក. ដកព័ត៌មានចេញពីប្រព័ន្ធព័ត៌មានដែលស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ខ្លួន។

ខ. ផ្អាកឬឈប់ផ្តល់សេវាដល់បុគ្គលនោះ។ ឬ

គ. ផ្អាកឬឈប់ផ្តល់សេវាពាក់ព័ន្ធនឹងកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិក។

៤. អន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មអេឡិចត្រូនិកមិនត្រូវទទួលខុសត្រូវផ្នែករដ្ឋប្បវេណី តាមកិច្ចសន្យាឬក្រៅកិច្ចសន្យា ឬកំណត់ដោយច្បាប់ ចំពោះការអនុវត្តដោយសុទ្ធចិត្តតាមបញ្ជារបស់ក្រសួងប្រៃសណីយ៍និងទូរគមនាគមន៍ឬក្រសួង ស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ចពាក់ព័ន្ធ។

៥. បុគ្គលដែលជូនដំណឹងអំពីសកម្មភាពខុសច្បាប់ទៅដល់អន្តរការីឬបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដោយដឹងថាការជូនដំណឹងនោះខុសពីការពិតឬមានលក្ខណៈបោកបញ្ឆោត ត្រូវទទួលខុសត្រូវខាងផ្នែករដ្ឋប្បវេណីឬព្រហ្មទណ្ឌពីអំពើនោះ។

មាត្រា២៦ .- ការផ្តល់លិខិតអនុញ្ញាតឬអាជ្ញាបណ្ណ

១. អន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ត្រូវស្នើសុំការអនុញ្ញាតឬអាជ្ញាបណ្ណពីក្រសួងពាណិជ្ជកម្មនិងក្រសួងប្រៃសណីយនិងទូរគមនាគមន៍។

២. ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មផ្តល់លិខិតអនុញ្ញាតឬអាជ្ញាបណ្ណរួមមាន៖

ក. លិខិតអនុញ្ញាតប្រកបអាជីវកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកសម្រាប់រូបវន្តបុគ្គល។

ខ. អាជ្ញាបណ្ណឱ្យប្រតិបត្តិការផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកសម្រាប់នីតិបុគ្គល។

៣. ក្រសួងប្រៃសណីយ៍និងទូរគមនាគមន៍ផ្តល់វិញ្ញាបនបត្រសេវាអនឡាញ។

៤. ការលើកលែង ការកំណត់ប្រភេទអាជ្ញាបណ្ណ បែបបទ និងនីតិវិធីនៃការផ្តល់ការអនុញ្ញាតឬអាជ្ញាបណ្ណ ត្រូវកំណត់ដោយអនុក្រឹត្យ។

មាត្រា២៧ .- ក្រមសីលធម៌វិជ្ជាជីវៈនិងបទប្បញ្ញត្តិសម្រាប់អន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

១. អន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវអនុវត្តតាមក្រមសីលធម៌វិជ្ជាជីវៈ និងបទប្បញ្ញត្តិនានាពាក់ព័ន្ធនឹងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលកំណត់ដោយប្រកាសអន្តរក្រសួងរវាងក្រសួងពាណិជ្ជកម្មនិងក្រសួងប្រៃសណីយនិងទូរគមនាគមន៍។

២. ក្រមសីលធម៌វិជ្ជាជីវៈ ដែលបានលើកឡើងក្នុងបញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី១ខាងលើត្រូវកំណត់និងរៀបរៀងឡើងដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្មនិងក្រសួងប្រៃសណីយនិងទូរគមនាគមន៍ដោយសហការជាមួយក្រសួង ស្ថាប័ននិងភាគីពាក់ព័ន្ធ។

មាត្រា២៨ .- កាតព្វកិច្ចពន្ធ ការលើកទឹកចិត្ត និងការអនុគ្រោះ

អន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ត្រូវស្ថិតនៅក្រោមនីតិរួមនៃរបបសារពើពន្ធជាធរមាន និងទទួលបានការលើកទឹកចិត្តនិងការអនុគ្រោះនានា ស្របតាមច្បាប់និងបទប្បញ្ញត្តិជាធរមាន។

ជំពូកទី៦
កិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់

មាត្រា២៩ .. ព័ត៌មានអប្បបរមាក្នុងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

១. បុគ្គលដែលប្រើប្រាស់ទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកដើម្បីលក់ទំនិញឬសេវាទៅឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ត្រូវផ្តល់ព័ត៌មានត្រឹមត្រូវ ច្បាស់លាស់ និងងាយយល់បាន ហើយត្រូវមានព័ត៌មានយ៉ាងតិចដូចខាងក្រោម៖

ក. ឈ្មោះឬនាមករណ៍ស្របច្បាប់របស់បុគ្គល អាសយដ្ឋានអាជីវកម្មដែលបានចុះបញ្ជី និងមធ្យោបាយអេឡិចត្រូនិកសម្រាប់ទំនាក់ទំនងឬលេខទូរសព្ទ។

ខ. ទម្រង់ទំនាក់ទំនងដែលរហ័ស ងាយស្រួល និងមានប្រសិទ្ធភាពរវាងអ្នកប្រើប្រាស់ជាមួយអ្នកលក់។

គ. ខចែង លក្ខខណ្ឌ និងសោហ៊ុយរបស់ទំនិញឬសេវានានាដែលពាក់ព័ន្ធនឹងប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្ម ជាពិសេស ខចែង លក្ខខណ្ឌ និងមធ្យោបាយទូទាត់ប្រាក់ និងព័ត៌មានលម្អិតពាក់ព័ន្ធនឹងការដកឬលុបចោលការបញ្ជាទិញ ការបញ្ឈប់ ការប្រគល់ និងការប្តូរទំនិញ និងការសងប្រាក់មកវិញ។ និង

ឃ. ទំនិញនិងសេវាជាក់ស្តែងដែលដាក់លក់។

២. ព័ត៌មានដែលមានចែងក្នុងបញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី១ខាងលើ ចាំបាច់ត្រូវមានលក្ខណៈគ្រប់គ្រាន់ ដើម្បីឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់អាចធ្វើការសម្រេចចិត្តលើប្រតិបត្តិការពាណិជ្ជកម្មនិងរក្សាទុកជាព័ត៌មាន។

៣. បញ្ញត្តិនៃមាត្រានេះមិនយកមកអនុវត្តចំពោះវិស័យមូលបត្រនិងធានារ៉ាប់រងឡើយ។

មាត្រា៣០ .. ទំនាក់ទំនងពាណិជ្ជកម្មដែលមិនបានស្នើសុំ

បុគ្គលណាក៏ដោយ ទោះបីជាមានទីតាំងអាជីវកម្មក្នុងឬក្រៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាដែលផ្ញើទំនាក់ទំនងពាណិជ្ជកម្មដែលមិនបានស្នើសុំទៅកាន់អ្នកប្រើប្រាស់ដែលស្ថិតនៅក្នុងឬក្រៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា តាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ឬតាមរយៈអន្តរការី ឬអ្នកផ្តល់សេវាទូរគមនាគមន៍ ត្រូវផ្តល់ជម្រើសច្បាស់លាស់និងងាយស្រួលសម្រាប់ឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់អាចធ្វើការបដិសេធមិនទទួលយកទំនាក់ទំនងពាណិជ្ជកម្មដែលមិនបានស្នើសុំនោះ។

មាត្រា៣១ .. ការបង្កើតប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកក្លែងបន្លំនិងកូដព្យាបាទ

១. បុគ្គលទាំងឡាយមិនត្រូវបង្កើតប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ក្នុងគោលបំណងក្លែងបន្លំឬបង្កការភាន់ច្រឡំ ដើម្បីទាញយកផលប្រយោជន៍ ឬក្នុងគោលបំណងទាក់ទាញឱ្យមានការប្រើប្រាស់ឬធ្វើប្រតិបត្តិការ ឈរយនាំឱ្យមានព្យសនកម្មដល់បុគ្គលដែលប្រើប្រាស់នោះឬតតិយជនឡើយ។

២. បុគ្គលទាំងឡាយមិនត្រូវបង្កើត ផ្តល់ បង្កលទ្ធភាព ចែកចាយ ឬបញ្ជូននូវលេខកូដចម្លងមេរោគ ក្នុងគោលបំណងទុច្ចរិត តាមមធ្យោបាយអេឡិចត្រូនិក ទៅក្នុងឧបករណ៍ឬប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិករបស់បុគ្គលផ្សេងទៀតឡើយ។

មាត្រា៣២ .- ការការពារទិន្នន័យ

១. បុគ្គលដែលរក្សាព័ត៌មានជាលក្ខណៈឯកជនក្រោមទម្រង់អេឡិចត្រូនិក ត្រូវប្រើគ្រប់មធ្យោបាយដើម្បីធានាថា ព័ត៌មាននោះត្រូវបានការពារប្រកបដោយសុវត្ថិភាពគ្រប់កាលៈទេសៈសមហេតុផល ដើម្បីជៀសវាង ការបាត់បង់ ការចូល ការប្រើប្រាស់ ការកែប្រែ ការបែកធ្លាយ ឬការលាតត្រដាងព័ត៌មានទាំងនោះ លើកលែងតែមានការអនុញ្ញាតពីម្ចាស់នៃព័ត៌មាននោះឬពីភាគីផ្សេងទៀតដែលអនុញ្ញាតដោយច្បាប់។

២. បុគ្គលទាំងឡាយមិនត្រូវជ្រៀតជ្រែកក្នុងប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ចូលប្រើប្រាស់ ទាញយក ថតចម្លង ស្រង់យក ធ្វើឱ្យបែកធ្លាយ លុបបំបាត់ ឬកែប្រែទិន្នន័យ ដែលស្ថិតក្រោមការរក្សាទុករបស់បុគ្គលផ្សេងទៀត ដោយទុច្ចរិត ឬគ្មានការអនុញ្ញាតឡើយ។

មាត្រា៣៣ .- ការអនុវត្តបទប្បញ្ញត្តិទាក់ទងនឹងកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់

បុគ្គលដែលប្រើប្រាស់ទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកក្នុងសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មជាមួយអ្នកប្រើប្រាស់ក៏ត្រូវអនុវត្តតាមបទប្បញ្ញត្តិនានាទាក់ទងនឹងកិច្ចការពារអ្នកប្រើប្រាស់ផងដែរ។

ជំពូកទី៧
សកម្មភាពនិងប្រតិបត្តិការរបស់រដ្ឋតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

មាត្រា៣៤ .- ការទទួលស្គាល់ទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកដោយស្ថាប័នរដ្ឋ

១. ក្រសួងឬស្ថាប័នរដ្ឋនានាអាចប្រើប្រាស់ទម្រង់អេឡិចត្រូនិកសម្រាប់សកម្មភាពនិងប្រតិបត្តិការ ដូចខាងក្រោម៖

ក. ការទទួលចុះបញ្ជីឯកសារ ឬការបំពេញលក្ខខណ្ឌតម្រូវ សម្រាប់បង្កើតឬរក្សាទុកឯកសារ។

ខ. ការចេញអាជ្ញាបណ្ណឬលិខិតអនុញ្ញាត។

គ. ការកំណត់មធ្យោបាយនិងរបៀបក្នុងការទូទាត់ប្រាក់។ ឬ

ឃ. សកម្មភាពផ្សេងទៀតដែលកំណត់ដោយក្រសួង ឬស្ថាប័នរដ្ឋ។

២. នៅពេលដែល ក្រសួង ឬស្ថាប័នរដ្ឋសម្រេចប្រើប្រាស់ទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកសម្រាប់សកម្មភាព ឬប្រតិបត្តិការណាមួយ ដូចមានចែងក្នុងបញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី១ខាងលើ ក្រសួងឬស្ថាប័ននោះអាចបញ្ជាក់៖

ក. របៀបនិងទម្រង់ដែលព័ត៌មានក្នុងទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកត្រូវទទួលចុះបញ្ជី បង្កើត រក្សាទុក ឬបោះផ្សាយ។

ខ. ប្រភេទនៃហត្ថលេខាដែលតម្រូវឱ្យធ្វើនៅពេលដែលមានការតម្រូវឱ្យចុះហត្ថលេខាក្នុងទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិកនោះ។

គ. របៀបនិងទម្រង់ដែលហត្ថលេខានោះត្រូវភ្ជាប់ក្នុងទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិក។

ឃ. ដំណើរការគ្រប់គ្រងនិងនីតិវិធីដែលសមស្របដើម្បីធានាសុក្រឹតភាព សុវត្ថិភាព និងការរក្សាការសម្ងាត់នៃទំនាក់ទំនងអេឡិចត្រូនិក ឬការទូទាត់ប្រាក់ និង

ង. លក្ខខណ្ឌកំណត់ផ្សេងទៀតដែលផ្តល់តម្លៃសមមូលរវាងឯកសារ ឬការទូទាត់ក្នុងទម្រង់អេឡិចត្រូនិក ជាមួយនឹងឯកសារ ឬការទូទាត់ក្នុងទម្រង់ជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ។

ជំពូកទី៨

ភស្តុតាងអេឡិចត្រូនិក

មាត្រា៣៥ .. ការទទួលយកជាទូទៅនូវភស្តុតាងអេឡិចត្រូនិក

គ្មានបទប្បញ្ញត្តិនៃវិធានស្តីពីភស្តុតាងណាមួយដែលយកមកអនុវត្ត ដើម្បីបដិសេធក្នុងការទទួលយកជាទូទៅនូវកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកធ្វើជាភស្តុតាង ដោយហេតុផលគ្រាន់តែសម្អាងលើមូលដ្ឋានថា វាជាកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកនោះឡើយ ទោះបីជាភស្តុតាងនោះមិនស្ថិតក្នុងទម្រង់ដើមក៏ដោយ។

មាត្រា៣៦ .. សុក្រឹតភាពនៃប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

១. នៅក្នុងដំណើរការនីតិវិធីតាមផ្លូវច្បាប់ សុពលភាពនៃភស្តុតាងអេឡិចត្រូនិកអាចត្រូវបានបញ្ជាក់តាមរយៈសុក្រឹតភាពនៃប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដែលបានកត់ត្រាឬរក្សាទុកនូវទិន្នន័យណាមួយ។

២. លើកលែងតែមានភស្តុតាងផ្ទុយ ប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលបានប្រើប្រាស់សម្រាប់កត់ត្រាឬរក្សាទុកកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិក ត្រូវបានសន្មតថាមានសុក្រឹតភាព ក្នុងដំណើរការនីតិវិធីតាមផ្លូវច្បាប់ តាមលក្ខខណ្ឌណាមួយដូចខាងក្រោម៖

ក. ក្នុងករណីមានភស្តុតាងគាំទ្រដល់អង្គហេតុណាមួយដែលបញ្ជាក់ថាប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកឬឧបករណ៍ស្រដៀងគ្នាផ្សេងទៀត បានដំណើរការជាប្រក្រតីនៅពេលដែលកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកនោះត្រូវបានកត់ត្រាឬរក្សាទុកឬនៅពេលដែលយកទៅធ្វើជាភស្តុតាង ឬក្នុងករណីដែលប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ឬឧបករណ៍ ស្រដៀងគ្នាផ្សេងទៀតនោះមិនបានដំណើរការជាប្រក្រតី ឬឈប់ដំណើរការទាំងស្រុង ប៉ុន្តែមិនធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់សុក្រឹតភាពនៃកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិក ហើយគ្មានមូលហេតុ សមស្របណាផ្សេងយកមកជំទាស់សុក្រឹតភាពនៃកំណត់ត្រានោះ។

ខ. ក្នុងករណីមានភស្តុតាងអាចបង្ហាញបានថា កំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានកត់ត្រាឬរក្សាទុក ដោយភាគីដែលមានផលប្រយោជន៍ផ្ទុយគ្នាទៅនឹងភាគីម្ខាងទៀតដែលប្រើប្រាស់កំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកនោះជាភស្តុតាងក្នុងដំណើរការនីតិវិធីតាមផ្លូវច្បាប់។ ឬ

គ. នៅពេលដែលមានភស្តុតាងអាចបង្ហាញបានថា កំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានកត់ត្រាឬរក្សាទុកជាប្រក្រតីក្នុងគោលបំណងអាជីវកម្មធម្មតាដោយបុគ្គលដែលមិនមែនជាភាគីក្នុងដំណើរការនីតិវិធីតាមផ្លូវច្បាប់ ហើយបុគ្គលនោះមិនបានកត់ត្រាឬរក្សាទុកនូវកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ភាគីដែលប្រើប្រាស់កំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកនោះជាភស្តុតាងក្នុងដំណើរការនីតិវិធីតាមផ្លូវច្បាប់។

ROYAUME DU CAMBODGE
LE MINISTRE DU PALAIS ROYAL

មាត្រា៣៧ .- សុក្រឹតភាពនៃព័ត៌មាន

១. លើកលែងតែមានភស្តុតាងផ្ទុយពីនេះ កំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកដែលបានកត់ត្រាឬរក្សាទុកនៅក្នុងប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានសន្មតថាមានសុក្រឹតភាពនៅក្នុងដំណើរការនីតិវិធីតាមផ្លូវច្បាប់ ប្រសិនបើកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកនោះ៖

ក. នៅពេញលេញនិងគ្មានការកែប្រែក្រៅពីការធ្វើបដិលេខបន្ថែមណាមួយ ឬការផ្លាស់ប្តូរដែលមិនសំខាន់ណាមួយដែលកើតឡើងនៅក្នុងដំណើរការជាប្រក្រតីនៃទំនាក់ទំនង ការរក្សាទុកឬការបង្ហាញ។

ខ. ត្រូវបានបញ្ជាក់ឬចុះហត្ថលេខានៅក្នុងទម្រង់អេឡិចត្រូនិក តាមរយៈមធ្យោបាយដែលផ្តល់ឱ្យដោយអ្នកផ្តល់នីតិវិធីសុវត្ថិភាពដែលមានអាជ្ញាបណ្ណត្រឹមត្រូវ។

គ. មានសុក្រឹតភាពនិងមានខ្លឹមសារដែលត្រូវបានបញ្ជាក់ដោយក្រសួងឬស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ច។

ឃ. ត្រូវបានកត់ត្រាទុកនៅក្នុងឧបករណ៍រក្សាទុកឬតាមមធ្យោបាយអេឡិចត្រូនិកផ្សេងទៀតដែលមិនអនុញ្ញាតឱ្យមានការកែប្រែទៅលើកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិក។

ង. ត្រូវបានត្រួតពិនិត្យនិងបញ្ជាក់ពីសុក្រឹតភាព ដោយអ្នកជំនាញដែលត្រូវបានតែងតាំងដោយតុលាការ។

ច. នៅពេលដែលមានភស្តុតាងគាំទ្រដល់អង្គហេតុណាមួយ ដែលបញ្ជាក់ថាប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកឬឧបករណ៍ស្រដៀងគ្នាផ្សេងទៀតបានដំណើរការជាប្រក្រតីនៅគ្រប់រយៈពេលសំខាន់ៗ ឬក្នុងករណីដែលប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកឬឧបករណ៍ស្រដៀងគ្នាផ្សេងទៀតនោះមិនបានដំណើរការជាប្រក្រតីឬឈប់ដំណើរការទាំងស្រុង តែសុក្រឹតភាពនៃកំណត់ត្រាមិនរងការប៉ះពាល់ដោយសារស្ថានភាពទាំងនោះទេ ហើយគ្មានមូលហេតុសមស្របណាផ្សេងទៀតដែលចោទជាមន្ទិលសង្ស័យលើសុក្រឹតភាពនៃកំណត់ត្រានោះឡើយ។ ឬ

ឆ. នៅពេលដែលមានភស្តុតាងអាចបង្ហាញបានថាកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានកត់ត្រាឬរក្សាទុកដោយភាគីដែលចូលរួមនៅក្នុងដំណើរការនីតិវិធីតាមផ្លូវច្បាប់នោះ ហើយដែលភាគីមានទំនាស់ផលប្រយោជន៍ផ្ទុយគ្នាទៅនឹងភាគីម្ខាងទៀត ដែលមានបំណងប្រើប្រាស់កំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកនោះ។

២. នៅពេលដែលមានភស្តុតាងអាចបង្ហាញបានថាកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកត្រូវបានកត់ត្រាឬរក្សាទុកតាមធម្មតានិងក្នុងគោលបំណងអាជីវកម្មធម្មតា ដោយបុគ្គលដែលមិនមែនជាភាគីនៅក្នុងដំណើរការនីតិវិធីតាមផ្លូវច្បាប់ ហើយបុគ្គលនោះមិនបានកត់ត្រាឬរក្សាទុកនូវកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិក ក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ភាគីដែលមានបំណងប្រើប្រាស់កំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកនោះ។

៣. នៅពេលដែលរបាយការណ៍ត្រូវបានកត់ត្រាទុកនៅក្នុងកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិក ដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក មិនត្រូវបានចាត់ទុកថាជាពាក្យចចាមអារ៉ាមទេនោះ របាយការណ៍ទាំងនោះអាចទទួលយកបាន ប្រសិនបើលក្ខខណ្ឌដូចដែលមានចែងនៅក្នុងបញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី២ ទាក់ទងនឹងកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកនោះត្រូវបានបំពេញ។

មាត្រា៣៨ .. ឯកសារដែលបានបោះពុម្ពចេញ

ឯកសារដែលបានបោះពុម្ពចេញត្រឹមត្រូវស្របនឹងខ្លឹមសារដើមចេញពីកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិក អាចយកមកប្រើប្រាស់ជាភស្តុតាងបានក្នុងដំណើរការនីតិវិធីតាមផ្លូវច្បាប់។

មាត្រា៣៩ .. បន្ទុកក្នុងការបង្ហាញអំពីយថាភូតភាពនៃភស្តុតាងអេឡិចត្រូនិក

១. បុគ្គលដែលស្នើសុំបង្ហាញកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកក្នុងដំណើរការនីតិវិធីតាមផ្លូវច្បាប់ណាមួយ បុគ្គលនោះត្រូវទទួលបន្ទុកបង្ហាញពីយថាភូតភាពនៃកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកដោយមានភស្តុតាងគាំទ្រដល់កំណត់ត្រាដែលបានបង្ហាញ។

២. ក្នុងករណីមានបទប្បញ្ញត្តិណាមួយការពារបុគ្គលងាយរងគ្រោះដែលរាប់បញ្ចូលទាំងអ្នកប្រើប្រាស់និងកុមារ ហើយដែលមានកំណត់អំពីបន្ទុកនៃការបង្ហាញភស្តុតាងដែលផ្តល់ប្រយោជន៍ដល់បុគ្គលទាំងនោះច្រើនជាងច្បាប់នេះ បទប្បញ្ញត្តិនោះត្រូវមានអាទិភាពជាងមាត្រានេះ។

មាត្រា៤០ .. បទដ្ឋាននៃការកត់ត្រាឬការរក្សាទុកកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិក

ដើម្បីកំណត់បានថាកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកត្រូវទទួលយកឬមិនទទួលយកក្នុងបទប្បញ្ញត្តិផ្សេងទៀត ការបង្ហាញភស្តុតាងអាចត្រូវធ្វើឡើងដោយផ្អែកលើបទដ្ឋាន នីតិវិធី ការប្រើឬការអនុវត្តនៃការកត់ត្រាឬរក្សាទុកកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិក ដោយត្រូវពិនិត្យពិចារណាអំពីប្រភេទអាជីវកម្ម ចរិតលក្ខណៈ និងគោលបំណងនៃកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកនោះ។

មាត្រា៤១ .. ការចេញលិខិតបញ្ជាក់យថាភូតភាព

១. ក្នុងករណីដែលបុគ្គលណាមួយមានបំណងចង់បង្ហាញយថាភូតភាពនៃកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកមួយដើម្បីធ្វើជាភស្តុតាង បុគ្គលនោះអាចស្នើសុំភស្តុតាងនោះពីអ្នកជំនាញពាក់ព័ន្ធនឹងយថាភូតភាពនៃកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកនោះក្រោមទម្រង់ជាលិខិតបញ្ជាក់។

២. លិខិតបញ្ជាក់យថាភូតភាពដូចមានចែងក្នុងបញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី១ខាងលើត្រូវចេញដោយ៖

ក. ក្រសួង ស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ច ឬបុគ្គលដែលទទួលខុសត្រូវពាក់ព័ន្ធនឹងប្រតិបត្តិការ ឬការគ្រប់គ្រងអ្នកបង្កើតនីតិវិធីសុវត្ថិភាពជាក់លាក់ណាមួយ ឬអ្នកបង្កើតនីតិវិធីសុវត្ថិភាពដែលទទួលស្គាល់ដោយតុលាការ។ ឬ

ខ. អ្នកជំនាញដែលតែងតាំងឬដែលទទួលស្គាល់ដោយតុលាការ។

៣. បុគ្គលដែលមានសមត្ថកិច្ចក្នុងការចេញលិខិតបញ្ជាក់យថាភូតភាព ដូចមានចែងក្នុងបញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី២ខាងលើ មិនត្រូវក្លែងឬចេញលិខិតបញ្ជាក់យថាភូតភាពនៃកំណត់ត្រាឬភស្តុតាងអេឡិចត្រូនិកដែលមានលក្ខណៈក្លែងបន្លំឬមិនមែនជាការពិតនោះឡើយ។

មាត្រា៤២ .- នីតិវិធីផ្សេងទៀតក្នុងការបង្កើតភស្តុតាងអេឡិចត្រូនិក

បន្ថែមលើមធ្យោបាយបង្ហាញភស្តុតាងដូចមានចែងក្នុងច្បាប់នេះ ភស្តុតាងអេឡិចត្រូនិក អាចត្រូវបានបង្កើតឡើង តាមបច្ចេកទេសនិងនីតិវិធីផ្សេងទៀតដូចជា ការបញ្ជាក់ដោយសារការី ឬស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ច កំណត់ត្រាក្នុងមធ្យោបាយអេឡិចត្រូនិកដែលមិនអនុញ្ញាតឱ្យមានការកែប្រែបាន និងលទ្ធផលកោសល្យវិច័យលើប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកតាមការរកឃើញរបស់យុត្តាធិការតុលាការ។

មាត្រា៤៣ .- ការបំពានលើកូដនីយកម្ម

បុគ្គលទាំងឡាយមិនត្រូវដាក់កូដក្នុងទំនាក់ទំនងពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដែលជាភស្តុតាងអាចនាំទៅដល់ការចោទប្រកាន់ ឬការដាក់កូដលើទិន្នន័យ ឬភស្តុតាងក្នុងប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដែលទាក់ទិននឹងបទល្មើសឡើយ។

មាត្រា៤៤ .- ការទទួលយកកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកពីបរទេស

ភស្តុតាងអេឡិចត្រូនិកដែលបញ្ជាក់ដោយក្រសួងឬស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ចនៃបណ្តារដ្ឋបរទេស ត្រូវបានទទួលយកជាភស្តុតាង ប្រសិនបើប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលកត់ត្រាឬរក្សាទុកកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកនោះមានសុក្រឹតភាពស្របតាមបទដ្ឋាន ដូចមានចែងក្នុងជំពូកទី៨នៃច្បាប់នេះ។

មាត្រា៤៥ .- ការទទួលយកព័ត៌មានអេឡិចត្រូនិកមកពីបរទេស

ដើម្បីកំណត់ថាព័ត៌មានក្នុងទម្រង់អេឡិចត្រូនិកមួយអាចទទួលយកឬមិនអាចទទួលយកបាន ឬអាចទទួលយកបានត្រឹមកម្រិតណាមួយនោះ មិនត្រូវគិតពីទីតាំងដែលព័ត៌មាននោះត្រូវបានបង្កើតឡើងឬត្រូវបានប្រើប្រាស់ ឬទីតាំងអាជីវកម្មដែលបានបង្កើតឡើងនៅបរទេសនោះឡើយ ឱ្យតែកំណត់ត្រាអេឡិចត្រូនិកនោះអាចចូលនិងទាញយកមកប្រើបាននៅក្នុងដែនសមត្ថកិច្ចនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។

ជំពូកទី៩

ការទូទាត់និង/ឬការផ្ទេរប្រាក់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

មាត្រា៤៦ .- ប្រតិបត្តិការទូទាត់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

១. បុគ្គលណាដែលធ្វើប្រតិបត្តិការប្រព័ន្ធទូទាត់ ផ្តល់សេវាទូទាត់ ចេញផ្សាយឧបករណ៍ទូទាត់ប្រាក់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ឬផ្តល់មធ្យោបាយទូទាត់ប្រាក់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ឬធ្វើប្រតិបត្តិការណាដែលត្រូវបានចាត់ទុកថាជាការផ្តល់ការទូទាត់សងប្រាក់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ដល់សាធារណជនត្រូវស្នើសុំការអនុញ្ញាតឬអាជ្ញាបណ្ណជាមុនពីធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា។

២. ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជាជាស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ចក្នុងការរៀបចំបទប្បញ្ញត្តិទាក់ទងនឹងការទូទាត់ប្រាក់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

មាត្រា៤៧ .- ការទទួលខុសត្រូវរបស់បុគ្គលផ្តល់សេវាទូទាត់

១. បុគ្គលផ្តល់សេវាទូទាត់មិនត្រូវផ្តល់ជូនអតិថិជននូវឧបករណ៍ទូទាត់ ដែលអតិថិជនមិនបានស្នើសុំនោះទេ លើកលែងតែករណីដែលបណ្ណទូទាត់នោះជាបណ្ណទូទាត់ហួសរយៈពេលប្រើប្រាស់ ឬដល់ពេលត្រូវផ្លាស់ប្តូរ។

២. មុនពេលធ្វើប្រតិបត្តិការផ្ទេរប្រាក់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក បុគ្គលផ្តល់សេវាត្រូវបញ្ជាក់ឱ្យបានច្បាស់ពីអត្តសញ្ញាណរបស់អតិថិជននិងផ្ទៀងផ្ទាត់ឡើងវិញនូវភាពត្រឹមត្រូវនៃការផ្ទេរប្រាក់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។ បុគ្គលផ្តល់សេវាទូទាត់ត្រូវទទួលខុសត្រូវលើករណីដូចខាងក្រោម៖

ក. ប្រតិបត្តិការកើតឡើងដោយគ្មានការអនុញ្ញាតពីអតិថិជន។

ខ. ប្រតិបត្តិការកើតឡើងបន្ទាប់ពីដឹងថាមានការបន្លំ បាត់បង់ ឬចោរកម្មនៃឧបករណ៍ផ្ទេរប្រាក់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

គ. ប្រតិបត្តិការកើតឡើងបន្ទាប់ពីមានការជូនដំណឹងពីអតិថិជនដូចមានចែងក្នុងមាត្រា៤៨ខាងក្រោម។

ឃ. ការខកខានមិនបានប្រតិបត្តិតាមបញ្ជារបស់អតិថិជនឬការប្រតិបត្តិខុសពីបញ្ជារបស់អតិថិជន។ ឬ

ង. ភាពមិនប្រក្រតីនៃប្រព័ន្ធបច្ចេកទេស កំហុសក្នុងការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធបច្ចេកទេស ឬភាពខ្វះខាតនៃឧបករណ៍ផ្ទេរប្រាក់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

៣. បុគ្គលផ្តល់សេវាទូទាត់អាចរួចផុតពីការទទួលខុសត្រូវបានតែក្នុងករណីប្រធានស័ក្តិ ឬជាកំហុសរបស់អតិថិជនផ្ទាល់ប៉ុណ្ណោះ។

៤. ក្នុងករណីដែលបុគ្គលផ្តល់សេវាទូទាត់ត្រូវទទួលខុសត្រូវ បុគ្គលផ្តល់សេវាទូទាត់ត្រូវសងថ្លៃខូចខាតជូនអតិថិជនក្នុងរយៈពេលមិនឱ្យលើសពី៣០(សាមសិប)ថ្ងៃ គិតចាប់ពីថ្ងៃបានទទួលការជូនដំណឹងពីអតិថិជនដូចមានចែងក្នុងមាត្រា៤៨នៃច្បាប់នេះ នូវកម្រៃប្រតិបត្តិការដែលបានខាតបង់សោហ៊ុយ និងការពិន័យក្នុងការបង់ការប្រាក់យឺតយ៉ាវដែលកើតចេញពីប្រតិបត្តិការនេះ ដោយ មិនទាន់គិតបញ្ចូលការសងថ្លៃខូចខាតដទៃទៀតដែលអាចកើតឡើងចំពោះអតិថិជន។

៥. បុគ្គលទាំងឡាយមិនត្រូវចេញផ្សាយបណ្ណទូទាត់ ឬកែប្រែបណ្ណទូទាត់ទៅជាទម្រង់ណាមួយដែលខុសពីទម្រង់ដើម ដោយគ្មានការអនុញ្ញាតក្នុងគោលបំណងទុច្ចរិត ឆបោក ឬក្លែងបន្លំដែលនាំឱ្យមានព្យសនកម្មដល់បុគ្គលមួយផ្សេងទៀតឡើយ។

មាត្រា៤៨ .- ការទទួលខុសត្រូវរបស់អតិថិជន

១. អតិថិជនត្រូវជូនដំណឹងដល់បុគ្គលផ្តល់សេវាទូទាត់ អំពីប្រតិបត្តិការដែលកើតឡើងដោយគ្មានការអនុញ្ញាត កំហុសឆ្គង ឬភាពមិនត្រឹមត្រូវផ្សេងទៀតនៅក្នុងគណនីរបស់ខ្លួន។

២. អតិថិជនត្រូវជូនដំណឹងដល់បុគ្គលផ្តល់សេវាទូទាត់ឬគ្រឹះស្ថានដែលទទួលបានការអនុញ្ញាតពីបុគ្គលផ្តល់សេវាទូទាត់អំពីករណីបាត់បង់ឬអំពើចោរកម្មលើឧបករណ៍/មធ្យោបាយផ្ទេរប្រាក់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ឬការលួចយកទិន្នន័យសម្រាប់ប្រើប្រាស់ជាមួយឧបករណ៍ទូទាត់។ ការជូនដំណឹងនេះអាចធ្វើឡើងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរឬតាមមធ្យោបាយអេឡិចត្រូនិកណាមួយដែលទទួលយកដោយបុគ្គលផ្តល់សេវាទូទាត់ ហើយត្រូវជូនដំណឹងជាបន្ទាន់តាមលទ្ធភាពដែលអាចធ្វើទៅបានឬមិនឱ្យលើសរយៈពេល២(ពីរ)ថ្ងៃ បន្ទាប់ពីបានដឹងថាមានករណីចោរកម្មឬបាត់បង់ឧបករណ៍ទូទាត់កើតឡើង។

៣. ក្នុងករណីមានភស្តុតាងគ្រប់គ្រាន់បញ្ជាក់ថាការបាត់បង់ឬការខូចខាតក្នុងករណីខាងលើជាកំហុសរបស់អតិថិជន បុគ្គលផ្តល់សេវាទូទាត់មានសិទ្ធិទាមទារឱ្យអតិថិជនទទួលខុសត្រូវទាំងស្រុងចំពោះការបាត់បង់ឬការខូចខាតនោះ។

៤. ក្នុងករណីមិនមានភស្តុតាងបញ្ជាក់អំពីកំហុសរបស់អតិថិជនទេ បុគ្គលផ្តល់សេវាទូទាត់ត្រូវទទួលខុសត្រូវទាំងស្រុងចំពោះការបាត់បង់ឬការខូចខាតនោះ ដោយឥតលក្ខខណ្ឌ។

ជំពូកទី១០
សមត្ថកិច្ច ការប្តឹងតវ៉ា និងនីតិវិធីនៃការផាកពិន័យ

មាត្រា៤៩ .- សមត្ថកិច្ច

ការព្រមានជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ការបញ្ឈប់សកម្មភាពឬប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម ការព្យួរការដកហូត ឬការលុបចោលលិខិតអនុញ្ញាតឬអាជ្ញាបណ្ណ និងការផាកពិន័យ ជាសមត្ថកិច្ចរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មនិងក្រសួងប្រៃសណីយនិងទូរគមនាគមន៍។

ក្នុងករណីដែលបុគ្គលមិនអនុវត្តតាមវិធានការខាងលើ ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មនិងក្រសួងប្រៃសណីយនិងទូរគមនាគមន៍ អាចធ្វើបណ្តឹងទៅតុលាការមានសមត្ថកិច្ច។

មាត្រា៥០ .- នីតិវិធីនៃការប្តឹងតវ៉ា

១. បុគ្គលដែលមិនសុខចិត្តនឹងការព្រមានជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ការបញ្ឈប់សកម្មភាពឬប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម ការព្យួរ ការដកហូត ឬការលុបចោលលិខិតអនុញ្ញាតឬអាជ្ញាបណ្ណ និងការផាកពិន័យរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មនិងក្រសួងប្រៃសណីយនិងទូរគមនាគមន៍ មានសិទ្ធិប្តឹងតវ៉ាទៅរដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្មនិងក្រសួងប្រៃសណីយនិងទូរគមនាគមន៍។

២. រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្មនិងក្រសួងប្រៃសណីយនិងទូរគមនាគមន៍ត្រូវសម្រេចក្នុងរយៈពេល៣០(សាមសិប)ថ្ងៃយ៉ាងយូរ។

៣. បុគ្គលណាមួយដែលមិនសុខចិត្តនឹងសេចក្តីសម្រេចរបស់រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្មនិងក្រសួងប្រៃសណីយនិងទូរគមនាគមន៍ មានសិទ្ធិប្តឹងតវ៉ាទៅតុលាការមានសមត្ថកិច្ចនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាបានក្នុងរយៈពេល៣០(សាមសិប)ថ្ងៃយ៉ាងយូរ គិតចាប់ពីថ្ងៃទទួលបានសេចក្តីជូនដំណឹងនៃសេចក្តីសម្រេចនោះ។

មាត្រា៥១ .- នីតិវិធីនៃការផាកពិន័យ

នីតិវិធីនៃការផាកពិន័យ ការបង់ប្រាក់ផាកពិន័យ ការគ្រប់គ្រងបង្កាន់ដៃបង់ប្រាក់ពិន័យ និង ការចាត់ចែងប្រាក់ចំណូលដែលបានពីការផាកពិន័យ ដូចមានចែងនៅក្នុងបទប្បញ្ញត្តិច្បាប់នេះ ត្រូវកំណត់ដោយប្រកាសអន្តរក្រសួងរវាងរដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងរដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងប្រៃសណីយ៍និងទូរគមនាគមន៍។

ជំពូកទី១១
ទោសប្បញ្ញត្តិ

មាត្រា៥២ .- ទណ្ឌកម្ម

ទណ្ឌកម្មនៅក្នុងច្បាប់នេះរួមមាន ការព្រមានជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ការបញ្ឈប់សកម្មភាព ឬប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម ការព្យួរ ការដកហូត ឬការលុបចោលលិខិតអនុញ្ញាតឬអាជ្ញាបណ្ណ ការផាកពិន័យ ទោសដាក់ពន្ធនាគារ និងទោសពិន័យជាប្រាក់។

មាត្រា៥៣ .- អំពើល្មើសលើការលួចប្រើប្រាស់អត្តសញ្ញាណ

ត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី៦(ប្រាំមួយ)ខែទៅ៣(បី)ឆ្នាំនិងត្រូវពិន័យជាប្រាក់ពី ១ ០០០ ០០០(មួយលាន)រៀលទៅ៦ ០០០ ០០០(ប្រាំមួយលាន)រៀល ចំពោះបុគ្គលណាដែលប្រព្រឹត្តអំពើផ្ទុយនឹងបញ្ញត្តិនៃមាត្រា២២។

មាត្រា៥៤ .- អំពើល្មើសលើការមិនរាយការណ៍អំពីព័ត៌មានឬហេតុការណ៍

ត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី១(មួយ)ខែទៅ១(មួយ)ឆ្នាំនិងត្រូវពិន័យជាប្រាក់ពី១០០ ០០០(មួយសែន)រៀលទៅ២ ០០០ ០០០(ពីរលាន)រៀល ចំពោះអំពើរបស់អន្តរការីនិងបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកដែលប្រព្រឹត្តអំពើផ្ទុយនឹងបញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី១និងកថាខណ្ឌទី២នៃមាត្រា២៥។

មាត្រា៥៥ .- អំពើផ្តល់ពត៌មានមិនពិត

ត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី១(មួយ)ខែទៅ១(មួយ)ឆ្នាំនិងត្រូវពិន័យជាប្រាក់ពី១០០ ០០០(មួយសែន)រៀលទៅ២ ០០០ ០០០(ពីរលាន)រៀល ចំពោះបុគ្គលណាដែលប្រព្រឹត្តអំពើដូចមានចែងក្នុងបញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី៥នៃមាត្រា២៥។

មាត្រា៥៦ .- ការធ្វើប្រតិបត្តិការដោយគ្មានការអនុញ្ញាត

ត្រូវបញ្ឈប់សកម្មភាពឬប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មនិងត្រូវទទួលការផាកពិន័យជាប្រាក់មិនលើសពី១០ ០០០ ០០០(ដប់លាន)រៀល ចំពោះបុគ្គលទាំងឡាយណាដែលប្រព្រឹត្តផ្ទុយនឹងបញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី១នៃមាត្រា២៦។

ក្នុងករណីធ្លាប់ទទួលរងនូវវិធានការដូចមានចែងក្នុងកថាខណ្ឌទី១ជាស្ថាពររួចហើយ ហើយបានប្រព្រឹត្តបទល្មើសដដែលនេះ ត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី១(មួយ)ឆ្នាំទៅ៣(បី)ឆ្នាំ និងត្រូវពិន័យជាប្រាក់ពី២ ០០០ ០០០(ពីរលាន)រៀលពី៦ ០០០ ០០០(ប្រាំមួយលាន)រៀល។

មាត្រា៥៧ .- អំពើល្មើសលើការមិនអនុវត្តតាមបទប្បញ្ញត្តិស្តីពីព័ត៌មានអប្បបរមាក្នុង ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

ត្រូវទទួលការព្រមានជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ចំពោះបុគ្គលណាដែលប្រព្រឹត្តអំពើផ្ទុយនឹងបញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី១និងកថាខណ្ឌទី២នៃមាត្រា២៩។

ក្នុងករណីទទួលរងនូវការព្រមានជាលាយលក្ខណ៍អក្សរម្តងរួចហើយ នៅតែបន្តប្រព្រឹត្តល្មើសដូចមានចែងក្នុងកថាខណ្ឌទី១ខាងលើនេះ ត្រូវព្យួរឬដកហូតអាជ្ញាបណ្ណឬលិខិតអនុញ្ញាតជាបុគ្គលផ្តល់ពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក។

មាត្រា៥៨ .- អំពើល្មើសលើការផ្ញើទំនាក់ទំនងពាណិជ្ជកម្មដែលមិនបានស្នើសុំ

ត្រូវទទួលការព្រមានជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ចំពោះបុគ្គលណាដែលប្រព្រឹត្តអំពើផ្ទុយនឹងបញ្ញត្តិនៃមាត្រា៣០។

ក្នុងករណីទទួលរងនូវការព្រមានជាលាយលក្ខណ៍អក្សរម្តងរួចហើយ នៅតែបន្តប្រព្រឹត្តល្មើស ដូចមានចែងក្នុងកថាខណ្ឌទី១ខាងលើនេះ ត្រូវព្យួរឬដកហូតអាជ្ញាបណ្ណឬលិខិតអនុញ្ញាតជាអន្តរការីឬបុគ្គលផ្តល់សេវាពាណិជ្ជកម្មតាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក ឬបិទមិនឱ្យដំណើរការនូវប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឬមធ្យោបាយអេឡិចត្រូនិករបស់អ្នកផ្ញើ។

មាត្រា៥៩ .- អំពើល្មើសលើការក្លែងប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិកនិងកូដព្យាបាទ

ត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី៦(ប្រាំមួយ)ខែទៅ៣(បី)ឆ្នាំនិងត្រូវពិន័យជាប្រាក់ពី ១ ០០០ ០០០(មួយលាន)រៀលទៅ៦ ០០០ ០០០(ប្រាំមួយលាន)រៀល ចំពោះបុគ្គលណាដែលប្រព្រឹត្តអំពើផ្ទុយនឹងបញ្ញត្តិនៃមាត្រា៣១។

មាត្រា៦០ .- អំពើល្មើសលើការមិនអនុវត្តកាតព្វកិច្ចការពារទិន្នន័យ

ត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី១(មួយ)ឆ្នាំទៅ២(ពីរ)ឆ្នាំនិងត្រូវពិន័យជាប្រាក់ពី២ ០០០ ០០០ (ពីរលាន)រៀលទៅ៤ ០០០ ០០០(បួនលាន)រៀល ចំពោះបុគ្គលដែលរក្សាព័ត៌មានជាលក្ខណៈឯកជនក្រោមទម្រង់អេឡិចត្រូនិក ដែលប្រព្រឹត្តអំពើផ្ទុយនឹងបញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី១នៃមាត្រា៣២។

ត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី១(មួយ)ឆ្នាំទៅ២(ពីរ)ឆ្នាំនិងត្រូវពិន័យជាប្រាក់ពី២ ០០០ ០០០ (ពីរលាន)រៀលទៅ៤ ០០០ ០០០(បួនលាន)រៀល ចំពោះបុគ្គលណាដែលប្រព្រឹត្តអំពើផ្ទុយនឹងបញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី២នៃមាត្រា៣២។

មាត្រា៦១ .- អំពើល្មើសលើការបំពានលើការចេញលិខិតបញ្ជាក់យថាភូតភាព

ត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី១(មួយ)ខែទៅ១(មួយ)ឆ្នាំនិងត្រូវពិន័យជាប្រាក់ពី១០០ ០០០ (មួយសែន)រៀលទៅ២ ០០០ ០០០(ពីរលាន)រៀល ចំពោះបុគ្គលទាំងឡាយដែលប្រព្រឹត្តអំពើផ្ទុយនឹងបញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី៣នៃមាត្រា៤១។

មាត្រា៦២ .- អំពើល្មើសលើការបំពានលើកូដនីយកម្ម

ត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី១(មួយ)ឆ្នាំទៅ៣(បី)ឆ្នាំនិងត្រូវពិន័យជាប្រាក់ពី២ ០០០ ០០០ (ពីរលាន)រៀលទៅ៦ ០០០ ០០០(ប្រាំមួយលាន)រៀល ចំពោះបុគ្គលទាំងឡាយដែលប្រព្រឹត្តអំពើផ្ទុយនឹងបញ្ញត្តិនៃមាត្រា៤៣។

មាត្រា៦៣ .- អំពើល្មើសលើការធ្វើប្រតិបត្តិការទូទាត់តាមប្រព័ន្ធអេឡិចត្រូនិក

ត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី១(មួយ)ឆ្នាំទៅ៥(ប្រាំ)ឆ្នាំនិងត្រូវពិន័យជាប្រាក់ពី១ ០០០ ០០០ (មួយលាន)រៀលទៅ១០ ០០០ ០០០(ដប់លាន)រៀល ចំពោះបុគ្គលទាំងឡាយដែលប្រព្រឹត្តអំពើផ្ទុយនឹងបញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី១នៃមាត្រា៤៦។

មាត្រា៦៤ .- អំពើល្មើសលើការក្លែងបន្លំឧបករណ៍ទូទាត់សងប្រាក់ជាអេឡិចត្រូនិក

ត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី១(មួយ)ឆ្នាំទៅ៣(បី)ឆ្នាំនិងត្រូវពិន័យជាប្រាក់ពី២ ០០០ ០០០ (ពីរលាន)រៀលទៅ៦ ០០០ ០០០(ប្រាំមួយលាន)រៀល ចំពោះបុគ្គលទាំងឡាយដែលប្រព្រឹត្តអំពើផ្ទុយនឹងបញ្ញត្តិនៃកថាខណ្ឌទី៥នៃមាត្រា៤៧។

មាត្រា៦៥ .- ការទទួលខុសត្រូវព្រហ្មទណ្ឌរបស់នីតិបុគ្គល

១. នីតិបុគ្គលអាចត្រូវប្រកាសថាត្រូវទទួលខុសត្រូវព្រហ្មទណ្ឌតាមលក្ខខណ្ឌដែលមានចែងក្នុងមាត្រា៤២(ការទទួលខុសត្រូវព្រហ្មទណ្ឌរបស់នីតិបុគ្គល)នៃក្រមព្រហ្មទណ្ឌ ចំពោះបទល្មើសដែលមានចែងក្នុងមាត្រា៥៣ដល់មាត្រា៥៥ កថាខណ្ឌទី២នៃមាត្រា៥៦និងមាត្រា៥៩ដល់មាត្រា៦៤នៃច្បាប់នេះ។

២. នីតិបុគ្គលត្រូវពិន័យជាប្រាក់ទ្វេដង ព្រមទាំងទោសបន្ថែមណាមួយឬច្រើន ដូចតទៅនេះ៖

- ក. ការរំលាយតាមបែបបទកំណត់ដោយមាត្រា១៧០(ការរំលាយនិងការជម្រះបញ្ជីនៃនីតិបុគ្គល)នៃក្រមព្រហ្មទណ្ឌ។
- ខ. ការដាក់ឱ្យស្ថិតនៅក្រោមការពិនិត្យតាមដានរបស់តុលាការ តាមបែបបទកំណត់ដោយមាត្រា១៧១(ការដាក់ឱ្យស្ថិតនៅក្រោមការត្រួតពិនិត្យតាមដានរបស់តុលាការ)នៃក្រមព្រហ្មទណ្ឌ។
- គ. ការហាមឃាត់ចំពោះការធ្វើសកម្មភាពមួយឬច្រើន តាមបែបបទកំណត់ដោយមាត្រា១៧២ (ការហាមឃាត់ចំពោះការធ្វើសកម្មភាព)នៃក្រមព្រហ្មទណ្ឌ។
- ឃ. ការបិទផ្សាយសេចក្តីសម្រេចផ្តន្ទាទោស តាមបែបបទកំណត់ដោយមាត្រា១៨០(ការបិទផ្សាយសេចក្តីសម្រេច)នៃក្រមព្រហ្មទណ្ឌ។
- ង. ការផ្សាយសេចក្តីសម្រេចផ្តន្ទាទោសនៅក្នុងសារព័ត៌មានសរសេរ សារព័ត៌មានអេឡិចត្រូនិក ឬការផ្សាយតាមគ្រប់មធ្យោបាយទូរគមនាគមន៍សោតទស្សន៍ តាមបែបបទកំណត់ដោយមាត្រា១៨១(ការផ្សាយសេចក្តីសម្រេចតាមមធ្យោបាយទូរគមនាគមន៍សោតទស្សន៍ ជាអាទិ៍)នៃក្រមព្រហ្មទណ្ឌ។

ជំពូកទី១២
អវសានប្បញ្ញត្តិ

មាត្រា៦៦ ._ ការទុកជានិរាករណ៍

បទប្បញ្ញត្តិទាំងឡាយណាដែលផ្ទុយនឹងច្បាប់នេះ ត្រូវចាត់ទុកជានិរាករណ៍។

មាត្រា៦៧ ._ ការអនុវត្តច្បាប់នេះ

ក្រោយពីចូលជាធរមាន ច្បាប់នេះត្រូវផ្សព្វផ្សាយរយៈពេល៦(ប្រាំមួយ)ខែ ទើបអនុវត្ត។

ថ្ងៃ សៅរ៍ ៦កើត ខែ កត្តិក ឆ្នាំកុរ ឯកស័ក ព.ស. ២៥៦៣
ធ្វើនៅព្រះបរមរាជវាំង ថ្ងៃទី ០២ ខែ វិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១៩

ចារស. ១៩១១. ១៦៥៤

នរោត្តម សីហមុនី

នរោត្តម សីហមុនី

បានយកសេចក្តីក្រាបបង្គំទូលថ្វាយព្រះមហាក្សត្រ
សូមឡាយព្រះហស្តលេខា
នាយករដ្ឋមន្ត្រី

សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន

បានយកសេចក្តីគោរពជម្រាបជូន
សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោនាយករដ្ឋមន្ត្រី
រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

ប៉ាន សូរស័ក្តិ

បានបញ្ជូនត្រឹមត្រូវតាមច្បាប់ដើម
ឧបនាយករដ្ឋមន្ត្រីប្រចាំការ
រដ្ឋមន្ត្រីទទួលបន្ទុកទីស្តីការគណៈរដ្ឋមន្ត្រី

កិត្តិនីតិកោសលបណ្ឌិត ប៊ិន ឈិន

ឧបសម្ព័ន្ធ៤