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

សារណាបញ្ចប់ការសិក្សា

ការចុះបញ្ជីម៉ាក និងសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកទទួលបានពីការចុះបញ្ជី

ស្រាវជ្រាវពីថ្ងៃទី០១ ខែមេសា ឆ្នាំ២០២៣ ដល់ថ្ងៃទី៣១ ខែមេសា ឆ្នាំ២០២៣

ស្រាវជ្រាវដោយ
និស្សិតឈ្មោះ កញ្ញា **ស៊ាន សុខជា**
កញ្ញា **នូ តុលា**

ណែនាំដោយ
បណ្ឌិត **ទេព សុខ**

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ **នីតិសាស្ត្រ**
ជំនាន់ទី ២៣

ឆ្នាំចូលសិក្សា ២០១៩
ឆ្នាំសរសេរសារណា ២០២៣

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

យើងខ្ញុំ ឈ្មោះ **ស៊ាន សុខជា** និង **នូ តុលា** ជានិស្សិតថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រផ្នែកនីតិសាស្ត្រជំនាន់ទី២៣នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ឆ្នាំសិក្សា ២០១៩-២០២៣ ។

យើងខ្ញុំ សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណ និងសម្តែងនូវកត្តញ្ញូតាធម៌យ៉ាងជ្រាលជ្រៅ ជូនចំពោះ ៖

លោកឪពុក **ស៊ូ ស៊ាន** និងអ្នកម្តាយ **ស៊ន សុខនី**

លោកឪពុក **នូ ម៉ុននី** និងអ្នកម្តាយ **សែម ផល**

ជាទីគោរពស្រលាញ់ របស់កូនៗទាំងទ្វេរដែលលោកអ្នកមានគុណបានផ្តល់កំណើតដល់រូបកូនទាំងពីរបាន ចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សា អប់រំទូន្មាន ប្រៀនប្រដៅ និងបានផ្តល់ក្តីស្រលាញ់ចំពោះកូនៗ បានយ៉ាងល្អឥតខ្ចោះ។ តាំងពីពេលចាប់កំណើត រហូតដល់ពេលបច្ចុប្បន្ននេះ។ លើសពីនេះទៅទៀត លោកអ្នកមានគុណទាំងទ្វេរ បាន ខិតខំប្រឹងប្រែង និងលះបង់នូវកម្លាំងកាយចិត្ត គ្រប់បែបយ៉ាង ដើម្បីផ្គត់ផ្គង់ ឧបត្ថម្ភឱ្យកូនៗបានសិក្សារៀនសូត្រ និងទទួលបានចំណេះវិជ្ជា ដោយមិនគិតពីភាពនឿយហត់ឡើយ។

យើងខ្ញុំ សូមគោរពថ្លែងអំណរគុណដល់ ឯកឧត្តមសាកលវិទ្យាធិការ សាកលវិទ្យាធិការង ព្រឹទ្ធបុរស ព្រឹទ្ធបុរសរង ថ្នាក់ដឹកនាំ លោក លោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យ នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទ នីតិសាស្ត្រនិងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ដែលបានខិតខំប្រឹងប្រែងអស់ពីសមត្ថភាព បណ្តុះបណ្តាលចែករំលែក ផ្តល់ចំណេះដឹង បទពិសោធន៍ និង ដំបូន្មានល្អៗជាច្រើន រួមទាំងបង្ហាត់បង្រៀនដល់យើងខ្ញុំ យ៉ាងយកចិត្តទុកដាក់ ដើម្បីឱ្យយើងខ្ញុំបានសិក្សារៀនសូត្រ ក្រេបជញ្ជក់ចំណេះវិជ្ជា រហូតបានបញ្ចប់ការសិក្សាប្រកបដោយភាពជោគជ័យ។

យើងខ្ញុំ សូមថ្លែងអំណរគុណដល់ **បណ្ឌិត ទេព សុខ** ដែលជាសាស្ត្រាចារ្យណែនាំរបស់យើងខ្ញុំផ្ទាល់ លើការសរសេរសារណាបញ្ចប់ការសិក្សាមួយនេះ ដោយលោកបានចំណាយពេលវេលាដ៏មានតម្លៃ និងមរមាញឹក របស់លោក ដើម្បីដឹកនាំ ផ្តល់ការប្រឹក្សា និងកែតម្រូវនូវចំណុចខ្វះខាតទៅលើការស្រាវជ្រាវ និង ចងក្រងនូវកិច្ចការសារណាបញ្ចប់ការសិក្សាមួយនេះ តាំងពីពេលចាប់ផ្តើមរហូតដល់ពេលយើងខ្ញុំ បានបញ្ចប់ និងបានសម្រេចនូវកិច្ចការសរសេរសារណាបញ្ចប់ការសិក្សាមួយនេះ ដោយទទួលបាននូវលទ្ធផលល្អប្រសើរ។

ជាចុងបញ្ចប់នេះ ដើម្បីជាកិច្ចតបស្នង និងការដឹងគុណ យើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់មានតែសូមគោរពជូនពរ ដល់ ជាចុងបញ្ចប់នេះ ដើម្បីជាកិច្ចតបស្នងនឹងការដឹងគុណ យើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់មានតែសូមគោរពជូនពរដល់ លោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យទាំងអស់ ជួបប្រទះតែសេចក្តីសុខសេចក្តីចម្រើន និងសម្រេចបានជោគជ័យគ្រប់ភារកិច្ចការងារ និងសូមប្រសិទ្ធិពរជ័យ សិរីមង្គល បវរមហាប្រសើរ សូមជួបនូវពុទ្ធពរទាំងបួនប្រការគឺៈ អាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

អារម្ភកថា

បន្ទាប់ពីបានសិក្សាអស់រយៈពេល៤ឆ្នាំមក នៅក្នុងសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្រ្ត និងវិទ្យាស្ថាស្រ្ត សេដ្ឋកិច្ច បានធ្វើឱ្យយើងខ្ញុំមានចំណេះដឹងក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវជាច្រើន។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ដើម្បីឱ្យការសិក្សារបស់យើងខ្ញុំមានចំណេះដឹងក្នុងការសិក្សានឹងឈានទៅដល់ការបញ្ចប់ជាស្ថាពរថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រនីតិសាស្រ្ត។ សារណាបញ្ចប់ការសិក្សាមួយនេះ គឺធ្វើឡើងនូវក្នុងគោលបំណងឈ្វេងយល់ពីការអនុវត្តជាក់ស្តែងបន្ទាប់ពីធ្លាប់បាន រៀនទ្រឹស្តីកន្លងមកដើម្បីមើលថាតើមានភាពខុសគ្នាត្រង់ចំណុចណាខ្លះ។ ដោយមើលឃើញពីសារៈប្រយោជន៍នៃវិស័យពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងទៅនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា នៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាកំពុងតែមានភាពរីកចម្រើនគួរឱ្យ កត់សម្គាល់ម្យ៉ាងទៀតវិស័យសេដ្ឋកិច្ច ក៏រីកលូតលាស់ពីមួយថ្ងៃទៅមួយថ្ងៃហើយក៏ទាក់ទាញអ្នកវិនិយោគច្រើន ទាំងក្នុងស្រុក និងក្រៅស្រុក។ បច្ចុប្បន្ននៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាមានអ្នកវិនិយោគជាច្រើន ដែលបានធ្វើជំនួញ នៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាធ្វើឱ្យមានការប្រកួតប្រជែងលើទំនិញយ៉ាងខ្លាំងនូវក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្ម។ ដោយការ សង្កេតឃើញថាម៉ាកគឺអាចសម្គាល់នឹងបែងចែកភាពសុខគ្នានៃទំនិញនីមួយៗបាន ដែលជាផ្នែកមួយដែលមាន សារៈសំខាន់ ទើបយើងខ្ញុំសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសប្រធានបទស្តីពី **ការចុះបញ្ជីម៉ាក និងសិទ្ធរបស់ម្ចាស់ម៉ាកដែលទទួលបានពីការចុះបញ្ជី** ដែលជាផ្នែកមួយនៃកម្មសិទ្ធបញ្ញាមកសិក្សាស្រាវជ្រាវបន្ថែម។ ទោះបីជាយ៉ាងណាមិញ ក៏ដោយការខិតខំប្រឹងប្រែងយកចិត្តទុកដាក់ដើម្បីឱ្យការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះសម្រេចទៅបាន ទៅបានប្រកបដោយភាពជោគជ័យ ប៉ុន្តែវាក៏នៅមានចំណុចខ្វះខាតមួយចំនួនផងដែរ។ ជាងនេះទៅទៀតយើងខ្ញុំ សង្ឃឹមថាវាជាផ្នែកមួយជួយផ្តល់ជាគំនិតយោបល់ដល់អ្នកដែលកំពុងសិក្សាធ្វើការទាក់ទងទៅនឹងផ្នែកនេះ និងជាមេរៀនសម្រាប់សិស្សនិស្សិតអ្នកសិក្សាស្រាវជ្រាវមួយចំនួន ដែលមានបំណងឈ្វេងយល់ច្បាស់ទៅលើវិស័យ កម្មសិទ្ធិបញ្ញានឹងដើម្បីឱ្យការងាររបស់ខ្លួនទទួលបានជោគជ័យ។ យើងខ្ញុំ សូមទទួលយករាល់ការរិះគន់ទាំងឡាយ ពីសំណាក់សិស្សានុសិស្ស និងមិត្តអ្នកអានទាំងអស់គ្នាដើម្បីឱ្យប្រធានបទមួយនេះកាន់តែល្អប្រសើរនឹងក៏ដូចជាប្រយោជន៍សម្រាប់អ្នកជំនាន់ក្រោយ និងសូមអភ័យទោសរាល់កំហុសឆ្គងដែលបានកើតមានឡើងនូវក្នុងការសរសេរសារណាបញ្ចប់ការសិក្សាមួយនេះ។

មាតិកា

ទំព័រ

សេចក្តីផ្តើម 1

ជំពូកទី១

សញ្ញាណាគតិយុត្តនៃម៉ាក

ផ្នែកទី១ និយមន័យ និងប្រភេទនៃម៉ាក 4

១.១. និយមន័យ 4

១.១.១. ម៉ាកជាសញ្ញាដែលមើលឃើញ 4

១.១.២. ម៉ាកដែលមើលឃើញ 4

១.១.៣. ម៉ាកដែលមើលមិនឃើញ 4

១.២. ម៉ាកអាចសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសនីមួយៗ 5

១.២.១.ម៉ាកសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវា 5

១.២.២. សហគ្រាសនីមួយៗ 5

១.៣. ប្រភេទផ្សេងនៃម៉ាក 5

១.៣.១. ម៉ាកធម្មតា (Traditional Mark) 5

១.៣.២. ពាក្យ ឬឈ្មោះបុគ្គល អក្សរ ឬលេខ 5

១.៣.៣. បង្គុំនៃពណ៌ និងសញ្ញា 5

១.៤. ម៉ាកមិនធម្មតា (Non-traditional Mark) 5

១.៥. ពាណិជ្ជនាម ម៉ាកសមូលហភាព និង ម៉ាកសម្គាល់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រទំនិញ 6

១.៥.១. ម៉ាកពាណិជ្ជនាម (Trade Name) 6

១.៥.២. ម៉ាកសមូលហភាព 6

១.៥.៣. ម៉ាកសម្គាល់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រទំនិញ 7

ផ្នែកទី២ ម៉ាកដែលមិនអាចចុះបញ្ជីបាន 7

២.១. ម៉ាកដែលធ្វើឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំ 7

២.១.១. ម៉ាកដែលសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវា 7

២.១.២. លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវា 8

២.១.៣. ដូចគ្នាទៅនឹងម៉ាកផ្សេង 8

២.២. ម៉ាកដែលធ្វើឱ្យភ័ន្តច្រឡំ 9
២.២.១. ភ័ន្តច្រឡំនឹងប្រភពភូមិសាស្ត្រ 10
២.២.១. ប្រភពភូមិសាស្ត្រ 10
២.២.២. ធាតុដើម ឬលក្ខណៈខាងក្រៅ 10
២.២.៣. ភ័ន្តច្រឡំជាមួយម៉ាកល្បី 10
២.២.៤. លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យនៃម៉ាកល្បី 10
២.២.៥. ម៉ាកល្បីដែលមិនបានចុះបញ្ជី 11
២.៣. ម៉ាកដែលប៉ះពាល់ដល់សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ និងសញ្ញាណស្ថាប័នរដ្ឋ 11
២.៣.១. ម៉ាកដែលប៉ះពាល់ដល់សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ 11
២.៣.២. សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ 11
២.៣.៣. សីលធម៌ ឬប្រពៃណីល្អរបស់ជាតិ 12
២.៣.៤ ម៉ាកដែលប៉ះពាល់ដល់សញ្ញានៃស្ថាប័នរដ្ឋ 12
២.៣.៥. ស្ថាប័នរដ្ឋ ឬអង្គការ 12
២.៣.៦. សញ្ញានៃស្ថាប័នរដ្ឋ ឬអង្គការ 13

ជំពូកទី២

នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក

ផ្នែកទី១ ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី 15
១.១. លក្ខខណ្ឌគ្រឹះ 15
១.១.២. នីត្យានុកូលភាពនៃម៉ាក 16
១.១.៣. លក្ខណៈខុសប្លែកគ្នានៃម៉ាក 16
១.១.៤. ភាពទំនេរនៃម៉ាក 16
១.២. លក្ខខណ្ឌទម្រង់ 17
១.២.១. ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក 17
១.២.២. ការដាក់ពាក្យស្នើសុំ 17
១.៣. ការបំពេញគំរូពាក្យស្នើសុំ 17
១.៤.ការត្រួតពិនិត្យលើពាក្យស្នើសុំ 18
១.៤.១. ការទទួលយកពាក្យស្នើសុំ និងការចេញលិខិតទទួលស្គាល់ការដាក់ពាក្យ 18
១.៤.២. ការបដិសេធ និងការកែតម្រូវពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី 18

ផ្នែកទី២ ការត្រួតពិនិត្យខ្លឹមសារម៉ាក 19
២.១. ការត្រួតពិនិត្យខ្លឹមសារដោយជោគជ័យ 19
២.១.១. លិខិតទទួលស្គាល់ការចុះបញ្ជីម៉ាក........ 19
២.១.២. កាតព្វកិច្ចបង់ថវិកា 19
២.២. ការត្រួតពិនិត្យខ្លឹមសារដែលមានបញ្ហា 20
២.២.១. ការកែតម្រូវ 20
២.២.២. នីតិវិធីដំណាក់កាលសវនាការ........ 20
២.២.៣. នីតិវិធីដំណាក់កាលក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ា........ 21
២.២.៤. បណ្តឹងទៅតុលាការមានសមត្ថកិច្ច........ 21
ផ្នែកទី៣ ការចេញវិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីម៉ាក 22
៣.១. ការបោះផ្សាយនៅក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការ 22
៣.១.១. ទម្រង់នៃព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការ 22
៣.១.២. អានុភាពនៃព្រឹត្តិប័ត្រផ្លូវការ........ 23
៣.២. រយៈពេលការពារម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីជាស្ថាពរ 23
៣.២.១. រយៈពេលការពារម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី........ 23
៣.២.២ ការសុំចុះបញ្ជីម៉ាកសាជាថ្មី........ 24

ជំពូកទី៣

សិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក និងការដោះស្រាយវិវាទ

ផ្នែកទី១ សិទ្ធិដែលទទួលបានពីការចុះបញ្ជី........ 42
១.១. សិទ្ធិផ្តាច់មុខលើម៉ាក........ 42
១.១.១. សិទ្ធិបេតិកភណ្ឌ 43
១.១.២. កិច្ចសន្យាអនុប្បទាន 44
១.១.៣. លក្ខខណ្ឌនៃការបង្កើត........ 44
១.១.៤. អានុភាពនៃកិច្ចសន្យា 45
១.២. កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ និងកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្ម 46
១.២.១. លក្ខខណ្ឌនៃការបង្កើត........ 46
១.២.៣. អានុភាពនៃកិច្ចសន្យា 47
១.៣.ព្រំដែននៃសិទ្ធរបស់ម្ចាស់ម៉ាក 47

១.៣.១. ការដាក់លក់ក្នុងទីផ្សារកម្ពុជាដោយម្ចាស់ម៉ាក.......... 47
១.៣.២. ការប្រើប្រាស់ឯកជន.......... 48
ផ្នែកទី២ អំពើរំលោភបំពានលើម៉ាក និងវិវាទសិទ្ធ 48
២.១. ការបំពានម៉ាក.......... 48
២.១.១. ការប្រើប្រាស់ម៉ាកដោយគ្មានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាក.......... 48
២.១.២. ការក្លែងបន្លំម៉ាក.......... 49
២.១.៣. ការផលិតឡើងវិញនៃម៉ាក.......... 49
២.១.៤. ការធ្វើត្រាប់តាមម៉ាក.......... 50
២.២. ការដោះស្រាយវិវាទ.......... 50
២.២.១. វិធានការរដ្ឋបាល.......... 50
២.២.២. វិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន.......... 50
២.២.៣. សមត្ថកិច្ចតាមច្រកព្រំដែន.......... 50
២.២.៤. ពាក្យបណ្ដឹងទៅអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច.......... 51
២.៣. យន្តការផ្ទៃក្នុងនៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម 51
២.៣.១. ការិយាល័យចុះបញ្ជីម៉ាកពាណិជ្ជកម្ម.......... 51
២.៣.២. ការិយាល័យវិវាទ.......... 52
២.៤. ដំណោះស្រាយតាមតុលាការ.......... 53
២.៤.១. វិធានការបណ្ដោះអាសន្ន.......... 53
២.៤.២. គោលបំណងនៃវិធានការបណ្ដោះអាសន្ន.......... 55
២.៤.៣. លក្ខខណ្ឌនៃវិធានការបណ្ដោះអាសន្ន.......... 55
២.៤.៤. នីតិវិធីបន្ទាប់.......... 56
សេចក្ដីសន្និដ្ឋាន
អនុសាសន៍
ឯកសារយោង
ឧបសម្ព័ន្ធ

សេចក្ដីផ្ដើម

សេចក្តីផ្តើម

នៅក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ននេះ ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាកំពុងតែមានការរីកចម្រើនគួរឱ្យកត់សម្គាល់លើវិស័យពាណិជ្ជកម្មក្នុង និងក្រៅប្រទេស។ ដើម្បីបំពេញតាមតម្រូវការប្រើប្រាស់របស់ប្រជាជននៅក្នុង និងក្រៅស្រុកជាហេតុធ្វើឱ្យរដ្ឋាភិបាលបាន ខិតខំបង្កើតទំនាក់ទំនងលើវិស័យពាណិជ្ជកម្មជាមួយបណ្តាលប្រទេសជាច្រើននៅលើសកលោកក្នុងគោលបំណងនាំចេញ និងនាំចូលនៅផលិតផលជាច្រើនដែលមានគុណភាពល្អ និងមានតម្លៃសមរម្យសម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់លើការប្រើប្រាស់ប្រចាំថ្ងៃរបស់ប្រជាជន។ ក្នុងនោះយើងឃើញថាវិស័យឧស្សាហកម្មមានភាពមមារញឹកគួរឱ្យកត់សម្គាល់ដោយសារ វិស័យឧស្សាហកម្មមានភាពជឿនលឿនខ្លាំង និងមានការប្រកួតប្រជែងគ្នាខ្លាំងជាហេតុនាំឱ្យមានការក្លែងបន្លំ និងការលួចចម្លងគ្នាទៅវិញទៅមកនាំឱ្យមានផលិតផលក្លែងក្លាយជាច្រើននៅលើទីផ្សារ បណ្តាលក្រុមហ៊ុន ឬសហគ្រាសមួយចំនួនធំបានបង្កើតនូវសេវាផ្សេងៗ ដើម្បីជៀសវាងការភ័ន្តច្រលំលើផលិតផល និងដើម្បីបំពេញតម្រូវការរបស់អ្នកប្រើប្រាស់រួមទាំងអតិថិជនរបស់ខ្លួនទាំងចាស់ និងថ្មីមានការងាយស្រួលក្នុងការសម្គាល់លើផលិតផលរបស់ខ្លួន ហើយសញ្ញាសម្គាល់នោះយើងឱ្យឈ្មោះថា "ម៉ាក"។ ម៉ាកនេះត្រូវបានគេប្រើដើម្បីសម្រាប់សម្គាល់នូវទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសណាមួយ។ ថ្វីត្បិតតែម៉ាកត្រូវបានបង្កើតឡើង ឬការឆ្នៃប្រឌិតរបស់ម្ចាស់ម៉ាកក៏ដោយ ប៉ុន្តែរាល់ការបង្កើតឬការឆ្នៃប្រឌិតទាំងនោះគឺមិនត្រូវបានគេអនុញ្ញាតឱ្យធ្វើតាមតែទំនើងចិត្តនោះឡើយ។ ដោយឡែកបច្ចុប្បន្ននេះទីផ្សារពាណិជ្ជកម្ម គឺជាទីផ្សាសេរី និងមានកាតប្រកួតប្រជែនខ្លាំង សកម្មភាពទាំងនេះធ្វើឱ្យជនមួយចំនួនឆ្លៀតឱកាសធ្វើពាណិជ្ជកម្មមិនស្របច្បាប់បានយ៉ាងងាយនេះជាហេតុនាំឱ្យមានការក្លែងបន្លំម៉ាក។

ដោយមានការព្រួយបារម្ភណ៍ លើការដាក់ឈ្មោះម៉ាកតាមតែចិត្តចង់ និងដើម្បីទប់ស្កាត់ការក្លែងបន្លំម៉ាកទើបរដ្ឋាភិបាលបានបង្កើតឱ្យមានស្ថាប័នមួយដែលមាន តួនាទីទទួលបន្ទុកលើការចុះបញ្ជីម៉ាកនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាដែលស្ថាប័ននោះមានឈ្មោះថា **នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា** ហើយស្ថាប័ននោះមានទីស្នាក់ការនៅក្នុងក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងស្ថិតនៅក្រោមការគ្រប់គ្រងពីក្រសួងពាណិជ្ជកម្មផងដែរ។ នៅពេលដែលម៉ាកមួយបានចុះបញ្ជីរួចចាល់ហើយនោះ ម៉ាកនោះនិងទទួលបានការការពារដោយស្របច្បាប់ និងមិនមានក្លែងបន្លំ ហើយម្ចាស់ម៉ាកនោះនិងទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើនពីការចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ខ្លួន។

សម្រាប់ការស្រាវជ្រាវមួយនេះផងដែរ គឺផ្តោតយ៉ាងសំខាន់ទៅលើ ៣ជំពូក ធំៗ ដែលទាក់ទងទៅលើម៉ាកក្នុងនោះរួមមាន៖ **ជំពូកទី១ សញ្ញាណគតិយុត្តនៃម៉ាក, ជំពូកទី២ នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក, ជំពូកទី៣ សិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក និងការដោះស្រាយវិវាទ។**

សម្រាប់ប្លង់ដែលបានរៀបរាប់ខាងលើនេះ នៅត្រង់ជំពូកទី១ សញ្ញាណគតិយុត្តនៃម៉ាកនៅត្រង់ចំណុចនៃសញ្ញាណនៃម៉ាក គឺយើងខ្ញុំសូមធ្វើការបកស្រាយតែម៉ាកធម្មតា ពាណិជ្ជនាម (ពាណិជ្ជសញ្ញា និងសេវាសញ្ញា) និងម៉ាកសម្គាល់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ។ សម្រាប់នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកវិញ គឺយើងខ្ញុំសូមធ្វើការបកស្រាយតែចំពោះ នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកទូទៅស្របតាម ច្បាប់ស្តីពី ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់តែប៉ុណ្ណោះ។

ជំពូកទី១

សញ្ញាណគតិយុត្តនៃម៉ាក

ជំពូកទី១
សញ្ញាណគតិយុត្តនៃម៉ាក

ម៉ាកជាការសម្គាល់នូវទំនិញ ឬសេវាដែលជាទូទៅវាអាចត្រូវបានបង្កើតវាឡើងក្រោមទម្រង់ជា រូបភាព អក្សរ លេខ ពាក្យស្លោក ស្លាកសញ្ញា ពណ៌ ឬការរួមបញ្ចូលនៃពណ៌ ឈ្មោះ ហត្ថលេខា ទម្រង់បីវិមាត្រ(3D)ជាដើម។

ផ្នែកទី១ និយមន័យ និងប្រភេទនៃម៉ាក

១.១. និយមន័យ

និយមន័យ ម៉ាក គឺជាសញ្ញាណ ដែលមើលឃើញហើយអាចសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវា នៃសហគ្រាសនីមួយៗ។[1] លើសពីនេះនៅក្នុងកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធបញ្ញាក៏បានកំណត់ថាសញ្ញាណណាមួយ ឬបង្គុំណាមួយ នៃសញ្ញាណ ដែលអាចញែកដាច់ពីគ្នានូវទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសណាមួយពីទំនិញ ឬសេវារបស់ណាមួយសហគ្រាសផ្សេងទៀតអាចបង្កើតជាម៉ាក។[2] ម៉ាកអាចប្រើប្រាស់សម្រាប់សម្គាល់ទំនិញហៅថា ពាណិជ្ជសញ្ញា រីឯម៉ាកសម្រាប់សម្គាល់ សេវាសញ្ញា។

១.១.១. ម៉ាកជាសញ្ញាដែលមើលឃើញ

១.១.២. ម៉ាកដែលមើលឃើញ

ម៉ាកដែលមើលឃើញ គឺជាសញ្ញាទាំងឡាយណាដែលយើងអាចមើលឃើញដោយភ្នែកហើយអាចសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវានៃសហគ្រាសនីមួយៗ។

១.១.៣. ម៉ាកដែលមើលមិនឃើញ

ម៉ាកដែលមើលមិនឃើញ គឺសញ្ញា ដែលមើលមិនឃើញដោយភ្នែកទទេដូចជា គំនូសបីជ្រុង សំឡេង ក្លិន រសជាតិ។ ប៉ុន្តែម៉ាកប្រភេទនេះគឺមិនបានទទួលស្គាល់ម៉ាកដែលជាសម្លេង ឬក្លិននោះទេហើយក៏មិនបានការការពារដែរ។[3] ប៉ុន្តែនៅបណ្តាប្រទេសមួយចំនួនទៀតនៅលើពិភពលោកច្បាប់នៃរដ្ឋមួយចំនួន បានការការពារលើម៉ាកដែលមើលមិនឃើញនេះ។

ឧទាហរណ៍ ក្លិនទឹកអប់ម៉ាក Chanel[4]

[1] មាត្រា២ ចំណុច (ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[2] យោងតាមមាត្រា១៥ កថាខណ្ឌទី១ នៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធបញ្ញា (TRIP)ឆ្នាំ១៩៩៤

[3] មាត្រា២ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់មិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[4] រូបភាព នៅឧបសម្ព័ន្ធទី១

១.២. ម៉ាកអាចសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសនីមួយៗ

១.២.១.ម៉ាកសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវា

ពាណិជ្ជសញ្ញា គឺជាសញ្ញាទាំងឡាយណា ដែលប្រើប្រាស់ក្នុងទំនាក់ទំនងជាមួយ និងទំនិញដូចជា ម៉ាក Samsung, Panasonic,Sony។ល។ ចំណែកឯសេវាសញ្ញា គឺជាសញ្ញាទាំងឡាយដែលប្រើប្រាស់ក្នុងទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងសេវាកម្មដូចជា ប្រើប្រាស់ចំពោះសណ្ឋាគារ ក្រុមហ៊ុនទេសចរណ៍ និងភោជនីដ្ឋានជាដើម។

១.២.២. សហគ្រាសនីមួយៗ

សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្ម គឺជាទំនាក់ទំនងបង្កើតឡើងរវាងបុគ្គលដែលចាត់ចែងនូវមុខរបរជារួមក្នុងគោលដៅធ្វើឱ្យបានសម្រេចនូវប្រាក់ចំណេញ។

១.៣. ប្រភេទផ្សេងនៃម៉ាក

១.៣.១. ម៉ាកធម្មតា (Traditional Mark)

១.៣.២. ពាក្យ ឬឈ្មោះបុគ្គល អក្សរ ឬលេខ

- ពាក្យ ឬឈ្មោះ អាចជាឈ្មោះក្រុមហ៊ុន ឈ្មោះភូមិសាស្ត្រ នាមត្រកូល ឈ្មោះ ហើយនឹងពាក្យដ៏ទៃផ្សេងៗទៀតទោះបីជាពាក្យមួយមាត់ ឬពាក្យស្លោកក៏ដោយ ក៏យើងចាត់ទុកថាជាម៉ាកដែរ។

  ឧទាហរណ៍ ទឹកក្រូច Coca Cola និង Samsung[5]

- អក្សរ ឬលេខសំដៅទៅលើអក្សរមួយ ឬច្រើនតួ លេខមួយតួ ឬលេខច្រើនតួ ឬបូកបញ្ចូលគ្នារវាងតួលេខនិងអក្សរទាំងអស់បញ្ចូលគ្នា។

  ឧទាហរណ៍ ថ្មពិល (555) និង អាគុយ (3K)[6]

១.៣.៣. បន្សំនៃពណ៌ និងសញ្ញា

បង្គុំនៃពណ៌ សំដៅលើការរួមបញ្ចូលគ្នានៃពណ៌ជាច្រើនក្នុងម៉ាកតែមួយ។

ឧទាហរណ៍ ក្រុមហ៊ុន Cellcard និង Smart[7]

ចំណែក បង្គុំនៃសញ្ញា សំដៅទៅលើការបង្គុំគ្នានៃសញ្ញាច្រើនបញ្ចូលគ្នាក្នុងម៉ាកតែមួយ។[8]

១.៤. ម៉ាកមិនធម្មតា (Non-traditional Mark)

គំនូសបីជ្រុង (Three dimensional sign) អាចជារូបរាងនៃទំនិញ ឬការវេចខ្ចប់របស់ទំនិញ។ ម៉ាកជាក្លិនគឺជាម៉ាកដែលសម្គាល់ទៅលើប្រភេទនៃក្លិនរបស់ក្រុមហ៊ុននៃសហគ្រាសណាមួយ។

---

[5] រូបភាព ឧបសម្ព័ន្ធទី១

[6] រូបភាព ឧបសម្ព័ន្ធទី១

[7] រូបភាព ឧបសម្ព័ន្ធទី១

[8] រូបភាព ឧបសម្ព័ន្ធទី១

ឧទាហរណ៍ ក្លិនទឹកអប់ម៉ាក Chanel និងម៉ាក Clive Christian's N0,1។ ចំណែកឯ ម៉ាកសម្លេង គឺជាម៉ាកនៃសម្លេងដែលបង្កើតចេញពីសម្លេងភ្លេង ឬឃ្លានៃភ្លេង។ ឧទាហរណ៍ សម្លេងទូរស័ព្ទដៃ Nokai, សំឡេងភ្លេងទូរស័ព្ទដៃ iPhone, សម្លេងទូរស័ព្ទដៃ Samsung។ល។ រីឯម៉ាករសជាតិ គឺជាម៉ាកដែលសំដៅទៅលើប្រភេទរសជាតិ នៃផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុននីមួយៗ ហើយរសជាតិទាំងនោះគឺមានលក្ខណៈមិនដូចគ្នាឡើយ។

ឧទាហរណ៍ រសជាតិកាហ្វេរបស់ហាងកាហ្វេ Brown ខុសគ្នាពីរសជាតិហាងកាហ្វេ Amazon,រសជាតិ Pizza របស់ហាង Pizza Company មានរសជាតិខុសពី Pizza របស់ហាងផ្សេងៗទៀត។

ចំពោះម៉ាកល្បីទោះបីជាមិនបានចុះបញ្ជីក៏ដោយ ក៏ត្រូវបានការការពារក្រោមច្បាប់ម៉ាក របស់ប្រទេសកម្ពុជាផងដែរ។[9] ប្រសិនបើប្រទេសកម្ពុជាទទួល ឬអនុញ្ញាតឱ្យចុះបញ្ជីម៉ាក Non-Traditional Mark ហើយម៉ាក Non-Traditional Mark ជាម៉ាកល្បីនៃប្រទេសណាមួយដែលជាសមាជិកនៃកិច្ចព្រមព្រៀង TRIPS ឬអនុសញ្ញានៃទីក្រុងប៉ារីសហើយត្រូវបានប្រើប្រាស់នៅប្រទេសកម្ពុជា តើប្រទេសកម្ពុជាអាចការពារម៉ាកនោះបានដែរឬទេ នូវក្នុងករណីដែលមានការរំលោភសិទ្ធិលើម៉ាក?

១.៥. ពាណិជ្ជនាម ម៉ាកសមូហភាព និង ម៉ាកសម្គាល់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រទំនិញ

១.៥.១. ម៉ាកពាណិជ្ជនាម (Trade Name)

ពាណិជ្ជនាម(Trade Name) គឺជាឈ្មោះឬសញ្ញាសម្គាល់ឈ្មោះ និងសញ្ញាសម្គាល់សម្រាប់បញ្ជាក់ពីលក្ខណៈ ឬភាពខុសគ្នានៃសហគ្រាសនីមួយៗ។ ពាណិជ្ជនាមទាំងនេះមានដូចជា ឈ្មោះរបស់រូបវន្តបុគ្គល

(ស្រា Johny and Walker), ហោស្សនាមជាដើម។

១.៥.២. ម៉ាកសមូហភាព

ម៉ាកសមូហភាព គឺជាម៉ាកដែលត្រូវបានគ្រប់គ្រងដោយសមាគមន៍ម៉ាកសមូហភាព ដែលត្រូវបានកំណត់ដោយបញ្ញត្តិដោយឡែក។ ម៉ាកសមូហភាព គឺជាសញ្ញា ដែលមើលឃើញសំដៅប្រើក្នុងការដាក់ពាក្យសុំចុះបញ្ជី ហើយអាចសម្គាល់នូវប្រភពដើមនៃទំនិញ ឬសេវា ឬសម្គាល់នូវចរិកលក្ខណៈរួមដទៃទៀត គិតទាំងគុណភាពនៃទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសផ្សេងៗគ្នាដែលប្រើសញ្ញានោះក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ម្ចាស់ម៉ាកសមូហភាពដែលបានចុះបញ្ជី។[10]

---

[9] មាត្រា២៦ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[10] មាត្រា២ ចំណុច (ខ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

១.៥.៣. ម៉ាកសម្គាល់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រទំនិញ

ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ គឺសំដៅទៅលើសញ្ញាសម្គាល់នឹងរូបភាពផ្សេងៗទៀតដែលមាលក្ខណៈញែកដាច់ដែលជាឈ្មោះ ឬតំណាងឱ្យប្រភពដើមនៃតំបន់ភូមិសាស្ត្រមួយហើយឈ្មោះ សម្គាល់ និងឬរូបភាពនោះសម្រាប់កំណត់អត្តសញ្ញាណទំនិញមានប្រភពក្នុងភូមិសាស្ត្រនោះ ដែលបានផ្តល់ជាមូលដ្ឋានគ្រឹះដល់គុណភាព កិត្តិសព្ទ ឬចរិតលក្ខណៈផ្សេងទៀតនៃទំនិញដែលលេចចេញពីតំបន់ភូមិសាស្ត្រនោះ។[11]

ឧទាហរណ៍ ធុរេនកំពត ម្រេចកំពត ធុរេនកំពង់ចាម។[12]

ផ្នែកទី២ ម៉ាកដែលមិនអាចចុះបញ្ជីបាន

២.១. ម៉ាកដែលធ្វើឱ្យមានការភាន់ច្រឡំ

២.១.១. ម៉ាកដែលសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវា

ម៉ាកដែលមិនអាចចុះបញ្ជីបាន គឺម៉ាកដែលមិនអាចសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញឬសេវារបស់សហគ្រាសមួយផ្សេងទៀត។[13] ជាទូទៅម៉ាកនីមួយៗ គឺមានលក្ខណៈខុសប្លែកពីគ្នាអាស្រ័យទៅតាមផលិតផល សេវា និងគុណភាពទាំងអស់មិនអាចមានរូបរាងសញ្ញាសម្គាល់ ឬឈ្មោះដូចគ្នានោះទេ។ លើសពីនេះទៅទៀត ម៉ាកដែលបានសរសេរអក្សរខុសគ្នា ប៉ុន្តែការបញ្ចេញសំឡេងមានសូរសំឡេងដូចគ្នា ក៏មិនអាចចុះបញ្ជីបានដែរ។

ឧទាហរណ៍ ក្រុមហ៊ុនទឹកក្រូច មួយបានផលិតទឹកក្រូចមួយប្រភេទ ហើយបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកនោះហៅថា Kocakola ទៅលើទឹកក្រូចដែលខ្លួនបានផលិត។ ដូច្នេះ សរបញ្ជាក់ឱ្យឃើញថាម៉ាកនេះមិនអាចចុះបញ្ជីបាននោះទេពីព្រោះម៉ាក Kocakola ដែលដាក់លើទឹកក្រូចនោះវាអាចធ្វើឱ្យអតិថិជនមានការភាន់ច្រឡំ និងម៉ាក Coca cola ដែលជាម៉ាកទឹកក្រូចដ៏ល្បីមួយដែលបានផលិតតាំងពីឆ្នាំ១៨៨៦នៅប្រទេសសហរដ្ឋអាមេរិក។ ទោះបីជាម៉ាកទាំងពីរនេះសរសេរអក្សរខុសគ្នាក៏ដោយ ប៉ុន្តែការបញ្ចេញសូរសំឡេងរបស់វា គឺមានសូរសំឡេងដូចគ្នា វាជាហេតុមួយដែលអាចធ្វើឱ្យអតិថិជនភាន់ច្រឡំ។[14] ដូចនេះរាល់ម៉ាក ដែលបានសុំចុះបញ្ជីទាំងអស់ត្រូវធ្វើយ៉ាងណាកុំឱ្យមានការភាន់ច្រឡំ ឬមិនអាចសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវារបស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ។ ប្រសិនបើម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីនោះមានលក្ខណៈដូចគ្នានឹងមិនអាចសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយនោះ នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាគឺមិនអាចអនុញ្ញាតចុះបញ្ជីឱ្យបានឡើយ។

[11] សៀវភៅនីតិបញ្ញា និពន្ធដោយ ឯកឧត្តម ឥន យឿន និងសាស្ត្រាចារ្យ អ៊ុក វណ្ណារ័ត្ន (បោះពុម្ពលើកទី១ ឆ្នាំ ២០១៣)

[12] មាត្រា៤ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ឆ្នាំ២០១៤

[13] រូបភាពនៅឧបសម្ព័ន្ធទី១

[14] មាត្រា៤ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ឧទាហរណ៍ ការបិទ 502 ម៉ាក 502 តែមួយ ប៉ុន្តែជារបស់ក្រុមហ៊ុនពីរផ្សេងគ្នា ហើយបើយើងក្រឡេកមើលទៅម៉ាកទាំងពីរនេះ គឺមានលក្ខណៈដូចគ្នាស្ទើតែមិនអាចសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញនោះបានទេ។ ដូចនេះម៉ាកទាំងពីរនេះ គឺត្រូវមានម៉ាកណាមួយដើរចេញពីទីផ្សារ និងមិនអាចចុះបញ្ជីបានឡើយ។[15]

២.១.២. លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវា

ម៉ាកទំនិញ ឬសេវារបស់ក្រុមហ៊ុនមួយមិនត្រូវបង្កឱ្យមានលក្ខណៈដូច ឬស្រដៀង ដែលធ្វើឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំទៅនឹងម៉ាកទំនិញ ឬសេវារបស់ក្រុមហ៊ុនមួយផ្សេងទៀតឡើយ។ រាល់ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកទាំងឡាយណាដែលមានលក្ខណៈដូចបានរៀបរាប់ខាងលើ គឺអាចត្រូវបានបដិសេធមិនអនុញ្ញាតឱ្យចុះបញ្ជីការពារក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដោយមន្ត្រីចុះបញ្ជី។

២.១.៣. ដូចគ្នាទៅនឹងម៉ាកផ្សេង

ជាគោលការណ៍ ម៉ាកមួយនឹងពុំអាចត្រូវបានផ្តល់ការការពារដោយស្វ័យប្រវត្តិនោះទេ ប៉ុន្តែអាចទទួលបានការការពារសិទ្ធិ តាមរយៈការចុះបញ្ជី។ តាមការបកស្រាយលើគោលការណ៍នេះ កាលណាបើមានអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីលើម៉ាកដែលស្រដៀង ឬដូចគ្នាលើទំនិញ ឬសេវា ដែលដូចគ្នា ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នាក្នុងចំនួនច្រើននាក់ផ្សេងពីគ្នានោះ យើងគប្បីត្រូវផ្តល់អាទិភាពដល់ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានរួសរាន់មកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីមុនគេ នេះជាគោលការណ៍នៃអ្នកមកចុះបញ្ជីបានមុនគេត្រូវបានទទួលការការពារមុន (នេះគឺជាគោលការណ៍នៃអ្នកដែលមកចុះបញ្ជីបានទទួលការការពារមុន)។ ប៉ុន្តែអត្ថន័យដូចដែលបានបកស្រាយខាងលើនេះ ពុំត្រូវបានប្រកាន់ភ្ជាប់ដោយច្បាប់ខ្មែររបស់យើងដោយតឹងរឹងនោះទេ ជាពិសេសក្នុងដំណាក់កាលស្នើសុំចុះបញ្ជីស្របពេលគ្នានេះតែម្តង។ នៅក្នុងករណីដែលមានអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំមានចំនួនច្រើនលើម៉ាកដែលដូចគ្នា ឬស្រដៀងគ្នាអាចនឹងនាំឱ្យមានការច្រឡំគ្នានោះការសម្រេចទទួលចុះបញ្ជីសម្រាប់ម្ចាស់ម៉ាកណាមួយ គឺអាស្រ័យទៅនឹងការបែងចែករវាងសម្មតិកម្មនៃពេលវេលាដែលមកដាក់ពាក្យស្នើសុំនោះ ពោលគឺក្នុងពេលខុសឬក្នុងពេលជាមួយគ្នា។[16] កាលបើពួកគេមកធ្វើការដាក់ពាក្យស្នើសុំក្នុងពេលខុសគ្នានោះ។ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ធ្វើការសម្រេចផ្តល់សិទ្ធិដល់ម្ចាស់ពាក្យស្នើសុំណាមួយឱ្យអាចចុះបញ្ជី និងបដិសេធអ្នកស្នើសុំផ្សេងទៀតដោយអំណាចឆន្ទានុសិទ្ធិរបស់ខ្លួនតែម្តង ឬអាចចាត់ឱ្យមានការសម្រុះសម្រួលគ្នារវាងម្ចាស់ពាក្យស្នើសុំទាំងនោះរួចទើបខ្លួនធ្វើការសម្រេចយល់ព្រម។[17] ដោយពុំបានបញ្ជាក់អំពីមូលដ្ឋាន នៃការសម្រេចរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនៅក្នុងករណីនេះ។ សិទ្ធិអំណាចសម្រេចរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីហាក់បីដូចជាមានលក្ខណៈទូលំទូលាយណាស់។ ប៉ុន្តែសេចក្តីសម្រេចនេះ

---

[15] មាត្រា២ ចំណុច (ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[16] មាត្រា៩ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[17] មាត្រា៩ ចំណុច (ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

នៅតែជាកម្មវត្ថុនៃការប្តឹងជំទាស់ដដែល។ ដោយឡែកបើពួកគេមកធ្វើការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ក្នុងពេលវេលាជាមួយគ្នាវិញនោះ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី គឺពុំអាចធ្វើការសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសយកអ្នកស្នើសុំរូបណាមួយ ដោយឆន្ទានុសិទ្ធិរបស់ខ្លួនឡើយ ប៉ុន្តែត្រូវចាត់ឱ្យមានកិច្ចពិគ្រោះយោគយល់គ្នាទៅវិញទៅមករវាងអ្នកស្នើសុំទាំងអស់ ដើម្បីជ្រើសរើសយកអ្នកស្នើសុំតែមួយរូបគត់សម្រាប់ការដាក់ពាក្យស្នើសុំនេះ។ បើទោះបីជាពុំមាននូវអំណាចសម្រេចក៏គ្មានអត្ថបទច្បាប់ណាមួយហាមឃាត់ទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ក្នុងការដើរតួនាទីជាអ្នកសម្របសម្រួលនោះដែរ។

យន្តការសម្រុះសម្រួលគ្នា ឬការសម្រេចដោយឆន្ទានុសិទ្ធិរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់ចុះបញ្ជីខាងលើនេះនឹងពុំអាចត្រូវបានយកមកប្រើប្រាស់ឡើយ បើក្នុងចំណោមអ្នកស្នើសុំទាំងនោះមានអ្នកស្នើសុំណាម្នាក់ជាម្ចាស់នៃសិទ្ធិអាទិភាព។ អាទិភាពនៃសិទ្ធិចុះបញ្ជីម៉ាក ត្រូវបានបញ្ញត្តិទទួលស្គាល់នៅក្នុងច្បាប់ស្តីពីម៉ាក។ អ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីអាចស្នើសុំអាទិភាពនៃការចុះបញ្ជីដោយអមមកជាមួយនូវប្រកាសស្តីពីអាទិភាព ដែលខ្លួនមានតាមរយៈការស្នើសុំចុះបញ្ជីនៅប្រទេសណាមួយ ដែលជាសមាជិកនៃអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស។ ដោយឡែកទាក់ទងនឹងសិទ្ធិអាទិភាពក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាកនេះ កំណត់រយៈពេល៦ (ប្រាំមួយ) ខែ ដោយគិតពីការបរិច្ឆេទនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីមុនគេ នៅក្នុងប្រទេសសមាជិកណាមួយនៃអនុសញ្ញានេះ (កាលបរិច្ឆេទ នេះហៅថាកាលបរិច្ឆេទអាទិភាព) របៀបនៃការរាប់ការបរិច្ឆេទអាទិភាពនេះ។[18]

២.២. ម៉ាកដែលធ្វើឱ្យភាន់ច្រឡំ

ច្បាប់ម៉ាករបស់ប្រទេសកម្ពុជាមានគោលដៅការពារម្ចាស់ម៉ាកដែលស្របច្បាប់ក្នុងការធ្វើពាណិជ្ជកម្មត្រង់ និងជាពិសេសអ្នកប្រើប្រាស់។ ដូច្នេះរាល់ការប្រើប្រាស់ម៉ាកមិនត្រូវបង្កើត ឱ្យមានការភាន់ច្រឡំដល់សាធារណៈជនទៅលើប្រភេទទំនិញ ឬសេវាពីសហគ្រាសមួយទៅសហគ្រាសមួយទៀតឡើយ។[19] មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីមានសិទ្ធិបដិសេធរាល់ការចុះបញ្ជីម៉ាកដែលមានលក្ខណៈធ្វើឱ្យសាធារណៈជន ឬមជ្ឈដ្ឋានពាណិជ្ជកម្មភាន់ច្រឡំទៅនឹងប្រភពភូមិសាស្ត្រនៃទំនិញ ឬសេវាពាក់ព័ន្ធ ធាតុដើម ឬលក្ខណៈខាងក្រៅរបស់ទំនិញ ឬសេវានោះ។

[18] មាត្រា ៦ ចំណុច C នៃអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស ចុះថ្ងៃទី ២០ មិនា ឆ្នាំ១៨៨៣

[19] មាត្រា១ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

២.២.១. ភ័ន្តច្រឡំនឹងប្រភពភូមិសាស្ត្រ

២.២.២. ប្រភពភូមិសាស្ត្រ

សំដៅទៅលើការប្រើប្រាស់ឈ្មោះតំបន់ដូចជា ឈ្មោះស្រុក ខេត្ត ក្រុង លើផលិតផល ទំនិញ ឬសេវាដែលអាចធ្វើឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ផលិតផល ឬសេវាយល់ថា ទំនិញ ឬសេវានោះត្រូវបានធ្វើឡើងចេញពីតំបន់ ឬដោយបុគ្គលនៃតំបន់នោះ។[20]

ឧទាហរណ៍ ទឹកត្រីកោះកុង ទឹកត្រីនេះមាននៅខេត្តកោះកុងទេ ប៉ុន្តែក៏មានផលិតផលនេះផលិតនៅ ខេត្តកំពតផងដែររួច បែរជាដាក់ឈ្មោះជាទឹកត្រីកោះកុងទៅវិញ។

២.២.៣. ធាតុដើម ឬលក្ខណៈខាងក្រៅ

សំដៅទៅលើការប្រើប្រាស់ម៉ាក ទាំងឡាយណាដែលធ្វើឱ្យសាធារណៈជនមានការភ័ន្តច្រឡំទៅនឹងសារធាតុ គុណភាព ឬមុខងារនៃផលិតផលសេវានោះ។

ឧទាហរណ៍ កាល់ស្យូម Calcium ជាផលិតផលនៃថ្នាំពេទ្យ។ ការប្រើប្រាស់បែបនេះធ្វើឱ្យ សាធារណៈជនយល់ថាជាថ្នាំដែលមានសារជាតិកាល់ស្យូមដែលអាចព្យាបាលជម្ងឺខ្វះកាលស្យូម។

២.២.៤. ភ័ន្តច្រឡំជាមួយម៉ាកល្បី

ម៉ាកល្បី គឺជាប្រភេទទំនិញ ឬសេវាជាក់លាក់ណាមួយដែលត្រូវបានសាធារណៈជនទូទៅស្គាល់នៅលើពិភពលោក។ ម៉ាកល្បីៗ ត្រូវបានការពារដោយស្របច្បាប់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាយើង។ ទោះបីជាម៉ាកល្បីទាំងនោះត្រូវបានចុះបញ្ជីក្តីឬមិនបានចុះបញ្ជីក្តី កិច្ចការពារម៉ាកល្បីដោយប្រទេសកម្ពុជាត្រូវបានធ្វើឡើង ដោយអនុលោមតាមកិច្ចព្រមព្រៀងអន្តរជាតិដែលកម្ពុជាជាសមាជិក។[21]

២.២.៥. លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យនៃម៉ាកល្បី

ដើម្បីសម្គាល់នៃម៉ាក គឺមិនល្បីត្រឹមតែសម្គាល់ភាពល្បីរបស់ម៉ាកនោះតែប៉ុណ្ណោះទេពោល គឺម៉ាកល្បីត្រូវបំពេញលក្ខខណ្ឌបន្ថែមទៀតដូចជា

- ការចុះបញ្ជីនៃម៉ាកនោះនៅតាមបណ្តាប្រទេសជាច្រើនលើពិភពលោក
- រយៈពេលនៃការប្រើប្រាស់ម៉ាក
- មានការទទួលស្គាល់ពីសាធារណៈជនទូទាំងពិភពលោក
- មានការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មស្ទើគ្រប់តំបន់ និង
- របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។

[20] ជំពូកទី៥ (ម៉ាកសម្គាល់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ) នៃគន្លឹទី២ នៃសៀវភៅនីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញាកម្ពុជារបស់លោក នី វិចិត្រ

[21] មាត្រា៦ ស្ទួននៃអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស ឆ្នាំ១៨៨៣ ស្តីពីសិទ្ធិការការពារសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម

ចំណុចទាំងអស់ខាងលើនេះហើយ ដែលជាកត្តាចម្បងដើម្បីបំពេញបន្ថែមលើកិច្ចព្រមព្រៀងអន្តរជាតិដែលអនុញ្ញាតឱ្យប្រទេសដែលជាសមាជិក អាចពិចារណាទៅលើភាពល្បីនៃម៉ាកនោះ។

២.២.៦. ម៉ាកល្បីដែលមិនបានចុះបញ្ជី

ម៉ាកល្បី ទោះបីមិនបានចុះបញ្ជីក៏ដោយក៏ត្រូវបានការពារដោយច្បាប់ដែរ។ ថ្វីត្បិតយ៉ាងនេះក៏ពិតមែន តែបើប្រៀបធៀបទំហំនៃសិទ្ធិទទួលបានកិច្ចការពារ គឺវាមានលក្ខណៈខុសគ្នាជាមួយម៉ាកល្បីដែលបានចុះបញ្ជី។ រាល់ម៉ាកដែលដូចគ្នា ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នាដែលនាំឱ្យមានការច្រឡំគ្នា ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នានៃសហគ្រាសមួយទៀត គឺមិនអាចឱ្យអនុញ្ញាតចុះបញ្ជីបានឡើយ។[22] ក្នុងន័យនេះ យើងឃើញថាម៉ាកល្បីដែលមិនបានចុះបញ្ជីគឺទទួលបានការការពារប្រឆាំងនឹងម៉ាក ដែលចំពោះតែទំនិញឬសេវាដែលដូចគ្នាឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នាតែប៉ុណ្ណោះ។[23]

២.៣. ម៉ាកដែលប៉ះពាល់ដល់សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ និងសញ្ញាណស្ថាប័នរដ្ឋ

២.៣.១. ម៉ាកដែលប៉ះពាល់ដល់សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ

ម៉ាកដែលអាចចុះបញ្ជីបាន គឺជាម៉ាកដែលមិនធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ សីលធម៌ និងប្រពៃណីល្អរបស់ជាតិឡើយ។ ម៉ាកដែលប៉ះពាល់ដល់សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ សីលធម៌ និងប្រពៃណីល្អរបស់ជាតិ គឺមិនបានកំណត់ឱ្យច្បាស់ថាជាម៉ាកប្រភេទណានោះទេ ហើយយើងក៏មិនដឹងថាម៉ាកបែបណា ដែលធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់សណ្តាប់ធ្នាប់ ឬសីលធម៌នឹងប្រពៃណីនោះដែរ ព្រោះការប៉ះពាល់ដល់សណ្តាប់ធ្នាប់ ឬសីលធម៌ប្រពៃណី គឺអាចបកស្រាយទៅតាមការបរិបទ និងស្ថានភាពជាក់ស្តែងនៅក្នុងសង្គមនីមួយៗ។

យើងអាចធ្វើការបកស្រាយបានម្យ៉ាងទៀតថា ម៉ាកដែលប៉ះពាល់សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ សីលធម៌ និងប្រពៃណី គឺជាម៉ាកទាំងឡាយណាដែលប៉ះពាល់នឹង

២.៣.២. សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ

សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ គឺជាម៉ាកទាំងឡាយដែលប៉ះពាល់ដល់ភាពទូលាយនៃសណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ ដូចជា សន្តិសុខសុវត្ថិភាព ភាពស្ងៀមស្ងាត់ ភាពស្អាត ឬមានអនាម័យ និងការបង្ករឱ្យមានភាពចលាចល ឬក៏ធ្វើឱ្យអសន្តិសុខនៅក្នុងសង្គម។

ឧទាហរណ៍ ការយកស្លាកសញ្ញាគណបក្សនយោបាយណាមួយមកធ្វើជាម៉ាក ឬម៉ាកដែលមានរូបភាពជាប៉ុលពតជាដើម។

---

[22] មាត្រា៤ ចំណុច (ង) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[23] មាត្រា៤ ចំណុច (ង) និង (ច) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

២.៣.៣. សីលធម៌ ឬប្រពៃណីល្អរបស់ជាតិ

សីលធម៌ គឺជាម៉ាកណាដែលមានសញ្ញា ឬឈ្មោះដែលមានរូបអាសអាភាសពាក្យអសុរោះ និងម៉ាកផ្សេងៗទៀតដែលធ្វើប៉ះពាល់ដល់តម្លៃ នៃសីលធម៌របស់ប្រទេសកម្ពុជា។ ឧទាហរណ៍ ផ្ទះសំណាក់ស៊ិច ភោជនីយដ្ឋានព្រះពុទ្ធ ឬអប្សរាក្លឹប។

ប្រពៃណីល្អ ម៉ាកទាំងឡាយណាដែលពាក់ព័ន្ធនឹងជាតិ ជំនឿ សាសនា ភេទ ដែលបង្ហាញឱ្យឃើញតាមរយៈរូបភាព ពាក្យ អក្សរ ដែលមានន័យអាក្រក់។

ឧទាហរណ៍ ផលិតផលម៉ាក BB ដើម្បីបណ្ដុះសក់ហើយដាក់រូបព្រះសង្ឃពាក់មួក។ ដូចនេះហើយម៉ាកដែលបង្ហាញរូបអាសអាភាស ការរួមភេទ ឬរូបភាពអាក្រាតកាយ រូប ឬសញ្ញារបស់គណៈបក្សនយោបាយណាមួយក៏ត្រូវបានហាមឃាត់ដែរ។

ឧទាហរណ៍ តូបលក់សាច់កម្ពុជា, ហាងសាច់មាន់លោក[24], Black Women Night Club, Apsaru Night Club or Bar គឺមិនត្រូវទទួលបានចុះបញ្ជីនោះទេ ពីព្រោះវាប៉ះពាល់ទៅនឹងសីលធម៌ប្រពៃណី ជំនឿ និងទំនៀមទំលាប់ល្អរបស់កម្ពុជា។

២.៣.៤ ម៉ាកដែលប៉ះពាល់ដល់សញ្ញានៃស្ថាប័នរដ្ឋ

ការប៉ះពាល់ដល់សញ្ញានៃស្ថាប័នរដ្ឋ ក៏បានហាមឃាត់រាល់បណ្ដាប្រទេសជាសមាជិក មិនឱ្យចុះបញ្ជីម៉ាកទាំងឡាយណាដែលមានលក្ខណៈដូចទៅ និងសញ្ញាជាតិឬទង់ជាតិនៃរដ្ឋណាមួយដែលជារដ្ឋមួយនៃរដ្ឋសមាជិកនៃសហគមន៍អឺរ៉ុប ឬអង្គការអន្តរជាតិណាមួយ ដែលប្រទេសជាសមាជិក។[25] ដូចគ្នាដែរមាត្រានេះមានវិសាលភាពអនុវត្តចំពោះសញ្ញាទាំងឡាយណាដែលត្រូវបានអនុម័តដោយបណ្ដារដ្ឋសមាជិក ឬដោយអង្គការអន្តរជាតិនោះ។

២.៣.៥. ស្ថាប័នរដ្ឋ ឬអង្គភាព

- **រដ្ឋ និងស្ថាប័នសាធារណៈផ្សេងទៀត**

ស្លាកសញ្ញាទាំងឡាយណាដែលមានរូប ឬសញ្ញាដូចទៅនឹងស្ថាប័នរដ្ឋ ឬអង្គការនានាគឺត្រូវបានច្បាប់ហាមឃាត់ មិនឱ្យចុះបញ្ជីឡើយ។ ឧទាហរណ៍ នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាយើង ស្លាកសញ្ញារបស់ស្ថាប័នមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ ឬធនាគារឯកជនមួយចំនួនត្រូវបានរដ្ឋហាមឃាត់ហើយឱ្យផ្លាស់ប្ដូរស្លាកសញ្ញាឡើងវិញដោយសារតែមានរូបសញ្ញាដូចទៅនឹងស្ថាប័នរដ្ឋមានដូចជា ធនាគារអេស៊ីលីដា ត្រូវផ្លាស់ប្ដូរសញ្ញាពីរូបហង្សដែលជារូបស្លាកសញ្ញារបស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុជាស្ថាប័នរបស់រដ្ឋដោយប្ដូរដាក់ជំនួសមកវិញនូវឈ្មោះរបស់ធនាគារនេះ តែម្ដង

[24] រូបភាពនៅឧបសម្ព័ន្ធទី១

[25] អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសមាត្រា៦ ស្ទួន ទី២(ter)

គឺ អេស៊ីលីដា ACLEDA[26] រីឯគ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុប្រាសាក់ក៏បានផ្លាស់ប្តូរពីនិមិត្តសញ្ញាប្រាក់ "៛" ដែលជានិមិត្តសញ្ញារបស់ធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា ហើយដាក់ជំនួសមកវិញនូវឈ្មោះរបស់គ្រឹះស្ថានមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុនេះតែម្តងគឺ ប្រាសាក់។[27]

- **អង្គការអន្តរជាតិ**

ស្លាកសញ្ញា ដែលពាក់ព័ន្ធទៅនឹងស្លាកអង្គការអន្តរជាតិនានា ក៏ត្រូវបានគេហាមឃាត់មិនអនុញ្ញាតឱ្យចុះបញ្ជីឡើយ ពីព្រោះអាចធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ស្ថាប័នទាំងនោះ។ ឧទាហរណ៍ ស្លាកសញ្ញារបស់អង្គការអន្តរជាតិ WTO ស្លាកសញ្ញាកាកបាទក្រហមកម្ពុជាជាដើម។

២.៣.៦. សញ្ញានៃស្ថាប័នរដ្ឋ ឬអង្គការ

ក្នុងក្របខ័ណ្ឌអន្តរជាតិមានបទប្បញ្ញត្តិ នៃអនុសញ្ញាមួយចំនួនបានចែងអំពីលក្ខខណ្ឌហាមឃាត់មួយចំនួនក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាក ដូចជាបានហាមឃាត់នូវបណ្តាប្រទេសសមាជិកមិនឱ្យចុះបញ្ជីម៉ាកទាំងឡាយណា ដែលមានលក្ខណៈដូចគ្នាទៅនឹងសញ្ញាជាតិ ឬទង់ជាតិនៃរដ្ឋមួយ នៃរដ្ឋសមាជិកនៃសហគមន៍អឺរ៉ុប ឬអង្គការអន្តរជាតិណាមួយ ដែលប្រទេសជាសមាជិក។[28] ហាមឃាត់មិនឱ្យចុះបញ្ជីម៉ាកទាំងឡាយណា ដែលមានលក្ខណៈដូចគ្នាទៅនឹងម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រនៃទំនិញ និងកិច្ចព្រមព្រៀងអន្តរជាតិពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗ។ ការហាមឃាត់ការចុះបញ្ជីម៉ាកដែលជាពាក្យ និងសញ្ញារបស់កាកបាទក្រហម "Red Cross" ។[29] រីឯការហាមឃាត់ការចុះបញ្ជីនូវសញ្ញាកង និងសញ្ញាផ្សេងទៀត នៃសញ្ញាកីឡាអូឡាំពិច។ ក្នុងនោះដែរលិខិតរបស់អង្គការកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពិភពលោកមួយចំនួនទៀត ដែលបានភ្ជាប់នូវគំរូ ឬសញ្ញា ឬរូបភាពនៃសញ្ញាទង់ជាតិ ឬសញ្ញាជាតិរបស់ប្រទេសដែលជាសមាជិកនានាក៏ត្រូវបានហាមឃាត់មិនអនុញ្ញាតឱ្យចុះបញ្ជីជាម៉ាកក្នុងបណ្តាប្រទេសសមាជិកនោះផងដែរ។[30]

[26] រូបភាពនៅឧបសម្ព័ន្ធទី១

[27] រូបភាពនៅឧបសម្ព័ន្ធទី១

[28] Article 6 ter of 1883 Paris Convention on Protection of Industrial Property: "Mark: Prohibition concerning State Emblems Official Hallmarks, and Emblems of Intergovernmental Organizations".

[29] មាត្រា២៣ នៃកិច្ចព្រមព្រៀង TRIPS

[30] អនុសញ្ញា Naiohi ចុះថ្ងៃទី២៦ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ១៩៨១

ជំពូកទី២

នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក

ជំពូកទី២
នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក

ម៉ាកមួយអាចទទួលបានការការពារស្របច្បាប់ លុះត្រាតែម៉ាកនោះត្រូវបានចុះបញ្ជីបានឱ្យត្រឹមត្រូវនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។[31] ក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំក៏មានលក្ខខណ្ឌផ្សេងៗ ដែលម្ចាស់ម៉ាកគួរបំពេញតាមច្បាប់ក្នុងប្រទេសកម្ពុជាមានការដាក់ស្នើពាក្យសុំទាំងឡាយដែលច្បាប់បានកំណត់។

ផ្នែកទី១ ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី

ម៉ាកមួយអាចទទួលបាននូវការពារដោយស្របច្បាប់ នៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា លុះត្រាតែម៉ាកទាំងនោះជាម៉ាកសញ្ញា សេវាសញ្ញា ម៉ាកសមូលហភាព ដែលបានចុះបញ្ជីនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ ដោយបានអនុវត្តតាមសន្ធិសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសស្តីពី កិច្ចការពារកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម ម៉ាក ដែលដាក់ពាក្យចុះបញ្ជីមុននឹងមានអត្ថិភាពជាងគេ។ រីឯនីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកវិញ គឺត្រូវតែអនុវត្តតាមច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ តាមអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ម្ចាស់ម៉ាកអាចដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ខ្លួននៅនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញារបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ ការស្នើសុំចុះបញ្ជីនោះត្រូវបំពេញលក្ខខណ្ឌទាំងឡាយទៅតាមច្បាប់កំណត់លក្ខខណ្ឌទាំងនោះមានដូចជា លក្ខខណ្ឌគ្រឹះ និងលក្ខខណ្ឌទម្រង់។

១.១. លក្ខខណ្ឌគ្រឹះ

លក្ខខណ្ឌគ្រឹះ គឺជាលក្ខខណ្ឌដើម្បីធានាថាម៉ាកមួយអាចត្រូវបានមន្ត្រីចុះបញ្ជីអនុញ្ញាតការពារម៉ាក បាន ឬមិនបាន។ គ្រប់ម្ចាស់ម៉ាក មុននឹងយកម៉ាករបស់ខ្លួនទៅដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ដើម្បីការពារម៉ាករបស់ខ្លួនពីការរំលោភដោយប្រការណាមួយពីតតិយជនមកលើម៉ាករបស់ខ្លួននោះ គឺម្ចាស់ម៉ាកគាត់ត្រូវតែពិនិត្យឱ្យបានគ្រប់លក្ខណៈសម្បត្តិនៃម៉ាករបស់ខ្លួនជាមុនសិនថា តើម៉ាករបស់ខ្លួនដែលយកទៅចុះបញ្ជីនោះជាម៉ាកស្របច្បាប់មិនផ្ទុយពីច្បាប់ និងមិនប៉ះពាល់ផលប្រយោជន៍សាធារណៈ សីលធម៌ និងទំនៀមទំលាប់ល្អឡើយ ជាពិសេសមិនបំពានទៅនឹងលក្ខខណ្ឌទាំងឡាយដែលអាចបានកំណត់។[32] ជាគោលការណ៍ដើម្បីធ្វើការត្រួតពិនិត្យថា តើម៉ាកមួយទទួលបានការអនុញ្ញាតចុះបញ្ជីបាន ឬអត់នោះ មន្ត្រីផ្នែកទទួលត្រួតពិនិត្យចុះបញ្ជីម៉ាកនោះនិងត្រូវតែធ្វើការត្រួតពិនិត្យទៅលើលក្ខខណ្ឌបីដូចជា នីត្យានុកូល ភាពនៃម៉ាក លក្ខណៈខុសគ្នានៃម៉ាក និងភាពទំនេរនៃម៉ាក។

---

[31] មាត្រា៣ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[32] មាត្រា៤ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

១.២. នីត្យានុកូលភាពនៃម៉ាក

ធាតុនីត្យានុកូលនៃម៉ាក គឺសំដៅទៅលើបទបញ្ញត្តិទាំងឡាយណាដែលចែងអំពីភាពដែលអាចចុះបញ្ជីបាន និងភាពដែលមិនអាចចុះបញ្ជីបាននៃម៉ាកមួយ។ និយាយរួមមកមានម៉ាកមួយចំនួនត្រូវបានហាមឃាត់ក្រោមច្បាប់ជាតិដោយអនុលោមតាមច្បាប់ស្តីពីម៉ាកហើយយោងតាមច្បាប់នេះដែរ គឺមានតែម៉ាកដែលមើលឃើញទេទើបអាចត្រូវបានទទួលចុះបញ្ជី និងការពារនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា រីឯម៉ាកដែលមើលមិនឃើញវិញដូចជា ម៉ាកជាសម្លេង ក្លិន ឬរសជាតិហើយក៏មានម៉ាកមួយចំនួនត្រូវបានហាមឃាត់ក្រោមប្បញ្ញត្តិអន្តរជាតិ ម៉ាកទាំងនេះមិនអាចអនុញ្ញាតចុះបញ្ជីបានឡើយ។[33] ក្នុងក្របខ័ណ្ឌអន្តរជាតិក៏មានបទប្បញ្ញត្តិនៃអនុសញ្ញាមួយចំនួនបានចែងអំពីលក្ខខណ្ឌហាមឃាត់មួយចំនួនក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាក។[34]

១.៣. លក្ខណៈខុសប្លែកគ្នានៃម៉ាក

ម៉ាកទំនិញ ឬសេវារបស់ក្រុមហ៊ុនមួយមិនត្រូវបង្កឱ្យមានលក្ខណៈដូច ឬស្រដៀង ម៉ាក ឬសញ្ញាក្រុមហ៊ុនមួយផ្សេងទៀតដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ ដែលនាំឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំនោះទេ។ ចំពោះការដាក់ពាក្យដូចអ្វីដែលបានរៀបរាប់ខាងលើ អាចត្រូវបានបដិសេធមិនអនុញ្ញាតឱ្យចុះបញ្ជីការពារក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដោយមន្ត្រីចុះបញ្ជីឡើយ។ ចំពោះម៉ាកល្បីវិញក៏ត្រូវបានការពារដោយ ស្របច្បាប់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាយើងផងដែរ ទោះបីជាម៉ាកល្បីនោះត្រូវបានចុះបញ្ជី ឬមិនបានចុះបញ្ជីនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាយើងក៏ដោយ។[35] ដូច្នេះរាល់ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីនូវសញ្ញាដែលមានលក្ខណៈដូចឬស្រដៀងទៅនឹងម៉ាកល្បី គឺត្រូវបានបដិសេធមិនអាចឱ្យចុះបញ្ជីបានឡើយ។[36]

១.៤. ភាពទំនេរនៃម៉ាក

សញ្ញាដែលអាចប្រើប្រាស់ និងចុះបញ្ជីបានលុះត្រាតែសញ្ញានោះគឺជាសញ្ញាដែលនៅទំនេរពោល គឺសញ្ញានោះមិនទាន់មានជាកម្មសិទ្ធិរបស់តតិយជនណាមួយនៅឡើយ។ ត្រង់ចំណុចនេះ មានន័យថាសញ្ញាដែលអាចចុះបញ្ជីបាន គឺជាម៉ាកទាំងឡាយណាដែលមានភាពថ្មីតែម្តង។ ដើម្បីដឹងថាម៉ាកមួយមានម្ចាស់កម្មសិទ្ធិហើយ ឬនៅនោះទាល់តែអ្នកដាក់ពាក្យសុំ ដើម្បីធ្វើការស្រាវជ្រាវលើភាពទំនេរនៃម៉ាកនោះតាមរយៈការសុំយោបល់ពីមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។[37] បន្ទាប់ពីបានទទួលពាក្យស្នើសុំបញ្ជាក់ពីភាពទំនេរនៃម៉ាករួចមកនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានឹងចេញលិខិតបញ្ជាក់ថាម៉ាកដែលបានដាក់ពាក្យស្នើសុំនោះជាម៉ាកនៅទំនេរ ឬក៏មានម្ចាស់កម្មសិទ្ធិរួចហើយ។

---

[33] មាត្រា២ ចំណុច (ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[34] អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស១៨៨៣ ស្តីពីកិច្ចការពារ កម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម មាត្រា៦ ស្ទួនទី២ (ter)

[35] មាត្រា២៦ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[36] មាត្រា៤ ចំណុច (ង) និង (ច) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[37] មាត្រា៣០ នៃអនុក្រឹត្យលេខ៦៤នៃការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦

២. លក្ខខណ្ឌទម្រង់

ក្រៅពីលក្ខខណ្ឌគ្រឹះនៃម៉ាក ក៏មាននៅលក្ខខណ្ឌទម្រង់មួយទៀតដែលម្ចាស់ម៉ាកត្រូវបំពេញបែបបទក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ដែលត្រូវបានកំណត់ដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ ចំណែកការបំពេញទម្រង់នៃពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកនេះត្រូវមានភ្ជាប់នូវសំណុំឯកសារចាំបាច់មួយចំនួនទៀត ដូចដែលបានកំណត់លម្អិតនៅក្នុងអនុក្រឹត្យលេខ៦៤ស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ដើម្បីឱ្យអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចដែលជាមន្ត្រីមានតួនាទីធ្វើការ ពិនិត្យពិច័យ និងសម្រេចថាតើគួរគប្បីផ្តល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខដល់អ្នកស្នើសុំនោះដែរ ឬយ៉ាងណា?

២.១. ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក

រាល់ម៉ាកដែលមិនបានបញ្ញត្តិនៅក្នុងច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើក្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ គឺជាម៉ាកដែលអាចចុះបញ្ជីបានទាំងអស់។[38] ដូចនេះម៉ាកទាំងនោះមាន សិទ្ធិក្នុងការសុំចុះបញ្ជីបានការដាក់ពាក្យស្នើសុំត្រូវធ្វើឡើងដោយម្ចាស់ម៉ាក ឬអ្នកតំណាង ដែលម្ចាស់ម៉ាកផ្តល់សិទ្ធឱ្យហើយធ្វើតាមរយៈគំរូពាក្យស្នើសុំដូចមានចែងនៅក្នុងប្រកាសរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ដោយក្នុងពាក្យនោះគឺត្រូវចុះហត្ថលេខាដោយម្ចាស់ម៉ាក ឬអ្នកតំណាងស្របច្បាប់។ ពាក្យស្នើសុំមួយអាចស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកមួយចំពោះទំនិញ ឬសេវាក្នុងចំណាត់ថ្នាក់តែមួយ ឬច្រើនតាមចំណាត់ថ្នាក់អន្តរជាតិ។ សម្រាប់នីតិវិធីក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីនេះភាពចាំបាច់គឺត្រូវកំណត់ថាបុគ្គលណាខ្លះដែលអាចមានសិទ្ធិក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំមានឯកសារចាំបាច់អ្វីខ្លះ ហើយអាជ្ញាធរណាខ្លះ ដែលមានសមត្ថកិច្ចក្នុងការទទួលពាក្យស្នើសុំ និងសម្រេចពីការចុះបញ្ជីនេះ។

២.២. ការដាក់ពាក្យស្នើសុំ

ពាក្យសុំចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវបំពេញ និងបញ្ជូនទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីម៉ាកនៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ដោយម្ចាស់ម៉ាកខ្លួនឯង ឬដោយអ្នកតំណាងម្ចាស់ម៉ាកស្របច្បាប់នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

២.៣. ការបំពេញគំរូពាក្យស្នើសុំ

ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវបានចែកជូនដោយឥតគិតថ្លៃដោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីម៉ាក។ ម្ចាស់ម៉ាកត្រូវបំពេញគំរូពាក្យសុំនូវចំណុចសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម[39]

- ភាសាប្រើប្រាស់ក្នុងឯកសារដាក់ពាក្យស្នើសុំ និងការបកប្រែពាក្យស្នើសុំអាចធ្វើជាភាសាខ្មែរ ឬជាភាសាអង់គ្លេស។[40] ក្នុងករណីដែលពាក្យស្នើសុំនោះមិនមែនជាភាសាខ្មែរ ឬជាភាសាអង់គ្លេសទេ

---

[38] មាត្រា៤ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[39] មាត្រា៣ នៃអនុក្រឹត្យលេខ៦៤ នៃការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦

[40] មាត្រា៤ នៃអនុក្រឹត្យលេខ៦៤ នៃការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦

ពាក្យស្នើសុំទាំងនោះត្រូវប្រែសម្រួលទៅជាភាសាខ្មែរ ឬភាសាអង់គ្លេសជាមុនសិនមុននឹងយកទៅដាក់ជូនមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីម៉ាក។

- ការបញ្ជាក់អត្តសញ្ញាណរបស់អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកដើម្បីបញ្ជាក់ពីអត្តសញ្ញាណរបស់អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក គឺត្រូវពិនិត្យទៅលើឈ្មោះ អាសយដ្ឋាន សញ្ជាតិ និងវេសដ្ឋាន ។
- ឈ្មោះ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីអាចជារូបវ័ន្តបុគ្គល និងនីតិបុគ្គល។ បើអ្នកស្នើសុំជារូបវ័ន្តបុគ្គលឈ្មោះរបស់រូបវ័ន្តបុគ្គលនោះត្រូវមានដាក់នាមត្រកូល និងនាមខ្លួន។ រីឯអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីជានីតិបុគ្គលវិញ គឺត្រូវបញ្ជាក់ឈ្មោះដែលជាឈ្មោះផ្លូវការរបស់នីតិបុគ្គល នោះដូចមានចែងនៅក្នុងលក្ខន្តិកៈរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលបានចុះបញ្ជីនៅក្នុងក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។
- សញ្ជាតិ សញ្ជាតិត្រូវបង្ហាក់នូវឈ្មោះរបស់រដ្ឋ ឬប្រទេសដែលបុគ្គលនោះ ជាពលរដ្ឋនៃរដ្ឋ ឬប្រទេសនោះ។ រីឯនីតិបុគ្គលវិញ គឺត្រូវបញ្ជាក់ឈ្មោះរដ្ឋ ឬប្រទេសដែលនីតិបុគ្គលនោះបានបង្កើតឡើងតាមច្បាប់របស់រដ្ឋ ឬប្រទេសនោះព្រមទាំងមានការិយាល័យនៃនីតិបុគ្គលនោះដែលបានចុះបញ្ជីរួច។

២.៤.ការត្រួតពិនិត្យលើពាក្យស្នើសុំ

ដំណាក់កាលនៃការពិនិត្យទៅលើពាក្យស្នើសុំ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនឹងធ្វើការត្រួតពិនិត្យទៅលើលក្ខខណ្ឌនៃនីត្យានុលកូលភាពនៃម៉ាកដែលបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីដើម្បីឱ្យដឹងថា តើម៉ាកនោះគោរពទៅតាមលក្ខខណ្ឌដែលច្បាប់បានកំណត់ហើយឬនៅ (លក្ខខណ្ឌនីត្យានុកូលភាពនៃម៉ាកភាពខុសប្លែកគ្នានៃម៉ាក និងភាពទំនេរនៃម៉ាក)។

` ២.៤.១. ការទទួលយកពាក្យស្នើសុំ និងការចេញលិខិតទទួលស្គាល់ការដាក់ពាក្យ

នៅពេលដែលមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីបានពិនិត្យមើលខ្លឹមសារនៃម៉ាកដែលបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីរួចហើយហើយយល់ព្រមទទួលពាក្យស្នើសុំក្នុងលក្ខខណ្ឌនៃការកែតម្រូវ ការកែសម្រួលការប្រកាសមិនទាមទារសិទ្ធិលើចំណុចណានៃម៉ាក ឬការកម្រិតសិទ្ធិ ឬលក្ខខណ្ឌផ្សេងទៀតមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនឹងធ្វើការជូនដំណឹងជាលាយល័ក្ខអក្សរទៅឱ្យអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំនោះ។

២.៤.២. ការបដិសេធ និងការកែតម្រូវពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី

ការត្រួតពិនិត្យទៅលើទម្រង់នៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំបញ្ជីម៉ាក គឺមានគោលដៅ ដើម្បីពិនិត្យលើរាល់ព័ត៌មានទាំងឡាយ ដែលមាននៅក្នុងពាក្យស្នើសុំដើម្បីឱ្យដឹងថា តើព័ត៌មានទាំងនោះត្រូវបានគេបំពេញបានគ្រប់គ្រាន់ដូចដែលបានកំណត់ក្នុងចំណុច (ក.២) ការបំពេញគំរូពាក្យស្នើសុំខាងលើដែរឬទេ។

ក្នុងករណីដែលមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីយល់ឃើញថា ពាក្យស្នើសុំពុំមានព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់ ទៅតាមអ្វីដែលច្បាប់បានកំណត់នោះទេ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនឹងជូនដំណឹងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរអំពីការខ្វះខាត និងបង្គាប់ឱ្យម្ចាស់

ម៉ាកធ្វើការកែតម្រូវ ឬបំពេញបន្ថែមលើចំណុចដែលខ្វះខាតពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីនោះក្នុងរយៈពេល៤៥ (សែសិបប្រាំ) ថ្ងៃ។ ប្រសិនបើអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ពុំបានធ្វើការឆ្លើយតបក្នុងរយៈពេល ដែលបានកំណត់ទេចាត់ទុកថាអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំនោះលះបង់សិទ្ធិក្នុងការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក។[41]

ផ្នែកទី២ ការត្រួតពិនិត្យខ្លឹមសារម៉ាក

២.១. ការត្រួតពិនិត្យខ្លឹមសារដោយជោគជ័យ

នៅពេលដែលមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីទទួលពាក្យសុំចុះបញ្ជីនីមួយៗ គេត្រូវកត់ត្រានៅលើសំណុំឯកសារនៃពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកនីមួយៗនូវកាលបរិច្ឆេទពិតប្រាកដនឹងលេខរៀងនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីនោះ។ លើសពីនេះទៀតមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវពិនិត្យលើពាក្យស្នើសុំរួចហើយដោយអនុវត្ត មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវពិនិត្យមើលនូវព័ត៌មានថាគ្រប់គ្រាន់ និងត្រឹមត្រូវហើយឬនៅ។ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវពិនិត្យនូវចំណុចដូចខាងក្រោម [42]

- ឈ្មោះរបស់អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក
- អាសយដ្ឋានទំនាក់ទំនង
- គំរូម៉ាកដែលស្នើសុំចុះបញ្ជី
- យថាប្រភេទរបស់ទំនិញ ឬសេវាដែលស្នើសុំចុះបញ្ជីក្នុងចំណាត់ថ្នាក់នីមួយៗ
- កម្រៃនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកដែលតម្រូវសម្រាប់ចំណាត់ថ្នាក់នីមួយៗនៃទំនិញ ឬសេវាដែលស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក។

២.១.១. លិខិតទទួលស្គាល់ការចុះបញ្ជីម៉ាក

បន្ទាប់ពីបានត្រួតពិនិត្យពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីសព្វគ្រប់រួចមក និងយល់ឃើញថាម៉ាកនោះពិតជាត្រឹមត្រូវតាមទម្រង់ និងបែបបទខាងលើរួចហើយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីម៉ាកយល់ព្រមចុះបញ្ជីម៉ាកនោះហើយ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវចុះបញ្ជីម៉ាក និងចេញវិញ្ញាបនបត្រនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកជូនអ្នក ដែលបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ហើយត្រូវបោះពុម្ពផ្សាយការចុះបញ្ជីម៉ាកនោះនៅក្នុងព្រឹត្តបត្រផ្លូវការរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។

២.១.២. ភាតព្វកិច្ចបង់ថវិកា

ការសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ការសុំប្តូរអាសយដ្ឋាននៃម្ចាស់ម៉ាក និងការបញ្ជាក់ឡើងវិញនូវការប្រើប្រាស់ ឬមិនប្រើប្រាស់ម៉ាកត្រូវបង់កម្រៃតាមការកំណត់នៅក្នុងសេចក្តីប្រកាសរួមរបស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ និងក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។[43] ដូចនេះនៅពេលដែលមានការយល់ព្រមទទួលចុះបញ្ជីពីសំណាក់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី រួចហើយ

[41] មាត្រា១៧ ចំណុច១ នៃអនុក្រឹត្យលេខ៦៤ នៃការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦

[42] មាត្រា៨ ចំណុច (ខ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[43] មាត្រា៥ ចំណុច (ខ) ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ម្ចាស់ម៉ាកត្រូវតែមានកាតព្វកិច្ចបង់ថ្លៃសេវានៃការចុះបញ្ជីម៉ាកនោះនៅនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ តម្លៃនៃសេវាដែលត្រូវបង់នោះ គឺត្រូវកំណត់នៅក្នុងប្រកាសរួមរបស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ ស្តីពីការផ្តល់សេវាសាធារណៈរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។

តារាងស្តីពីការផ្តល់សេវាសាធារណៈរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម (នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា)។[44]

២.២. ការត្រួតពិនិត្យខ្លឹមសារដែលមានបញ្ហា

ប្រសិនបើមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីបានពិនិត្យឃើញថា ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីមិនទាន់បានបំពេញបានត្រឹមត្រូវនោះទេ ឬក៏មានចំណុចណាមួយដែលមិនសមស្រប ឬក៏មានចំណុចណាមួយដែលត្រូវកែសម្រួលឡើងវិញមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវតែជូនដំណឹងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរទៅដល់ម្ចាស់ម៉ាកអំពីមូលហេតុនៃការច្រានចោលនោះដោយភ្ជាប់នូវព័ត៌មានលំអិតទាំងអស់ ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងសេចក្តីសម្រេចរបស់ខ្លួនហើយស្នើឱ្យអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំនោះធ្វើការកែតម្រូវពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីរបស់ខ្លួន និងធ្វើចម្លើយឆ្លើយតបទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីជាលាយលក្ខណ៍អក្សរក្នុងរយៈពេល៤៥ថ្ងៃបន្ទាប់ពីទទួលបានសេចក្តីជូនដំណឹងរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។[45]

២.២.១. ការកែតម្រូវ

ម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធិក្នុងការកែតម្រូវពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ខ្លួនក្នុងរយៈពេល ៤៥ថ្ងៃ ប្រសិនផុតកំណត់រយៈពេល៤៥ថ្ងៃ នេះហើយម្ចាស់ម៉ាក នៅតែមិនព្រមកែតម្រូវពាក្យស្នើសុំរបស់ខ្លួននោះទេមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីមានសិទ្ធិបដិសេធការចុះបញ្ជីម៉ាកនោះ។[46] ករណីដែលអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីបានឯកភាពគ្នាជាមួយនឹងមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីរួចហើយ អ្នកស្នើសុំត្រូវតែជូនដំណឹងទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីវិញជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ហើយធ្វើការកែតម្រូវពាក្យស្នើសុំរបស់ខ្លួនទៅតាមសេចក្តីជូនដំណឹងរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីម៉ាកខាងលើ។ ប៉ុន្តែផ្ទុយទៅវិញ ប្រសិនបើអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីមិនយល់ស្របនឹងសេចក្តីជូនដំណឹងរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីហើយមិនបានឆ្លើយតបតាមការកំណត់របស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនោះ អាចសន្មត់បានថាអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីបានបោះបង់ចោលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ខ្លួនហើយ។[47]

២.២.២. នីតិវិធីជំណាក់កាលសវនាការ

នៅក្នុងករណីមួយទៀត ប្រសិនបើអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកមិនយល់ស្របមិនឯកភាពឬចង់បដិសេធទៅនឹងសេចក្តីសម្រេចរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធិដាក់ពាក្យស្នើសុំសវនាការមួយ ឬផ្តល់នូវការយល់ឃើញរបស់ខ្លួនជាលាយលក្ខណ៍អក្សរទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីក្នុងរយៈពេល ៦០ថ្ងៃ បន្ទាប់ពីបានទទួលសេចក្តី

[44] ប្រកាសរួមស្តីពីការផ្តល់សេវាសធារណៈរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

[45] មាត្រា៨ ចំណុច (ខ) ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[46] មាត្រា១០ ចំណុច (ខ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[47] មាត្រា១០ ចំណុច (ឃ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

សម្រេចរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។ បន្ទាប់ពីបានទទួលពាក្យបណ្តឹងរបស់អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំបើកសវនាការហើយ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ត្រូវជូនដំណឹងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរទៅអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកយ៉ាងយូរ ១ខែមុនការបរិច្ឆេទ ដែលអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកចូលក្នុងសវនាការ។[48]

បន្ទាប់ពីមានសវនាការហើយ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនៅតែបដិសេធមិនព្រមទទួលចុះបញ្ជីហើយច្រានចោលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីនោះទៀត មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវតែជូនដំណឹងអំពីសេចក្តីបដិសេធរបស់ខ្លួនជាលាយលក្ខណ៍អក្សរទៅអ្នកដាក់ស្នើសុំនោះ។ លើសពីនេះទៅទៀត អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំមានសិទ្ធិទាមទារឱ្យមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីបញ្ជាក់ពីមូលហេតុ និងឯកសារដែលពាក់ព័ន្ធ ដែលមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីសម្រេចមិនព្រមចុះបញ្ជីក្នុងរយៈពេល ១ខែបន្ទាប់ពីទទួលបានសេចក្តីសម្រេច។[49]

២.២.៣. នីតិវិធីដំណាក់កាលក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ា

លើសពីនេះទៀតប្រសិនបើមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនៅតែបដិសេធមិនព្រមទទួលចុះបញ្ជីដដែល អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីនៅតែមិនឯកភាពនឹងសេចក្តីសម្រេចរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីមានសិទ្ធិប្តឹងទៅក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ាក្នុងរយៈពេល៣ខែ គិតចាប់ពីថ្ងៃដែលគាត់ទទួលបានសេចក្តីសម្រេចរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។ ប្រសិនបើក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ានៅតែបដិសេធការចុះបញ្ជីនោះអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីមានសិទ្ធិប្តឹងតវ៉ាទៅសេចក្តីសម្រេចរបស់ក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយវិវាទនោះ (នៅកម្ពុជាយើងមិនទាន់មានក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ានៅឡើយទេ) អាចបន្តប្តឹងទៅតុលាការបន្តទៀត។[50]

២.២.៤. បណ្តឹងទៅតុលាការមានសមត្ថកិច្ច

ក្រោយពីក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ា នៅតែបដិសេធមិនព្រមទទួលចុះបញ្ជីដដែល អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីនៅតែមិនយល់ស្រប ឬមិនឯកភាព ឬចង់បដិសេធទៅនឹងការសម្រេចសេចក្តីរបស់ក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ានោះក្នុងរយៈពេល ៣(បី)ខែ គិតចាប់ពីថ្ងៃ ដែលចេញសេចក្តីសម្រេចរបស់ក្រុមប្រឹក្សាបណ្តឹងតវ៉ាអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីមានសិទ្ធិប្តឹងទៅតុលាការ ដែលមានសមត្ថកិច្ចដើម្បីឱ្យតុលាការដោះស្រាយនូវពាក្យបណ្តឹងរបស់ខ្លួន។[51]

[48] មាត្រា១០ ចំណុច (ង) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[49] អនុក្រឹត្យលេខ៦៤ នៃការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦

[50] មាត្រា៦២ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[51] មាត្រា១០ ចំណុច (គ)នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ផ្នែកទី៣ ការចេញវិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីម៉ាក

ការចេញវិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីម៉ាក គឺត្រូវបានធ្វើនៅពេលមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីព្រមទទួលចុះបញ្ជីម៉ាកមានន័យថា រាល់ម៉ាកសុំចុះបញ្ជីដែលពុំមានការបដិសេធពីមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីម៉ាកនោះ គឺត្រូវបានចុះបញ្ជីហើយការចុះបញ្ជីម៉ាកនេះវាមានអត្ថប្រយោជន៍ខ្លាំងណាស់ដល់ម្ចាស់ម៉ាក ជាពិសេសវាអាចការពារពីការរំលោភបំពានពីសំណាក់អ្នកដទៃ និងការពារកុំឱ្យមានការក្លែងបន្លំ និងការរំលោភម៉ាកយកមកប្រើប្រាស់ដោយគ្មានការអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាក។ នៅពេលដែលម៉ាកមួយត្រូវបានចុះបញ្ជីហើយម៉ាកនោះ គឺមានសុពលភាពរយៈពេល១០ឆ្នាំគិតចាប់ពីថ្ងៃដែលបានចុះបញ្ជី។[52] ប៉ុន្តែប្រសិនបើការចុះបញ្ជីម៉ាកនោះប៉ះពាល់ ឬក៏រំលោភបំពានដល់ផលប្រយោជន៍អ្នកដ៏ទៃ ឬផលប្រយោជន៍សាធារណៈជន ដែលមានការពាក់ព័ន្ធដូចនេះគេអាចជូនដំណឹងទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីពីការជំទាស់របស់ខ្លួនចំពោះការចុះបញ្ជីម៉ាក តាមបែបបទដែលឈរលើមូលដ្ឋាននៃការមិនបានបំពេញតាមលក្ខខណ្ឌណាមួយនៃមាត្រា២ ចំណុច (ខ) មាត្រា៤ មាត្រា៥ និងបទបញ្ញាទាំងឡាយដែលពាក់ព័ន្ធក្នុងរយៈពេល៩០ថ្ងៃបន្ទាប់ពីមានការបិទផ្សាយក្នុងព្រឹត្តប័ត្រផ្លូវការ។[53]

៣.១. ការបោះផ្សាយនៅក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការ

គ្រប់ម៉ាកទាំងឡាយដែលបានចុះបញ្ជីនៅនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានឹងត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយក្នុងព្រឹត្តិបត្រប្រចាំខែរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ ការផ្សព្វផ្សាយនេះ មានគោលដៅជូនដំណឹងជាសាធារណៈដល់បុគ្គលដែលពាក់ព័ន្ធអំពីវត្តមាននៃការចុះបញ្ជីម៉ាកនេះនៅកម្ពុជា។ ប្រសិនបើម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ ឬបុគ្គលដែលពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត យល់ឃើញថាម៉ាកដែលមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីអនុញ្ញាតចុះបញ្ជីនោះ ដោយមានលក្ខណៈភ័ន្តច្រឡំទៅនឹងម៉ាករបស់ខ្លួន គឺគាត់អាចដាក់ពាក្យបណ្ដឹង ដើម្បីសុំលុបម៉ាកនោះចេញបញ្ជីម៉ាកនោះ។

៣.១.១. ទម្រង់នៃព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការ

ព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការនៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ក្រោយពីការសម្រេចទទួលចុះបញ្ជីដល់ម៉ាក ដែលបានស្នើសុំចុះបញ្ជីនោះរួចមក ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម (តាមរយៈមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីម៉ាក) មានកាតព្វកិច្ចក្នុងការប្រកាសផ្សាយនូវសេចក្ដីសម្រេចរបស់ខ្លួនអំពីការចុះបញ្ជីម៉ាកទៅក្នុងសៀវភៅព្រឹត្តប័ត្រផ្លូវការណ៍របស់ក្រសួង។ នៅក្នុងន័យនេះ ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មត្រូវបោះពុម្ពនៅក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការណ៍ នូវគ្រប់ការចុះបញ្ជីការចុះបញ្ជីសាឡើងវិញ។ ការដិសេធការលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជី និងការងារផ្សេងៗទៀតដែលកំណត់ដោយអនុក្រឹត្យ។[54] ការប្រកាសផ្សាយក្រោយពីការសម្រេចចុះបញ្ជីម៉ាកនេះពុំមែនមានន័យថា ម៉ាកនោះត្រូវបានចុះបញ្ជី និងមានសុពលភាពនោះឡើយចាប់ពីថ្ងៃ

[52] មាត្រា១០ ចំណុច (ខ)នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២
[53] មាត្រា១០ ចំណុច (គ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២
[54] មាត្រា៥៥ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ប្រកាសនេះឡើយ។ ប៉ុន្តែការប្រកាសផ្សាយ គឺគ្រាន់តែជាផ្នែកមួយនៃនីតិវិធីចុះបញ្ជីប៉ុណ្ណោះពោល គឺមានន័យថា ម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជីឱ្យដោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវតែរង់ចាំបញ្ចប់នីតិវិធីប្រកាសផ្សាយនេះទៀតសិនទើប អាចចាត់ទុកថាបានចុះបញ្ជីម៉ាកចប់សព្វគ្រប់ត្រឹមត្រូវទៅតាមច្បាប់។ ការពិតទៅក្នុងការប្រកាសផ្សាយជា សាធារណៈនេះគឺមានគោលបំណងសំខាន់ចង់បើកលទ្ធភាពឱ្យដល់តតិយជនទាំងឡាយ ដែលផលប្រយោជន៍ របស់គាត់អាចនឹងត្រូវបានបំពាន ដោយសារសុពលភាពនៃអនាគតម៉ាក ដែលនឹងត្រូវបានចុះបញ្ជីនេះអាចឱ្យធ្វើការ ប្ដឹង និងប្រឆាំងជំទាស់នឹងការចុះបញ្ជីម៉ាកនោះនៅចំពោះមុខមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីម៉ាកនាពេលនោះតែម្ដង។ ហើយ នេះក៏ជាយន្តការដ៏មានប្រសិទ្ធិភាពក្នុងការផ្ទៀងផ្ទាត់ ភាពទំនេរនៃម៉ាកដែលបានការពាររួចដោយម្ចាស់មកដោយ ខ្លួនឯងប្រឆាំងទល់នឹងការយកទៅចុះបញ្ជីម្ដងទៀតដោយអ្នកផ្សេងផងដែរ។

៣.១.២. អានុភាពនៃព្រឹត្តិប័ត្រផ្លូវការ

ក្នុងករណីដែលមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីរកឃើញថា ការដាក់ពាក្យស្នើសុំរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ដែលសុំចុះបញ្ជីម៉ាក បានបំពេញត្រឹមត្រូវតាមលក្ខខណ្ឌទាំងឡាយ ដែលមានចែងក្នុងមាត្រា៨ និងមាត្រា៥ នោះរួចរាល់ហើយមន្ត្រី កាន់កាប់បញ្ជីត្រូវចុះបញ្ជីម៉ាក និងចេញវិញ្ញាបនបត្រនៃការចុះបញ្ជីជូនអ្នកស្នើសុំនិងចុះផ្សាយក្នុងប្រត្តិប័ត្រផ្លូវការ របស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។[55] រីឯការដាក់ពាក្យស្នើសុំរបស់អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកមានលក្ខណៈត្រឹមត្រូវ តាមលក្ខខណ្ឌ ឬតាមកម្រិតណាមួយ ដែលជាលក្ខខណ្ឌរួចរាល់ហើយនោះមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវចុះបញ្ជីម៉ាក និង ចេញវិញ្ញាបនបត្រនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកជូនអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ហើយត្រូវបោះពុម្ពផ្សាយការចុះបញ្ជីម៉ាក នោះនៅក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។[56]

៣.២. រយៈពេលការពារម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីជាស្ថាពរ

៣.២.១. រយៈពេលការពារម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី

ជាទូទៅរយៈពេលនៃកិច្ចការពារម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយនៅបណ្ដាលប្រទេសទាំងឡាយនៅលើ ពិភពលោក គឺមានរយៈពេល ១០ឆ្នាំ។ បើយោងតាមបទបញ្ញត្តិបានកំណត់អំពីរយៈពេលការពារម៉ាក ដែលបាន ចុះបញ្ជីរួចដែលមានរយៈពេលមានសុពលភាព ១០(ដប់) ឆ្នាំ គឺគិតចាប់ពីការបរិច្ឆេទនៃការទទួលពាក្យស្នើសុំចុះ បញ្ជីម៉ាកហើយអាចចុះបញ្ជីសារជាថ្មីសម្រាប់រយៈពេល ១០(ដប់)ឆ្នាំម្ដងៗ ជាបន្តបន្ទាប់ដោយឥតកំណត់។[57] រីឯកិច្ចព្រមព្រៀង TRIPS តម្រូវឱ្យរដ្ឋសមាជិកនីមួយៗ កំណត់នូវរយៈពេលជាក់លាក់នៃកិច្ចការពារម៉ាកនៅក្នុង

[55] មាត្រា១០ ចំណុច (ក) នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[56] មាត្រា២៦ នៃអនុក្រឹត្យស្ដីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦

[57] មាត្រា១២ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ច្បាប់ជាតិរបស់ខ្លួនដែលមានរយៈពេលយ៉ាងតិច៧ (ប្រាំពីរ)ឆ្នាំ។ បទបញ្ញត្តិនេះមានន័យរយៈពេលសុពលភាពនៃម៉ាកអាចត្រូវបានកំណត់ ដោយច្បាប់ជាតិចាប់ពី ៧ (ប្រាំពីរ) ឆ្នាំឡើងទៅហើយក៏អាចចុះបញ្ជីសារជាថ្មីបានដែរ។[58]

៣.២.២ ការសុំចុះបញ្ជីម៉ាកសាជាថ្មី

នៅក្នុងរយៈពេល៦ (ប្រាំមួយ) ខែមុនពេល ឬក្រោយពេលអស់សុពលភាពនៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច អាចត្រូវបានលុបចេញពីបញ្ជីម៉ាកប្រសិនបើម្ចាស់ម៉ាកមិនបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីសាជាថ្មី។ គោលការណ៍ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកសាជាថ្មីនេះ អាចត្រូវបញ្ជូនទៅឱ្យមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីក្នុងរយៈពេល៦(ប្រាំមួយ) ខែមុនពេលផុតកំណត់សុពលភាពនៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច។ ច្បាប់ម៉ាកកំណត់អំពីរយៈពេលអនុគ្រោះដល់ម្ចាស់ម៉ាក ដែលពុំបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកសាជាថ្មីក្នុងរយៈពេល៦ (ប្រាំមួយ) ខែចាប់ពីថ្ងៃអស់សុពលភាពនៃម៉ាក។[59] លើសពីនេះទៅទៀតច្បាប់ម៉ាកនៃប្រទេសកម្ពុជា ក៏ចែងអំពីអានុភាពប្រតិសកម្មផងដែរដោយអនុញ្ញាតឱ្យធ្វើការចុះបញ្ជីម៉ាកសារឡើងវិញដែលបានចុះបញ្ជីមុនពេលច្បាប់ចូលជាធរមាន (មុន ឆ្នាំ២០០២)។ ក្នុងករណីខ្លះសិទ្ធិការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកសាជាថ្មីត្រូវចាត់ទុកថា ម្ចាស់ម៉ាកបានបោះបង់សិទ្ធិលើម៉ាករបស់ខ្លួន។ ក្នុងករណីអនុវត្តទូទៅម្ចាស់ម៉ាកត្រូវជ្រើសរើសភ្នាក់ងារតំណាងក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាក ដែលមានគុណភាពនិងគុណវឌ្ឍខ្ពស់ក្នុងការគ្រប់គ្រងទិន្នន័យ និងធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពនៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចមកកាន់ម្ចាស់ម៉ាកឱ្យបានទាន់ពេលកំណត់។

[58] Article 18 of TRIPS-Terms of Protection "Initial registration, and each renewal of registration, of a trademark shall be for a term of no less than seven years. The registration of a trademark shall be renewable indefinitely.

[59] មាត្រា១២ ចំណុច (ខ និង ឃ) មាត្រា១៤ ចំណុច(ក)នៃច្បាប់ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ជំពូកទី៣

សិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក និងការដោះស្រាយវិវាទ

ជំពូកទី៣
សិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក និងការដោះស្រាយវិវាទ

ផ្នែកទី១ សិទ្ធិដែលទទួលបានពីការចុះបញ្ជី

តាមរយៈការចុះបញ្ជីម្ចាស់ម៉ាកទទួលបានសិទ្ធិ និងការការពារពីច្បាប់ចំពោះកម្មសិទ្ធិបញ្ញារបស់ខ្លួនលើម៉ាក ដែលខ្លួនបានចុះបញ្ជីនោះ។ នៅក្នុងអំឡុងពេលដែលទទួលបានការការពារលើម៉ាក ម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធិ អាចប្តឹងទៅកាន់តុលាការមានសមត្ថកិច្ចរាល់ពេល ដែលមានការរំលោភបំពានលើម៉ាក។[60] នៃវិធានការបណ្តោះអាសន្ន ដែលជួយទប់ស្កាត់ការរំលោភបំពានលើម៉ាកក៏ស្ថិតក្នុងសិទ្ធិរបស់ម្ចាសម៉ាកដែរ។ ស្របតាមកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ១៩៩៤ ក្នុងការការពារលើម៉ាករដ្ឋសមាជិកត្រូវកំណត់អំឡុងពេលមិនឱ្យតិចជាង ៧ឆ្នាំ និងត្រូវតែអនុញ្ញាតឱ្យមានការចុះបញ្ជីសារជាថ្មី។[61] ច្បាប់បានផ្តល់នូវការការពារចំពោះម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរយៈពេល ១០ឆ្នាំ និងអនុញ្ញាតឱ្យម្ចាស់ម៉ាកចុះបញ្ជីសារជាថ្មីក្នុងរយៈពេលដប់ឆ្នាំម្តងដោយបង់អាករតាមការកំណត់។[62] ក្នុងរយៈពេល ៦ខែ បន្ទាប់ពីថ្ងៃអស់សុពលភាពនៃការការពារម៉ាកម្ចាស់សិទ្ធិត្រូវទៅចុះបញ្ជីសារជាថ្មី[63] បើមិនដូច្នេះទេក្រសួងពាណិជ្ជកម្មនឹងលុបម៉ាកនោះចេញពីបញ្ជី។[64]

១.១. សិទ្ធិផ្តាច់មុខលើម៉ាក

សិទ្ធិផ្តាច់មុខរបស់ម្ចាស់ម៉ាកត្រូវបានទទួលស្គាល់ដោយច្បាប់ជាតិ[65] និងអន្តរជាតិ។[66] ម៉ាក ដែលត្រូវបានចុះបញ្ជីរួចហើយសម្រាប់ទំនិញ និងសេវាមិនអាចប្រើប្រាស់ដោយបុគ្គលណាម្នាក់ឡើយក្រៅពីម្ចាស់ម៉ាក ឬគ្មានការអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាក។[67] យោងតាមសិទ្ធិផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាកម្ចាស់សិទ្ធិអាចប្តឹងរាល់បុគ្គលដែលបានប្រើប្រាស់ម៉ាករបស់ខ្លួនដោយគ្មានការអនុញ្ញាត ឬការប្រើប្រាស់ម៉ាកប្រហាក់ប្រហែលនឹងម៉ាកដែលបានចុះ

---

[60] មាត្រា១១ ចំណុច (ខ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២
[61] មាត្រា១៨ នៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា
[62] មាត្រា១២ ចំណុច (ក) ចំណុច (ខ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២
[63] មាត្រា១២ ចំណុច (ឃ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២
[64] មាត្រា១៤ ចំណុច (ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២
[65] មាត្រា៣ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២
[66] មាត្រា១៦ នៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា
[67] មាត្រា១១ ចំណុច (ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

បញ្ជីរួចហើយ និងការប្រើប្រាស់ម៉ាកដែលទាក់ទិនទៅនឹងទំនិញ និងសេវា ដែលប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងទំនិញ ឬ សេវានៃម៉ាកដែលចុះបញ្ជីរួចហើយនេះ ដែលអាចបណ្តាលឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំជាសាធារណៈ។[68]

ចំណែកឯ ការការពារម៉ាកល្បីមានពីររូបភាពរួមមានការការពារម៉ាកល្បី ដែលបានចុះបញ្ជីនៅកម្ពុជា និង ការការពារម៉ាកល្បីមិនបានចុះបញ្ជីនៅកម្ពុជា។ ការការពារម៉ាកល្បី ដែលបានចុះបញ្ជីនៅកម្ពុជាមានលក្ខណៈ ធំទូលាយជាងការការពារម៉ាកធម្មតា ដែលបានចុះបញ្ជីនៅកម្ពុជា។ ម៉ាកល្បី ដែលបានចុះបញ្ជីនៅកម្ពុជាត្រូវបាន ការពារលើការប្រើប្រាស់សញ្ញា ដែលប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងម៉ាកល្បីដែលធ្វើឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំជាសាធារណៈ ទោះបីជាទំនិញ ឬ សេវា ដែលប្រើប្រាស់ដោយសញ្ញានោះមិនដូច ឬប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងម៉ាកល្បីក៏ដោយ ក៏ ប៉ុន្តែទំនិញ ឬ សេវា ដែលប្រើប្រាស់ដោយសញ្ញានោះតម្រូវឱ្យមានភាពពាក់ព័ន្ធគ្នារវាងទំនិញ និងសេវាទៅនឹង ម្ចាស់ម៉ាកល្បីនឹងផលប្រយោជន៍របស់ម្ចាស់ម៉ាកត្រូវខូចខាត។[69] ម៉ាកល្បីដែលមិនបានចុះបញ្ជីត្រូវបានការពារ លើការប្រើប្រាស់នូវសញ្ញា ដែលដូចឬប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងម៉ាកល្បី ដោយគ្មានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ ម៉ាកប្រសិនបើការសញ្ញានោះប្រើប្រាស់ទាក់ទងទៅនឹងទំនិញ ឬសេវា ឬប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងទំនិញ ឬ សេវានៃម៉ាកល្បីនោះ។[70]

ម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធិពេញលេញក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាករបស់ខ្លួន ដែលរួមទាំងការបិទភ្ជាប់ម៉ាកសញ្ញានោះ ទៅលើផលិតផល ស្រោមសំបកវេចខ្ចប់នឹងប្រើប្រាស់នៅក្នុងការឃោសនាពាណិជ្ជកម្មផ្សេងៗ និងរាល់ការផ្តល់ សិទ្ធិទៅឱ្យតតិយជន ឬការផ្ទេរផ្សេងៗម្ចាស់ម៉ាកអាចធ្វើទៅបានតាមឆន្ទៈរបស់ខ្លួន។

១.១.១. សិទ្ធិបេតិកភណ្ឌ

សិទ្ធិបេតិកភណ្ឌ ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការកំណត់អត្តសញ្ញាណនៃផលិតផលហើយវាក៏បង្កើតទៅ ជាទ្រព្យសកម្មមួយក្នុងបេតិកភណ្ឌរបស់ម្ចាស់សិទ្ធិផងដែរ។ សិទ្ធិលើម៉ាកអាចបង្កើតជាតម្លៃសេដ្ឋកិច្ចដល់ម្ចាស់ម៉ាក ដូចនេះម្ចាស់ម៉ាកអាចប្រើប្រាស់សិទ្ធិនេះធ្វើជាកម្មវត្ថុនៃកិច្ចសន្យាជាមួយតតិយជនផ្សេងបាន។ សិទ្ធិបេតិកភណ្ឌ របស់ម្ចាស់ម៉ាក សំដៅលើសិទ្ធិក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មតាមគ្រប់រូបភាព និងសិទ្ធិក្នុងការផលិតឡើងវិញនូវម៉ាករបស់ ខ្លួនទៅតាមប្រភេទទំនិញឬសេវាស្របតាមប្រភេទនៃទំនិញ ឬសេវាដែលបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី។

[68] មាត្រា១១ ចំណុច (ខ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[69] មាត្រា២៥ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[70] មាត្រា២៦ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ជាក់ស្តែងសិទ្ធិបេតិកភណ្ឌនេះរួមមានការធ្វើអនុប្បទានក្នុងការផ្ទេរសិទ្ធិលើម៉ាក និងការផ្តល់នូវអាជ្ញាប័ណ្ណសិទ្ធិលើម៉ាក។

១.១.២. កិច្ចសន្យាអនុប្បទាន

ការធ្វើអនុប្បទានសិទ្ធិ សំដៅទៅលើការប្តូរម្ចាសើកម្មសិទ្ធលើម៉ាក។ ការផ្លាស់ប្តូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិទៅលើម៉ាកកើតឡើងនៅពេលដែលភាពជាម្ចាស់កម្មសិទ្ធិត្រូវបានផ្ទេរពីភាគីមួយទៅភាគីមួយផ្សេងទៀត ឬម្ចាស់សិទ្ធិចូលរួមជាមួយអង្គភាពផ្សេងទៀត ឬម្ចាស់សិទ្ធិលក់ ឬផ្ទេរសិទ្ធិកាន់កាប់ម៉ាករបស់ខ្លួនទៅឱ្យអង្គភាពផ្សេងទៀត។[71] ដូច្នេះ សិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកនឹងត្រូវបានជំនួសដោយតតិជនដែលជាដៃគូនៃកិច្ចសន្យាអនុប្បទាននេះ។ ការផ្លាស់ប្តូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិម៉ាកអាចស្ថិតនៅក្រោមជាទម្រង់ពេញលេញ ឬមួយផ្នែក។ ការផ្លាស់ប្តូរកម្មសិទ្ធិម៉ាកពេញលេញគឺទាក់ទងគ្រប់ទំនិញឬសេវាទាំងឡាយណាដែលគ្របដណ្តប់ដោយពាណិជ្ជសញ្ញានោះ។[72] ការផ្លាស់ប្តូរកម្មសិទ្ធិម៉ាកមួយផ្នែកទាក់ទងតែទៅនឹងមុខទំនិញ ឬសេវាមួយចំនួនតែប៉ុណ្ណោះ។[73]

១.១.៣. លក្ខខណ្ឌនៃការបង្កើត

ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកក៏បានកំណត់ នូវលក្ខខណ្ឌពិសេស នៃសុពលភាពរបស់កិច្ចគតិយុត្តមួយនេះផងដែរ។ យើងអាចបែងចែកជាពីរ មានដូចជាលក្ខខណ្ឌទម្រង់ និង លក្ខខណ្ឌគ្រឹះ។ នៅក្នុងលក្ខខណ្ឌគ្រឹះទូទៅកិច្ចសន្យាពាក់ពន្ធ័នឹងម៉ាក គឺត្រូវឱ្យមានសុពលភាពនឹងស្ថិតនៅជាធរមាននៅឡើយ។ ការធ្វើអនុប្បទាននូវម៉ាក ដែលមោឃៈឬអស់សុពលភាពនៃសិទ្ធិហើយត្រូវចាត់ទុកជាមោឃៈដោយអវត្តមានកម្មវត្ថុនៃកិច្ចសន្យា។ ក្រៅពីនេះរាល់ការបង្កើតកិច្ចសន្យា ក៏ត្រូវអនុលោមតាមលក្ខខណ្ឌទូទៅនៃកិច្ចសន្យា ដែលបានចែងក្នុងក្រមរដ្ឋប្បវេណីដូចជាជំនួបរវាងសំណើ និងស្ទីការសមត្ថភាពបុគ្គលក្នុងការធ្វើសកម្មភាពវិការៈនឹងមោឃៈភាពនៃកិច្ចសន្យាជាដើម ម្យ៉ាងវិញទៀតច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ក៏បានកំណត់មូលហេតុដែលនាំឱ្យមានមោឃៈភាពនៃការប្តូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិនៃម៉ាកនេះផងដែរ។ ការប្តូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាកនឹងត្រូវចាត់ទុកថា

---

[71]នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា,ការកែសម្រួលម៉ាក,http://www.combodiaip.gov.Kh/Template Two.aspx?parentId=343&menuid=205&childMasterMenuId=35 ចូលមើលថ្ងៃទី ២៣ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២៣ ម៉ោង២រសៀល

[72] នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, ការកែសម្រួលម៉ាក, http://www.combodiaip.gov.Kh/Template Two.aspx?parentId=343&menuid=205&childMasterMenuId=35 ចូលមើលថ្ងៃទី ២៣ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២៣ ម៉ោង២រសៀល

[73] នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, ការកែសម្រួលម៉ាក, http://www.combodiaip.gov.Kh/Template Two.aspx?parentId=343&menuid=205&childMasterMenuId=35 ចូលមើលថ្ងៃទី ២៣ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២៣ ម៉ោង២រសៀល

មោឃៈប្រសិនបើ ម៉ាកនោះទំនងជាមានលក្ខណៈបោកបញ្ឆោត ឬបណ្ដាលឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំដែលពាក់ព័ន្ធទៅនឹងប្រភេទ ប្រភពដើម ដំណើរការ ផលិតកម្ម ចរិកលក្ខណៈ ភាពសមស្របដើម្បីគោលបំណង នៃទំនិញ ឬសេវាដែលម៉ាកនោះបម្រុងប្រើប្រាស់ ឬកំពុងប្រើប្រាស់។

លក្ខខណ្ឌជាទម្រង់តម្រូវឱ្យការធ្វើអនុប្បទានសិទ្ធិ ត្រូវធ្វើជាលាយលក្ខណ៍អក្សរនឹងចុះបញ្ជី និងចុះផ្សាយ ក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការនៃក្រសួង និងបង្កើតជាលក្ខខណ្ឌលាយលក្ខណ៍អក្សរតតាំងចំពោះតតិយជន។ សំណើសុំប្ដូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធត្រូវធ្វើឡើងតាមគំរូក្នុងប្រកាសរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម រួចផ្ញើជូនមកមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីដែលស្ថិតក្នុងការិយាល័យចុះបញ្ជីនៃនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា និងត្រូវទូទាត់កម្រៃដូចមានចែងក្នុងប្រកាសអន្តរក្រសួងរបស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច ហិរញ្ញវត្ថុ និងក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ លក្ខខណ្ឌខាងលើនេះជាលក្ខខណ្ឌពិសេស នៃអនុប្បទានសិទ្ធិចំពោះម៉ាកមួយដែលបានបញ្ញត្តិនៅក្នុងច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក។

ដើម្បីកត់ត្រាការប្ដូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិម៉ាកម្ចាស់សិទ្ធិត្រូវ[74]

- ជូនដំណឹងមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ
- បញ្ជាក់ឱ្យបានច្បាស់ ពីពាណិជ្ជសញ្ញាដែលត្រូវផ្លាស់ប្ដូរ
- ផ្ដល់ឯកសារភស្តុតាងបញ្ជាក់ពីភាពជាម្ចាស់សិទ្ធិ
- រាយមុខទំនិញ ឬសេវាដែលត្រូវផ្ទេរសិទ្ធិក្នុងករណីនៃការផ្ទេរសិទ្ធិដោយផ្នែក។

១.១.៤. អានុភាពនៃកិច្ចសន្យា

ការផ្ទេរសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិទៅ លើម៉ាកត្រូវមានអនុភាពនៅពេលដែលការចុះបញ្ជីត្រូវបានធ្វើរួចរាល់ជាស្ថាពរតែប៉ុណ្ណោះ។[75] ការធ្វើអនុប្បទានលើម៉ាកអាចមានអានុភាពបង្កើតជាសិទ្ធិ និងកាតព្វកិច្ចរវាងភាគីដូចទៅនឹងកិច្ចសន្យាទិញលក់ដែរ។ ប្រសិនបើកិច្ចសន្យាធ្វើឡើងតាមរូបភាពនៃការទិញលក់ហើយវាចាប់ផ្ដើមមានអានុភាពពីពេល ដែលភាគីបានចុះកិច្ចសន្យា។[76] ច្បាប់នឹងបទដ្ឋានគតិយុត្តពាក់ព័ន្ធម៉ាកមិនបានកំណត់សិទ្ធិ និងកាតព្វកិច្ចភាគីនោះទេ។ តាមរូបភាពជាក់ស្ដែងអនុប្បទានបង្កើតនូវកាតព្វកិច្ចផ្ទេរនូវសិទ្ធិលើម៉ាករបស់អនុប្បទាយីទៅឱ្យអនុប្បទានិក។ ចំណែកឯអនុប្បទានិកត្រូវបង់កម្រៃដូចដែលបានព្រមព្រៀងគ្នានៅក្នុងកិច្ចសន្យាអនុប្ប

[74] នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, ការកែសម្រួលម៉ាក, http://www.combodiaip.gov.Kh/Template Two.aspx?parentId=343&menuid=205&childMasterMenuId=35 ចូលមើលថ្ងៃទី ២៣ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២៣ ម៉ោង២រសៀល
[75] មាត្រា៥១ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២
[76] កាន់បូលីន, នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា សិទ្ធិអ្នកនិព្វ ម៉ាក ប្រកាសនីយបត្រតកម្ម ទំព័រ១២៩

ទានទៅឱ្យអនុប្បទានយីវិញ។ ក្រៅពីនេះកាតព្វកិច្ចនឹងសិទ្ធិ អាចកើតមាននៅក្នុងកិច្ចសន្យារបាននេះតាមការព្រមព្រៀងរវាងភាព ។

១.២. កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ និងកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្ម

ការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណសំដៅលើការព្រមព្រៀងដែលម្ចាស់ម៉ាកអនុញ្ញាតឱ្យបុគ្គលម្នាក់ឬច្រើននាក់ប្រើប្រាស់ម៉ាកដោយយកឬមិនយកកម្រៃ និងស្របតាមការព្រមព្រៀងរវាងអ្នកផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណនឹងអ្នកទទួលអាជ្ញាប័ណ្ណ។[77] ចំណែកកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ (License Contract) ជាប្រភេទកិច្ចសន្យា ដែលម្ចាស់ម៉ាកចុះបញ្ជីនៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាបានផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណ ឬសិទ្ធិប្រើប្រាស់ម៉ាករបស់ខ្លួនទៅឱ្យបុគ្គលណាម្នាក់។[78]

ចំណែកកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធិអាជីវកម្ម (Franchise Agreemen) សំដៅដល់កិច្ចសន្យាមួយ ដែលម្ចាស់អាជីវកម្មបានបង្កើតម៉ូឌែលអាជីវកម្មអនុញ្ញាតឱ្យបុគ្គលណាម្នាក់ប្រើប្រាស់ម៉ូឌែលអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ដោយរួមបញ្ចូលទាំងការប្រើប្រាស់ម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជីសម្រាប់ដំណើរការអាជីវកម្មនោះ ដោយយកកម្រៃ ឬមិនយកកម្រៃ និងគោរពតាមលក្ខខណ្ឌដែលបានព្រមព្រៀងគ្នា។[79] នៅក្នុងន័យនេះការព្រមព្រៀងនៃកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណនឹង កិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធិអាជីវកម្ម មិនត្រូវបានកម្រិតសិទ្ធិក្នុងការព្រមព្រៀងនោះទេ ក៏ប៉ុន្តែប្រសិនបើកិច្ចសន្យានោះ ជាកម្មវត្ថុនៃការស្នើសុំកត់ត្រាកិច្ចសន្យាប្រភេទនេះត្រូវលម្អិតលើចំណុចមួយចំនួន។[80]

កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ និងកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្មមិនបានផ្ទេរកម្មសិទ្ធិមិនបានធ្វើកម្មសិទ្ធិលើម៉ាកទៅឱ្យអ្នកទទួលសិទ្ធិនោះទេវា គ្រាន់តែបង្កើតជាការប្រើប្រាស់លើម៉ាកតាមការអនុញ្ញាតរបស់ម្ចាស់សិទ្ធិនឹងការព្រមព្រៀងរវាងភាគីទាំងពីរនៅប៉ុណ្ណោះ។

១.២.១. លក្ខខណ្ឌនៃការបង្កើត

លក្ខខណ្ឌគ្រឹះនៃកិច្ចសន្យាប្រភេទនេះ ត្រូវមានលក្ខណៈដូចគ្នាទៅនឹងលក្ខខណ្ឌគ្រឹះនៃកិច្ចសន្យាអនុប្បទានដែរ។ កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណនេះអាចត្រូវធ្វើឡើងជាទម្រង់លាយលក្ខណ៍អក្សរ ឬដោយផ្ទាល់មាត់។ ចំពោះ កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណចាំបាច់ត្រូវតែធ្វើជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ដើម្បីបន្តនីតិវិធីនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំកត់ត្រានៃកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ និងកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធិអាជីវកម្មនោះទៅការិយាល័យចុះបញ្ជីម៉ាកពាណិជ្ជកម្ម នៃនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាក្នុងការទទួលបាននូវសិទ្ធិតតាំងជាមួយនឹងតតិយជន។[81]

---

[77] មាត្រា៤ (១) នៃប្រកាសស្តីពីការកត់ត្រាកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណចំពោះម៉ាក និងកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធប្រកបអាជីវកម្ម

[78] មាត្រា៤ (១) (៥) នៃប្រកាសស្តីពីការកត់ត្រាកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណចំពោះម៉ាក និងកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធប្រកបអាជីវកម្ម

[79] មាត្រា៤ (៧) នៃប្រកាសស្តីពីការកត់ត្រាកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណចំពោះម៉ាក និងកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធប្រកបអាជីវកម្ម

[80] មាត្រា៦ នៃប្រកាសស្តីពីការកត់ត្រាកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណចំពោះម៉ាក និងកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធប្រកបអាជីវកម្ម

[81] មាត្រា៥២ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

កិច្ចសន្យា ដែលជាកម្មវត្ថុនៃការស្នើសុំកត់ត្រាត្រូវស្របទៅតាមលក្ខខណ្ឌដែលបានកំណត់ដោយច្បាប់។ សម្រាប់លក្ខខណ្ឌតម្រូវពាក់ព័ន្ធនឹងកិច្ចសន្យា កិច្ចសន្យានេះនឹងត្រូវលម្អិតលើអត្តសញ្ញាណរបស់ភាគី។ ព័ត៌មានលម្អិតអំពីម៉ាកប្រភេទនៃកិច្ចសន្យារយៈពេលនៃការផ្តល់សិទ្ធិលក្ខខណ្ឌ នៃការត្រួតពិនិត្យលើប្រសិទ្ធភាពនឹងលើគុណភាពទំនិញ ឬសេវាដែលព្រមព្រៀងរវាងភាគីហត្ថលេខារបស់ភាគីនឹងមានការបញ្ជាក់ដោយសារការី ឬ អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច។ ការស្នើសុំកត់ត្រាត្រូវធ្វើឡើងដោយអ្នកផ្តល់ និង/ឬ អ្នកទទួល ឬ ដោយអ្នកតំណាង ស្របច្បាប់របស់អ្នកផ្តល់ និង/ឬ អ្នកទទួល។[82]

១.២.៣. អានុភាពនៃកិច្ចសន្យា

កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ និងកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្មបង្កើតឱ្យមានការប្រើប្រាស់ម៉ាក តាមរយៈការអនុញ្ញាតរបស់ម្ចាស់សិទ្ធិ ដោយគោរពតាមគោលបំណងនៃកិច្ចសន្យា និងការព្រមព្រៀងរវាងភាគីទាំងពីរតែប៉ុណ្ណោះ។ ច្បាប់នឹងបទដ្ឋានគតិយុត្តពាក់ព័ន្ធនឹងម៉ាកមិនបានកម្រិតអំពីសិទ្ធិ និងកាតព្វកិច្ចរបស់ភាគីក្រៅពីនិយមន័យនៃកិច្ចសន្យាទាំងពីរខាងលើឡើយ។ ដូចនេះកិច្ចសន្យាទាំងពីរនេះនាំឱ្យមានអានុភាពចងកាតព្វកិច្ចនឹងផ្តល់នូវសិទ្ធិទៅកាន់ភាគីទាំងពីរដោយយោងតាមព្រមព្រៀងរបស់ភាគី។ ដូចនេះអ្នកផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណនឹងអ្នកផ្តល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្ម ត្រូវអនុញ្ញាតលើការប្រើប្រាស់ម៉ាកនឹងប្រើប្រាស់ម៉ូឌែលអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនទៅភាគីម្ខាងទៀតនៃកិច្ចសន្យា។ ចំណែកឯ អ្នកទទួលអាជ្ញាប័ណ្ណនឹងអ្នកទទួលសិទ្ធិប្រកបកអាជីវកម្មត្រូវបង់កម្រៃជាតម្លៃតបស្នង ឬមិនបង់កម្រៃតាមរយៈការព្រមព្រៀង។

១.៣.ព្រំដែននៃសិទ្ធរបស់ម្ចាស់ម៉ាក

១.៣.១. ការដាក់លក់ក្នុងទីផ្សារកម្ពុជាដោយម្ចាស់ម៉ាក

ទោះបីជាយ៉ាងណាក៏ដោយ សិទ្ធិដែលទទួលបានតាមរយៈការចុះបញ្ជីខាងលើមិនអនុវត្តលើការដាក់លក់ទំនិញនៅក្នុងទៅផ្សាររបស់ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាបាននោះទេ ប្រសិនបើការដាក់លក់នោះធ្វើឡើងដោយម្ចាស់ម៉ាក ឬមានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាក។[83] ការកម្រិតសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកនេះ គឺមានន័យថាម្ចាស់ម៉ាកនឹងបាត់បង់សិទ្ធិលើផលិតផល ឬសេវារបស់ខ្លួននៅពេលម្ចាស់ម៉ាកបានលក់ ឬអនុញ្ញាតឱ្យលក់ផលិតផលនោះនៅក្នុងទីផ្សារនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ អ្នកទិញឬដេប៉ូចែកចាយបន្តអាចទិញទំនិញពីអ្នកចែកចាយប្រចាំខេត្តរាជធានីខេត្ត ឬតំបន់ផ្សេងៗក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាដោយគ្មានការរើសអើង។[84] ក្រុមហ៊ុនណាអនុវត្តសិទ្ធិដោយមាន

[82] មាត្រា៤ (៧) នៃប្រកាសស្តីពីការកត់ត្រាកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណចំពោះម៉ាក និងកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធប្រកបអាជីវកម្ម

[83] មាត្រា១១ (គ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[84] ចំណុច៤ នៃសារាចរណែនាំស្តីពីការទទួលស្គាល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់

ការរើសអើង និងបង្កើតជាមូលហេតុមោឃៈភាពសាវនាការទទួលស្គាល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខ។[85] ខេត្ត ឬតំបន់ផ្សេងៗក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាដោយគ្មានការរើសអើង។[86] ក្រុមហ៊ុនណាអនុវត្តសិទ្ធិដោយមានការរើសអើង និងបង្កើតជាមូលហេតុនសមោឃភាពនសការទទួលស្គាល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខ។[87]

១.៣.២. ការប្រើប្រាស់ឯកជន

ការប្រើប្រាស់ម៉ាក ដោយពុំមានការអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាក ក្នុងគោលបំដៅបម្រើផលប្រយោជន៍ផ្ទាល់ខ្លួនពុំត្រូវបានចាត់ទុកថាជាអំពើរំលោភម៉ាកទេ។ ដូច្នេះការប្រើប្រាស់ផលិតផលជាលក្ខណៈឯកជនការនាំចូលទំនិញដែលមិនមានលក្ខណៈពាណិជ្ជកម្មដែលដាក់នៅក្នុងឥវ៉ាន់ផ្ទាល់ខ្លួននៃអ្នកដំណើរត្រូវបានចាត់ទុកថាជាអំពើរំលោភម៉ាក។

ផ្នែកទី២ អំពើរំលោភបំពានលើម៉ាក និងវិធានសិទ្ធ

២.១. ការបំពានម៉ាក

ប្រទេសកម្ពុជាយើងបានចូលជាសមាជិកនៃអង្គការកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពិភពលោក ក៏ដូចជាអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសកិច្ចព្រមព្រៀង Trips ជាដើម។ កាតព្វកិច្ច ដែលបានកំណត់ចំពោះរដ្ឋសមាជិកទាំងឡាយឱ្យធ្វើការហាមឃាត់រាល់សកម្មភាពទាំងអស់ ដែលមានដូចជា សកម្មភាពដែលនាំឱ្យមានការភន្តច្រឡំ ទោះបីជាបានបង្កើតដោយរបៀបណាក៏ ដែលកើតឡើងពីសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្ម ឧស្សាហកម្មនៃអ្នកប្រកួតប្រជែង។[88] ដើម្បីខិតខំធ្វើទៅតាមសេចក្ដីបញ្ញត្តិរបស់កិច្ចព្រមព្រៀងទាំងឡាយដែលបានចែង កម្ពុជាក៏បានប្រឹងប្រែងយ៉ាងពេញទំហឹងក្នុងការអនុវត្តវិស័យនេះដែលច្បាប់ទាំងនោះ។ រួមមាន ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ជាដើម។ ហើយជាក់ស្តែងនៅក្នុងច្បាប់នេះក៏បានចែងអំពីការរំលោភបំពាន និងវិធានការនៃការដោះស្រាយវិវាទក្នុងករណី ដែលមានការរំលោភម៉ាកកើតឡើងផងដែរ។ ដូច្នេះ នៅពេលដែលមានការរំលោភម៉ាកកើតមានឡើងនៅប្រទេសកម្ពុជា។ ហើយកម្ពុជាយើងបានដោះស្រាយវិវាទនោះ និងអនុវត្តទៅតាមវិធានការផ្សេងៗដែលមានចែងក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដើម្បីបង្ការនឹងបង្ក្រាបនូវអំពើរំលោភម៉ាកនៅកម្ពុជា។

២.១.១. ការប្រើប្រាស់ម៉ាកដោយគ្មានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាក

ការប្រើប្រាស់ម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជីរួចត្រូវមានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាកជាមុនសិន។[89] ការប្រើប្រាស់ម៉ាកគ្រប់រូបភាពដោយគ្មានការអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាកត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាអំពើរំលោភម៉ាក។ ការរំលោភសិទ្ធិនៃ

---

[85] ចំណុច៤ នៃសារាចរណែនាំស្តីពីការទទួលស្គាល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់

[86] ចំណុច៤ នៃសារាចរណែនាំស្តីពីការទទួលស្គាល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់

[87] ចំណុច៤ នៃសារាចរណែនាំស្តីពីការទទួលស្គាល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់

[88] អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស មាត្រា ១០ ស្ទួនចំណុច៣

[89] មាត្រា១១ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ម្ចាស់ម៉ាកអាចត្រូវ និងបានគេធ្វើឡើងច្រើនរូបភាពនឹងច្រើនសណ្ឋានសិទ្ធសឹងត្រូវបានហាមឃាត់ដូចជាតាមរយៈការនាំចូល ការលក់ ការប្រកាសលក់ ឬមានបំណងលក់។[90] ហើយច្បាប់ម៉ាកនៃប្រទេសកម្ពុជាក៏បានបញ្ញត្តិអំពីវិធានការសមស្របមួយចំនួន ដែលផ្នែកព្រហ្មទណ្ឌ និងរដ្ឋប្បវេណីចំពោះការផ្សព្វផ្សាយទៅលើពាណិជ្ជកម្មទំនិញដោយនៅក្នុងន័យនេះការប្រកាសលក់អាច និងត្រូវបានធ្វើឡើងតាមរយៈមធ្យោបាយនៃការផ្សព្វផ្សាយគ្រប់ប្រភេទ។[91] ដូច្នេះការប្រើប្រាស់ផលិតផល ជាលក្ខណៈឯកជនការនាំចូលទំនិញដែលមិនមានលក្ខណៈពាណិជ្ជកម្មដែលដាក់នៅក្នុងអីវ៉ាន់ផ្ទាល់ខ្លួន ពុំត្រូវចាត់ទុកថាជាអំពើរំលោភម៉ាកឡើយ។ ដូច្នេះការប្រើប្រាស់ផលិតផលលក្ខណៈឯកជនការនាំចូលទំនិញ ដែលមិនមានលក្ខណៈពាណិជ្ជកម្មដែលដាក់នៅក្នុងអីវ៉ាន់ផ្ទាល់ខ្លួននៃអ្នកដំណើរមិនត្រូវបានចាត់ទុកថាជាអំពើរំលោភម៉ាកទេ។[92]

២.១.២. ការក្លែងបន្លំម៉ាក

អំពើក្លែងបន្លំម៉ាក គឺជាប្រភេទមួយនៃអំពើរំលោភសិទ្ធិលើម៉ាកមួយ ដែលត្រូវបានហាមឃាត់ដោយច្បាប់ម៉ាក។ ជាទូទៅការក្លែងបន្លំម៉ាកអាចត្រូវបានធ្វើឡើងតាមរូបភាពដូចជាការផលិតឡើងវិញ និងការធ្វើត្រាប់តាមម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចឡើងវិញ។

២.១.៣. ការផលិតឡើងវិញនៃម៉ាក

ការផលិតឡើងវិញនៃម៉ាក គឺសំដៅទៅលើការចម្លងដូចទាំងស្រុងទៅនឹងម៉ាកដែលត្រូវបានគេចុះបញ្ជីរួចហើយបានប្រើប្រាស់ ឬមានគោលដៅនៃការប្រើប្រាស់ ឬមានគោលដៅនៃការប្រើប្រាស់ ឬមានគោលដៅនៃការប្រើប្រាស់លើប្រភេទនៃទំនិញ ឬសេវាដូចគ្នា។ ការក្លែងបន្លំម៉ាកតាមរយៈការផលិតឡើងវិញត្រូវមានលក្ខខណ្ឌពីរគឺ (ទី១) ម៉ាក ដែលផលិតឡើងវិញនោះត្រូវបានប្រើប្រាស់លើប្រភេទទំនិញ ឬសេវាដូចគ្នាទៅនឹងប្រភេទទំនិញ ឬសេវាម៉ាក។ លក្ខខណ្ឌនេះងាយស្រួលក្នុងការពិចារណាដោយពិនិត្យទៅលើប្រភេទនៃទំនិញ ឬសេវានៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីលើវិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីម៉ាក។ (ទី២) ចំពោះម៉ាកល្បី ការផលិតឡើងវិញនូវម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយប្រើប្រាស់លើប្រភេទទំនិញ ឬសេវាដូចគ្នា ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នា ឬដែលពាក់ព័ន្ធគ្នាក៏ដោយក៏អាចចាត់ទុកថាជាអំពើក្លែងបន្លំម៉ាកបានដែរ។ ក្នុងករណីនេះ ទោះបីជាចំណុចណាមួយនៃម៉ាកល្បីក៏អាចត្រូវចាត់ទុកថាជាក្លែងបន្លំដោយផ្នែកនៃម៉ាកល្បីដែរ។ ជាទូទៅករណីនេះច្រើនកើតមានចំពោះម៉ាកដែលជាបង្គុំនៃសញ្ញា ឬរូបភាព។

---

[90] មាត្រា៦៦ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[91] មាត្រា៦៦ នៃច្បាប់ស្ដីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[92] មាត្រា៦៤ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

២.១.៤. ការធ្វើត្រាប់តាមម៉ាក

ការធ្វើត្រាប់តាមម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចជាអំពើរំលោភម៉ាក ដែលត្រូវបានដាក់ទោស។ ប៉ុន្តែបញ្ញត្តិនេះ មិនកំណត់អំពីនិយមន័យនៃការធ្វើត្រាប់តាមម៉ាកឡើយ។[93] ការធ្វើត្រាប់តាមម៉ាក គឺជាការផលិតឡើងវិញនូវម៉ាកដែលមានលក្ខណៈដូចឬប្រហាក់ប្រហែលដែលធ្វើឱ្យមានការភន្តច្រឡំដល់សាធារណៈជន។ ច្បាប់ម៉ាកពុំបានបញ្ជាក់ច្បាស់លាស់អំពីភាពខុសគ្នានៃការផលិតឡើងវិញ និងការធ្វើត្រាប់តាមម៉ាកឡើយ។ នៅក្នុងនីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញាបារាំងតុលាការបានធ្វើការបែងចែកភាពខុសគ្នារវាងសញ្ញាទាំងពីរតាមរយៈសេចក្តីសម្រេចដោយសង្កត់ធ្ងន់ទៅលើលក្ខណៈនៃម៉ាកដែលធ្វើមានការភ័ន្តច្រឡំដល់សាធារណៈជនជាចម្បងដូច្នេះភាពស្រដៀងគ្នាដែលធ្វើឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំដល់សធារណៈជនជាកត្តាចម្បងវិនិច្ឆ័យបែបនឹងត្រូវយកមកពិចារណាលើគ្រប់ថ្នាក់នៃផលិតផល និងសេវាចំពោះការធ្វើត្រាប់តាមម៉ាកល្បី។

២.២. ការដោះស្រាយវិវាទ

២.២.១. វិធានការរដ្ឋបាល

២.២.២. វិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន

ជាវិធានការដែលអនុញ្ញាតឱ្យម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច ហើយអាចធ្វើពាក្យបណ្តឹងទៅរដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចដែលពាក់ព័ន្ធ ឬតុលាការឱ្យព្យួរទុកនូវការធ្វើបែបបទទំនិញណាដែលសង្ស័យថាមានម៉ាកក្លែងក្លាយដោយគ្រាន់តែបង្ហាញនូវភស្តុតាងច្បាស់លាស់ថា គាត់ជាម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី។[94] វិធានការនេះអនុញ្ញាតសម្រាប់តែម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីទេ គឺមិនអាចធ្វើពាក្យបណ្តឹងតាមវិធាននេះបានឡើយ។ ក្រៅពីម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ ក៏នូវមានបុគ្គលមួយចំនួនទៀតដែលអាចធ្វើបណ្តឹងបានផងដែរដូចជា អ្នកទទួលអាជ្ញាប័ណ្ណ ឬភ្នាក់ងារដែលបានតំណាងស្របច្បាប់ដោយបង្ហាញនូវភស្តុតាងច្បាស់លាស់ថាគាត់ជាម្ចាស់នៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី។

២.២.៣. សមត្ថកិច្ចតាមច្រកព្រំដែន

បុគ្គលដែលជាសមត្ថកិច្ចក្នុងការអនុវត្តនូវវិធានការតាមច្រកព្រំដែនរួមមាន រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចឬតុលាការ។[95] ចំណែកឯ អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចនៅទីនេះមានដូចជា អង្គភាពគយ និងរដ្ឋាករនាយកដ្ឋានកម្ពុជាត្រួតពិនិត្យទំនិញ និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំដែលហៅកាត់ថាកាំកុងត្រូលនៃ ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងនគរបាលមានសមត្ថកិច្ចនៃក្រសួងមហាផ្ទៃ។[96]

[93] មាត្រា ៦៥ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[94] មាត្រា៣៥ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[95] មាត្រា៣៥ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាកពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ឆ្នាំ២០០២

[96] មាត្រា៣៦ នៃអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ឆ្នាំ២០០៦

២.២.៤. ពាក្យបណ្ដឹងទៅអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច

ពាក្យបណ្ដឹងដែលបានលើកឡើងខាងលើនេះ ត្រូវធ្វើជាលាយល័ក្ខអក្សរ និងត្រូវភ្ជាប់មកជាមួយនូវ[97]

- វិញ្ញាបនប័ត្រចុះបញ្ជីម៉ាក
- សេចក្ដីថ្លែងពីមូលហេតុនៃការប្ដឹង និងពិសេសភស្តុតាងដំបូងដែលបង្ហាញថាទំនិញនោះពិតជាម៉ាកក្លែងក្លាយមែន។
- ពាក្យរៀបរាប់ដ៏ល្អិតល្អន់អំពីទំនិញដែលម៉ាករបស់វាត្រូវបានប្រើប្រាស់ ព្រមទាំងគំរូនៃផលិតផលពិតប្រាកដផង ប្រសិនបើមានសំណូមពរ។
- ឈ្មោះ និងអាស័យដ្ឋានរបស់អ្នកប្ដឹង និងតំណាងរបស់គេដែលត្រូវរៀបរាប់ឱ្យបានសព្វគ្រប់តាមការកំណត់។
- លិខិតអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី ប្រសិនបើពាក្យបណ្ដឹងនោះត្រូវបានដាក់ដោយតំណាងដែលទទួលសិទ្ធិ។
- តម្លៃរដ្ឋបាលតាមការតំណត់របស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ។

ពាក្យបណ្ដឹងនោះមានសុពលភាព ៦០ (ហុកសិប)ថ្ងៃ គិតចាប់ពីថ្ងៃទទួលពាក្យបណ្ដឹង។ បើផុតសុពលភាពនេះអ្នកដាក់ពាក្យត្រូវធ្វើពាក្យបណ្ដឹងឡើងវិញបើសំណូមពរនៃការឃាត់ និងត្រួតពិនិត្យទំនិញនៅមាននៅឡើយ។[98]

២.៣. យន្តការផ្ទៃក្នុងនៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

២.៣.១. ការិយាល័យចុះបញ្ជីម៉ាកពាណិជ្ជកម្ម

ការិយាល័យចុះបញ្ជីម៉ាកពាណិជ្ជកម្មក្រៅពីមានតួនាទីចុះបញ្ជីម៉ាក ក៏មានតួនាទីដោះ ស្រាយវិវាទម៉ាកដូចដែលបានរៀបរាប់ខាងលើ។ ការិយាល័យនេះទទួលនឹងដោះស្រាយបណ្ដឹងតវ៉ា និងបណ្ដឹងជំទាស់មុនពេលម៉ាកត្រូវបានចុះបញ្ជី។ បណ្ដឹងតវ៉ា គឺជាការប្ដឹងតវ៉ាទៅនឹងសេចក្ដីសម្រេចចុងក្រោយរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីឬសេចក្ដីសម្រេច របស់ក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្ដឹងសម្រេចរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីក្នុងរយៈពេល ៩០(កៅសិប) ថ្ងៃបន្ទាប់ពីការចុះបញ្ជីម៉ាកមួយ ត្រូវបានបោះពុម្ពផ្សាយក្នុងព្រឹត្តបត្រផ្លូវការ។ យោងតាមនិយមន័យនេះការិយាល័យវិវាទមានតួនាទីដោះស្រាយចំពោះតែបណ្ដឹងជំទាស់ និងបណ្ដឹងតវ៉ាមុនពេលដែលម៉ាកនោះត្រូវបានចុះបញ្ជីតែប៉ុណ្ណោះ។

[97] មាត្រា៣៦ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ឆ្នាំ២០០២

[98] មាត្រា៣៦ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ឆ្នាំ ២០០២

២.៣.២. ការិយាល័យវិវាទ

ការិយាល័យវិវាទ គឺជាការិយាល័យមួយចំណុះឱ្យនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។[99] ការិយាល័យនេះត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងគោលបំណង ដើម្បីសម្របសម្រួល និងដោះស្រាយវិវាទកម្មសិទ្ធិបញ្ញាដែលស្ថិតនៅក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មតាមនីតិវិធីរដ្ឋបាល។ ការកំណត់តួនាទីរបស់ការិយាល័យវិវាទដូចជា[100]

- ពិនិត្យ និងដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ាក្នុងការលុបម៉ាក ការចុះបញ្ជីទំនិញដែលមានលក្ខណៈសម្គាល់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ និងការទទួលសិទ្ធិផ្តាច់មុខ
- ចេញលិខិតណែនាំតាមនីតិវិធីរដ្ឋបាល ចំពោះការរំលោភបំពានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាដែលនាយកដ្ឋានទទួលបន្ទុក
- ពិនិត្យ និងដោះស្រាយវិវាទនៃការរំលោភបំពានម៉ាកទំនិញ ឬសេវាទំនិញដែលមានលក្ខណៈសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រការទទួលស្គាល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណ និងសិទ្ធិធ្វើអាជីវកម្មជាពិសេសព័ត៌មានសម្ងាត់ និងការសម្ងាត់ពាណិជ្ជកម្មតាមនីតិវិរដ្ឋបាល
- សហការជាមួយអង្គភាពពាក់ព័ន្ធ មន្ទីរពាណិជ្ជកម្មខេត្ត ក្រុង ពិនិត្យធ្វើការអង្កេត និងបញ្ឈប់ការក្លែងបន្លំម៉ាកទំនិញសេវា និងទំនិញដែលមានលក្ខណៈសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រដែលមានទំនាស់នៅលើទីផ្សារ
- សហការជាមួយអង្គការពាក់ព័ន្ធ មន្ទីរពាណិជ្ជកម្មខេត្ត ក្រុង ពិនិត្យ និងដោះស្រាយវិវាទព័ត៌មានសម្ងាត់ ការសម្ងាត់ពាណិជ្ជកម្មការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណ និងសិទ្ធិធ្វើអាជីវកម្មពិសេសវិវាទផ្សេងៗទៀតដូចជា ចំណេះដឹងប្រពៃណី ការបង្ហាញដែលមានលក្ខណៈវប្បធម៌ប្រពៃណី និងប្រភពធនធានបន្តពូជធម្មជាតិ
- រៀបចំបណ្តឹងឧទ្ធរណ៍ នៃករណីវិវាទកម្មសិទ្ធដែលនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រងបញ្ជូនទៅស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ចពាក់ព័ន្ធក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ា ឬតុលាការ
- ចូលរួមបំភ្លឺពីករណីវិវាទកម្មសិទ្ធិបញ្ញាដែលនាយកដ្ឋានគ្រប់គ្រង នៅតុលាការតាមការស្នើសុំពីចៅក្រមរៀបចំឯសារផ្សព្វផ្សាយ និងកម្មវិធីផ្សេងៗស្តីពីការរំលោភបំពានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាដើម្បីបង្កើតការយល់ដឹងជាសាធារណៈនិងកាត់បន្ថយការរំលោភបំពាន
- រៀបកត់ត្រា និងចងក្រងទិន្នន័យនៃវិវាទកម្មសិទ្ធិបញ្ញាទុកសិក្សាស្រាវជ្រាវវាយតម្លៃ និងដាក់ចេញគោលនយោបាយកម្មសិទ្ធិបញ្ញាថ្មី និងកាត់បន្ថយការរំលោភបំពានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។

[99] យោងតាមប្រកាសស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តិទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា

[100] យោងតាមប្រការ៧ នៃប្រកាសស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តរបស់នាយកដ្ឋានកកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ចុះថ្ងៃទី ១៨ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០០៧

២.៤. ដំណោះស្រាយតាមតុលាការ

២.៤.១. វិធានការបណ្តោះអាសន្ន

– ទប់ស្កាត់ការរំលោភបំពានសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញាដែលកំពុងតែកើតមាន ឬការរំលោភបំពាន ដែលបម្រុងនឹងកើតមានឡើងហើយដើម្បីទប់ស្កាត់ការហូចូលទំនិញក្នុងបណ្តាញពាណិជ្ជកម្ម ដែលមានស្ថិតក្នុងដែនសមត្ថកិច្ចរបស់ខ្លួនរួមទាំងទំនិញនាំចូលបន្ទាប់ពីការត្រួតពិនិត្យរបស់គយ។[101]

– រក្សាទុកភស្តុតាង ដែលពាក់ព័ន្ធចំពោះការរំលោភបំពានជាក់ស្តែង[102] ក្រោយពីការធ្វើការឃាត់ទុកនូវភស្តុតាងទាំងឡាយហើយ និងធ្វើការរឹបអូសជាបណ្តោះអាសន្ននូវទំនិញនានាដើម្បីធានាមានការទូទាត់ត្រឹមត្រូវ។ ការរឹបអូស និងការការឃាត់ទុកនេះក្នុងគោលដៅ ដើម្បីរក្សាឱ្យបាននូវផលប្រយោជន៍ម្ចាស់ដើមនៃម៉ាក ព្រោះក្នុងករណីនេះជាលក្ខខណ្ឌដ៏ល្អមួយដើម្បីឱ្យជឿជាក់ថារាល់ទំនិញដែលក្លែងបន្លំ និងការរំលោភម៉ាកនឹងមិនកើតឡើងក្នុងករណីដែលមានការត្រួតពិនិត្យស្រាវជ្រាវបានច្បាស់លាស់។ នេះជាការពន្យាពេលដើម្បីធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវដើម្បីកុំឱ្យមានការរំលោភបំពានម៉ាកកើតឡើង។

- ការពារព្យសនៈកម្មដែលមិនអាចជួសជុលបានចំពោះម្ចាស់ម៉ាក

– លក្ខខណ្ឌក្នុងចេញវិធានការបណ្តោះអាសន្ន តាមសំណើរបស់អ្នកប្តឹង តុលាការមានអំណាចដាក់ចេញនូវវិធានការបណ្តោះជាបន្ទាន់ និងប្រសិទ្ធិភាពដើម្បីទប់ស្កាត់ការរំលោភ ការរំលោភដែលប្រុងនឹងកើតមាន ឬរក្សាទុកនូវភស្តុតាងដែលពាក់ព័ន្ធ។[103] នៅពេលចាំបាច់ជាពិសេសនៅពេលយឺតយ៉ាវអាចបណ្តាលឱ្យមានភាពអន្តរាយដែលមិនអាចជួសជុល បានចំពោះម្ចាស់សិទ្ធិ ឬនៅពេលដែលមានភស្តុតាងអាចនឹងត្រូវបំផ្លាញតុលាការអាចដាក់ចេញនូវវិធានការបណ្តោះអាសន្នប្រសិនបើដើមចោទផ្តល់នូវ[104]

– ភស្តុតាងត្រឹមត្រូវដែលមាន ដែលអាចឱ្យតុលាការយល់ស្របក្នុងកម្រិតមួយគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់សន្និដ្ឋានបញ្ជាក់ថា ដើមចោទគឺជាម្ចាស់ពិតប្រាកដហើយសិទ្ធិរបស់អ្នកប្តឹងកំពុងត្រូវបានគេរំលោភ ឬការរំលោភនោះអាចនឹងកើតមានឡើងក្នុងពេលឆាប់ៗ។

– ប្រាក់កក់ធានាដែលតម្រូវ ឬការធានា ដែលមានតម្លៃស្មើនៃប្រាក់កក់គ្រប់គ្រាន់ក្នុងការការពារចុងចម្លើយ និងទប់ស្កាត់មិនឱ្យមានការរំលោភបំពាន។ ប្រាក់កក់ធានានេះ ត្រូវស្ថិតនៅក្រោមការកំណត់របស់តុលាការ។

---

[101] មាត្រា៥០ កថាខណ្ឌទី១(ក) កិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា(TRIPS)១៩៩៤

[102] មាត្រា៥០ កថាខណ្ឌទី១(ខ) កិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា(TRIPS)១៩៩៤

[103] មាត្រា២៩ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនសោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[104] មាត្រា៣០ ច្បាប់ស្តីម៉ាក ពាណិជ្ជ នាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

នៅពេលដែលវិធានការបណ្ដោះអាសន្នត្រូវបានដាក់ចេញ តុលាការត្រូវការជូនដំណឹងទៅដល់ចុងចម្លើយអំពីសេចក្ដីសម្រេចស្ដីពីវិធានការបណ្ដោះអាសន្ននោះ។ ក្នុងករណីនេះចុងចម្លើយអាចដាក់ពាក្យបណ្ដឹងទៅតុលាការស្នើរសុំឱ្យពិនិត្យវិធានការនោះឡើងវិញក្នុងរយៈពេល១៥(ដប់ប្រាំ)ថ្ងៃនៃថ្ងៃធ្វើការ គិតពីថ្ងៃបានទទួលដំណឹងអំពីសេចក្ដីសម្រេចតុលាការ។[105] តុលាការត្រូវផ្ដល់នូវឱកាសសវនាការឱ្យដល់ភាគីដែលពាក់ព័ន្ធហើយត្រូវត្រួតពិនិត្យវិធានការនោះឡើងវិញនិងតម្កល់កែតម្រូវ ឬលុបចោលនូវសេចក្ដីសម្រេចរបស់ខ្លួនក្នុងរយៈពេលមួយសមស្របតាមច្បាប់កំណត់។

- អានុភាពនៃវិធានការបណ្ដោះអាសន្ន នៅក្នុងរយៈពេល ២០(ម្ភៃ) ថ្ងៃ នៃថ្ងៃធ្វើការ គិតពីថ្ងៃបានទទួលដំណឹងអំពីការចេញនូវវិធានការបណ្ដោះអាសន្ន ឬនៅក្នុងរយៈពេលមួយសមស្របដែលកំណត់ដោយតុលាការ នៅក្នុងសេចក្ដីសម្រេចអំពីអង្គសេចក្ដីនៃករណីតុលាការត្រូវបានលុបចោលនូវវិធានការបណ្ដោះអាសន្ននោះចោលវិញដោយផ្អែកតាមសំណើររបស់ចុងចម្លើយ។[106]

➢ តុលាការមានសមត្ថកិច្ច

-តុលាការពាណិជ្ជកម្ម

តុលាការពាណិជ្ជកម្ម មានសមត្ថកិច្ចផ្ដាច់មុនដើម្បីធ្វើសវនាការ និងសម្រេចដំបូងលើបណ្ដឹង និងការជម្រះទៅលើបញ្ហាជាច្រើនហើយនៅក្នុងនោះដែរ តុលាការពាណិជ្ជកម្មក៏មានការដោះស្រាយនូវបញ្ហានៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ និងការកំណត់ថ្លៃផងដែរ។ តុលាការពាណិជ្ជកម្មមានសមត្ថកិច្ចផ្ដាច់មុខដើម្បីជំនុំជម្រះ សម្រេចជាលើកដំបូងដើម្បីទទួលស្គាល់ និងបង្ខំឱ្យអនុវត្តដីការតុលាការ។ ដីការបង្គាប់របស់តុលាការនោះរាប់បញ្ចូលដីការទាំងឡាយដែលបានផ្ដល់ដោយតុលាការបរទេសទៅជនណាម្នាក់ និងអាចសំដៅដល់ដីការសាលក្រមសេចក្ដីសម្រេច អនុក្រឹត្យ សេចក្ដីវិនិច្ឆ័យ ឬសេចក្ដីសម្រេចស្ដីពីចំណាយរបស់តុលាការ។[107]

-តុលាការនីតិរូម

ដោយតុលាការនីតិរូមនៃប្រទេសកម្ពុជាដោះស្រាយគ្រប់រឿងក្ដីទាំងអស់លើកលែងតែបទ ល្មើសយោធាដូច្នេះវិវាទម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់បានផ្ដល់ឱ្យនូវម្ចាស់ដើមនៃម៉ាកមានសិទ្ធិប្ដឹងទៅតុលាការប្រឆាំងនឹងជនណាម្នាក់ ដែលប្រើប្រាស់ ដោយរំលោភនូវម៉ាករបស់ខ្លួនដោយគ្មានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ដើម។ ម្ចាស់ដើមក៏មានសិទ្ធិផងដែរចំពោះការប្រើប្រាស់នូវសញ្ញា ដែលប្រហាក់ប្រហែលនឹងម៉ាកដែលខ្លួនបានចុះបញ្ជីរួចហើយ និងការប្រើប្រាស់ម៉ាកដែលទាក់ទិនទៅនឹងទំនេញនិងសេវាដែលប្រហាក់ប្រហែលទៅ

[105] មាត្រា៣២ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនសោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[106] មាត្រា៣៤ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនសោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[107] មាត្រា២៤ នៃច្បាប់ស្ដីពីតុលាការពាណិជ្ជកម្មនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាឆ្នាំ ២០០៧

នឹងទំនិញឬសេវានៃម៉ាកដែលចុះបញ្ជីរួចហើយនោះហើយ ដែលអាចបណ្តាលឱ្យមានការភន្តច្រឡំជាសាធារណៈ។ ដូច្នេះតុលាការនៃនីតិរួមមានសមត្ថកិច្ចដោះស្រាយរឿងក្តី នៃម៉ាកដូចគ្នាទៅនឹងរឿងក្តីទាំងឡាយដែលមិនមែនជាបទល្មើសយោធាយ៉ាងនោះដែរ។ ការធ្វើបណ្តឹងទៅតុលាការនេះ គឺរួមមានទាំងបណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណី និងបណ្តឹងព្រហ្មទណ្ឌ។ ម្ចាស់ម៉ាកអាចធ្វើបណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណីប្រសិនបើគាត់យល់ថាប្តឹងទាមទារត្រឹមតែសំណង។ តែបើគាត់យល់ថា ចង់ផ្តន្ទាទោសជនប្រព្រឹត្តបទល្មើសគឺគាត់អាចធ្វើបណ្តឹងព្រហ្មទណ្ឌរួចហើយគាត់អាចធ្វើបណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណីតាមក្រោយក៏បាន។ យោងតាមមាត្រា៦២ នៃច្បាប់ដ៏ដែលរាល់សេចក្តីសម្រេចរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មអាចជាកម្មវត្ថុនៃប្តឹងតវ៉ាទៅតុលាការមានសមត្ថកិច្ចបាន ដោយភាគីជំទាស់ណាមួយហើយបណ្តឹងតវ៉ានេះត្រូវធ្វើក្នុងរយៈពេល ៣(បី) ខែ គិតចាប់ពីថ្ងៃចេញសេចក្តីសម្រេច។ ផ្អែកតាមគោលការណ៍នៃមាត្រា នេះក្នុងរយៈពេល៣(បី) ខែ គិតចាប់ពីថ្ងៃចេញសេចក្តីសម្រេច ប្រសិនបើភាគីណាមួយមិនសុខចិត្តគាត់អាចធ្វើបណ្តឹងតក៏ទៅតុលាការបាន ។

២.៤.២. គោលបំណងនៃវិធានការបណ្តោះអាសន្ន

វិធានការបណ្តោះអាសន្ននេះបង្កើតឡើងក្នុងគោលបំណងចំនួនបី។ ទីមួយ វិធានការបណ្តោះអាសន្នអាចជួយទប់ស្កាត់ការរំលោភបំពានលើសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា និងដើម្បីទប់ស្កាត់ការហូរចូលទំនិញក្នុងបណ្តាញពាណិជ្ជកម្មដែលស្ថិតនៅក្រោមដែនសមត្ថកិច្ចរបស់តុលាការ និងរួមទាំងទំនិញនាំចូលដែលត្រួតពិនិត្យដោយគយ។[108] ទីពីរ វិធាននេះអាចជួយរក្សាទុកភស្តុតាងដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការរំលោភបំពាន។[109] ការពារព្យសនកម្មដែលមិនអាចជួសជុលបានចំពោះម្ចាស់សិទ្ធិ។

២.៤.៣. លក្ខខណ្ឌនៃវិធានការបណ្តោះអាសន្ន

យន្តការនេះអាចនាំឱ្យមានការប៉ះពាល់ធ្ងន់ធ្ងរដល់សិទ្ធិ និងផលប្រយោជន៍របស់ចុងចម្លើយហេតុនេះច្បាប់បានចែងដោយដាក់យន្តការនេះ ត្រូវយកមកអនុវត្តតែក្នុងករណីដែលលក្ខខណ្ឌតម្រូវដោយច្បាប់ត្រូវបានបំពេញប៉ុណ្ណោះ។ ទីមួយ ការអនុវត្តយន្តការបណ្តោះអាសន្ននេះអាចអនុវត្តន៍បានតែនៅក្នុងពេលវេលាចាំបាច់ និង ជាពិសេស ពេលដែលបើមានការយឺតយ៉ាវនោះអាចនឹងបណ្តាលឱ្យមានភាពអន្តរាយមិនអាចជួសជុលបានចំពោះម្ចាស់សិទ្ធិ ឬនៅពេលដែលភស្តុតាងអាចនឹងត្រូវបំផ្លាញ។[110] ទីពីរ ដើមចោទត្រូវតែផ្តល់នូវភស្តុតាងត្រឹមត្រូវដែលមាន ដែលអាចធ្វើឱ្យតុលាការយល់ស្របក្នុងកម្រិតមួយគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់សន្និដ្ឋានបញ្ជាក់ថាដើមចោទ គឺជាម្ចាស់ពិតប្រាកដហើយសិទ្ធិរបស់អ្នកប្តឹងកំពុងត្រូវបានគេរំលោភ ឬការរំលោភនោះអាចនឹងកើតមានក្នុង

---

[108] មាត្រា៥០ ចំណុច (ក) នៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ១៩៩៤

[109] មាត្រា៥០ ចំណុច (ក) នៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ១៩៩៤

[110] មាត្រា៣០ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនសោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ពេលឆាប់ៗ។[111] ទីបី ដើមចោទត្រូវតម្កល់ប្រាក់កក់ធានា ឬការធានាផ្សេងទៀតតាមការកំណត់របស់តុលាការ ដើម្បីការពារចុងចម្លើយក៏ដូចជាទប់ស្កាត់មិនឱ្យមានការរំលោភបំពាននូវសិទ្ធិតាមសំណាក់រយៈបណ្តឹងដើមចោទ។[112] ប្រសិនបើលក្ខខណ្ឌខាងលើត្រូវបានបំពេញតុលាការនឹងដាក់ចេញនូវវិធានបណ្តោះអាសន្នតាមការស្នើសុំរបស់ម្ចាស់សិទ្ធិ។

២.៤.៤. នីតិវិធីបន្ទាប់

ចំពោះនីតិវិធីនៃដំណើរការវិញ កាលបើវិធានការបណ្តោះអាសន្ននេះត្រូវបានអនុញ្ញាតឱ្យដាក់ចេញដោយតុលាការនោះតុលាការត្រូវជូនដំណឹងដល់ចុងចម្លើយអំពីសេចក្តីសម្រេចនេះ។[113] ប៉ុន្តែ ក្នុងករណីមានការប្រានចោលពាក្យសុំរបស់ដើមចោទច្បាប់មិនបានកំណត់សិទ្ធិសម្រាប់ការប្តឹងតវ៉ានោះឡើយ។ នៅពេលដែលវិធានការបណ្តោះអាសន្នត្រូវដាក់ចេញដោយតុលាការចុងចម្លើយដែលទទួលបាននូវការជូនដំណឹងអាចដាក់ពាក្យបណ្តឹងស្នើសុំឱ្យតុលាការពិនិត្យអំពីវិធានការបណ្តោះអាសន្ននេះឡើងវិញនៅក្នុងរយៈពេល ១៥ថ្ងៃ នៃថ្ងៃធ្វើការគិតចាប់ពីថ្ងៃបានទទួលបានតំណាងតាមរយៈបណ្តឹងសុំពិនិត្យឡើងវិញដោយចុងចម្លើយតុលាការត្រូវផ្តល់នូវឱកាសសល់ឱ្យដល់ភាគីដែលពាក់ព័ន្ធហើយត្រូវពិធីប្រើវិធានការនោះឡើងវិញថាតើត្រូវតម្កល់កែតម្រូវ ឬលុបចោលនូវសេចក្តីសម្រេចរបស់ខ្លួនក្នុងរយៈពេលមួយសមស្រប តាមការកំណត់ច្បាប់។[114] យន្តការនេះតម្រូវឱ្យដើមចោទត្រូវតែផ្តួចផ្តើមបន្តសំណុំរឿងបណ្តឹងលើអង្គសេចក្តីរបស់ខ្លួន (ពោលគឺត្រូវមានយន្តការស្តាពរទៀត)ក្នុងរយៈពេល ២០ថ្ងៃនៃថ្ងៃធ្វើការដោយគិតពីថ្ងៃបានទទួលដំណឹងអំពីការដាក់ចេញនូវវិធានការបណ្តោះអាសន្នឬក្នុងរយៈពេលសមស្រប ដែលកំណត់ដោយតុលាការ។[115] ការខកខានណាមួយពុំបានបន្តសំណុំរឿងនេះជាមូលហេតុដែលអាចនាំឱ្យតុលាការធ្វើការសម្រេចលុបនូវវិធានការបណ្តោះអាសន្ននោះចោលទៅវិញ ដោយតាមសំណើរបស់ចុងចម្លើយបាន។[116] នៅក្នុងករណីដែលវិធានការបណ្តោះអាសន្ននេះត្រូវបានលុបចោលទៅវិញ ឬក៏ក្នុងករណីដែលតុលាការសម្រេចនូវអង្គសេចក្តីនៃករណីតាមដំណាក់កាល ការជំម្រះក្តីតាមការផ្តួចផ្តើមរបស់ដើមចោទប៉ុន្តែបែរជាគ្មានការរំលោភឬការគំរាមរំលោភនោះតាមការស្នើសុំរបស់ចុងចម្លើយតុលាការត្រូវសម្រេច

[111] មាត្រា៣០ ចំណុច (ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនសោះត្រង់

[112] មាត្រា៣០ ចំណុច (ខ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនសោះត្រង់

[113] មាត្រា៣១ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនសោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[114] មាត្រា៣២ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនសោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[115] មាត្រា៣៣ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនសោះត្រង់ ឆ្នាំ ២០០២

[116] មាត្រា៣៣ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនសោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ឱ្យដើមចោទសងសំណងសមរម្យឱ្យទៅចុងចម្លើយចំពោះការខូចខាតដែលកើតមានឡើងដោយការអនុវត្តនូវវិធានការបណ្ដោះអាសន្ននោះ។

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ក្រោយពីបានធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវ ទៅលើប្រធានបទនេះ ក៏ដូចជាបានរៀបរាប់យ៉ាងក្បោះក្បាយពីខាងលើរួចមក អាចឱ្យយើងសន្និដ្ឋានបានថា ការចុះបញ្ជីម៉ាក និងសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ដែលទទួលបានពីការចុះបញ្ជីពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ ក្នុងការសិក្សាយល់ដឹងអំពីការចុះបញ្ជីនឹងការដោះស្រាយវិវាទផ្សេងៗរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ដែលទទួលបានក្រោយចុះបញ្ជី។ ជាទូទៅការយល់ដឹងអំពីម៉ាកជាផ្នែកមួយតែការយល់ដឹងអំពីនីតិវិធីក៏ជាផ្នែកមួយសំខាន់ សម្រាប់សម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នារវាងទំនិញ និងសេវាពីសហគ្រាសមួយទៅសហគ្រាសមួយផ្សេងទៀត។ ម៉ាកមួយ នឹងមានអានុភាពបានដរាបណា ម៉ាកនោះត្រូវបានក្រសួងទទួលក្នុងការចុះបញ្ជីជាមុនសិន បើយើងធ្វើការពិនិត្យទៅលើតថភាពនីមួយៗ មិនមែនរាល់ម៉ាកដែលយកទៅចុះបញ្ជីនោះសុទ្ធសឹងតែត្រូវបានទទួលយកពីសំណាក់ក្រសួងឬមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីម៉ាកនោះទេ លុះត្រាណាតែម៉ាកនោះជាម៉ាកមានលក្ខណៈអាចញែកដាច់ពីគ្នា អាចសម្គាល់បានមិនធ្វើឱ្យមានការភ័ន្តច្រឡំ មិនដូចទៅនឹងម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចមិនដូចទៅម៉ាកល្បីមិនផ្ទុយនឹងសីលធម៌សណ្តាប់ធ្នាប់ ទំនៀមទម្លាប់ប្រពៃណី ឬមិនត្រូវបានហាមឃាត់ដោយមាត្រា ៤ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ទើបធ្វើឱ្យម៉ាកនោះមានអានុភាពគតិយុត្តបាន។ ក៏ប៉ុន្តែយើងសង្កេតឃើញថា ក្រោយពីទទួលបាននូវការចុះបញ្ជីរួចម្ចាស់ម៉ាកអាចទទួលបាន នូវអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើនពីម៉ាកនោះមកវិញ ពីព្រោះបន្ទាប់ពីចុះបញ្ជីគាត់នឹងទទួលបាននូវសិទ្ធិជាម្ចាស់ម៉ាកផ្តាច់មុខ និងមានការការពារតាមផ្លូវច្បាប់នូវសិទ្ធរបស់គាត់។ វាជាកត្តាដ៏ប្រសើរមួយសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជាយើងដែលបង្កើតនូវនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដើម្បីទទួលធ្វើការចុះបញ្ជីម៉ាក និងដោះស្រាយវិវាទដែលទាក់ទងនឹងម៉ាក។ យន្តការមួយនេះឃើញថាវាជាកត្តាមួយដែលជួយជំរុញនូវការអភិវឌ្ឍដល់វិស័យសេដ្ឋកិច្ចជាតិបូករួមជាមួយ និងការកើនកំណើននៃវិនិយោគទុនពីបរទេសផងដែរ។ ពេលមានកំណើនវិនិយោគទុនបរទេសច្រើននោះចំណូលក្នុងសេដ្ឋកិច្ចជាតិ ក៏ច្រើនឱកាសការងារក៏មានច្រើន សម្រាប់ប្រជាជនកម្ពុជា។ ចំណុចចំបងមួយទៀត គឺបានជួយជំរុញនិងលើកទឹកចិត្តដល់សហគ្រាស ឬបុគ្គល ក្នុងការខិតខំធ្វើអាជីវកម្ម ការបង្កើត ការឆ្នៃប្រឌិតថ្មីៗ សម្រាប់ជាប្រយោជន៍ដល់អ្នកប្រើប្រាស់ ក៏ដូចជាសង្គមជាតិទាំងមូល។ ប្រសិនបើគ្មានច្បាប់ស្តីពីការ ការពារម៉ាកនោះទេអ្នកទាំងនោះមុខជាគ្មានកម្លាំងចិត្តក្នុងការបង្កើតឬស្រាវជ្រាវរកអ្វីដែលថ្មីទៀតហើយនោះសង្គមក៏គ្មានការអភិវឌ្ឍទៅមុខទៀតដែរ។ ជាដំណោះស្រាយ បន្ទាប់ពីម៉ាកមួយ បានចុះបញ្ជីរួចហើយស្រាប់តែមានការរំលោភបំពានកើតឡើង អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចជាអ្នកទទួលបន្ទុកដោះស្រាយវិវាទនោះ (នាយកដ្ឋាន កម្មសិទ្ធិបញ្ញា ឬតុលាការ) វាជាអ្នកចាត់វិធានការព្រោះបើឱ្យបុគ្គលជាអ្នកដោះស្រាយដោយ ខ្លួនឯងទៅលើបញ្ហារំលោភបំពាននោះវាជាការមួយមិនគប្បីឡើយ។ ការចុះបញ្ជីនឹងក្លាយទៅជាការឥតប្រយោជន៍ម្យ៉ាងទៀតបុគ្គលឯកជនក៏គ្មានកម្លាំងចាប់បង្ខំ ឬប្រើកំម្លាំងសាធារណៈប្រឆាំងនឹងបុគ្គលដែលរំលោភបំពានដូចស្ថាប័នរដ្ឋ

ដែរ។ ទន្ទឹមនឹងនោះផងដែរដោយសារតែប្រទេសកម្ពុជាយើង ក៏មានការអភិវឌ្ឍនូវវិស័យបច្ចេកវិទ្យាមានកម្រិតនៅឡើយបូករួមជាមួយការធ្វើកិច្ចសហប្រតិបត្តិការជាមួយបណ្តារដ្ឋដ៏ទៃទៀតនោះ។ យើងអាចប្រមើលដឹងបានថា ការស្រាវជ្រាវស្វែងរកម៉ាក ដែលចុះបញ្ជីរួច គឺជាបញ្ហាពិបាករបស់មន្ត្រីទទួលបន្ទុកចុះបញ្ជីថា តើម៉ាកមួយដែលគេបានយកមកចុះបញ្ជីនេះត្រូវបានគេចុះបញ្ជីហើយឬនៅ? ឬក៏អាចមានការប្រហាក់ប្រហែលគ្នាទៅនឹងម៉ាកដែលគេបានចុះបញ្ជីរួចហើយ។ ដោយសារតែមានការរំលោភបំពានលើរបស់ខ្លួនទន្ទឹមនឹងនោះដែរ ក៏មានការដោះស្រាយវិវាទអំពីការរំលោភបំពាននៃម៉ាកនៅកម្ពុជាផងដែរការដោះស្រាយវិវាទនេះ គឺពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់សម្រាប់ការពារសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជី ឬមិនបានចុះបញ្ជី (សម្រាប់ម៉ាកល្បី) ហើយការដោះស្រាយវិវាទនេះរួមមានដូចជា ការបង្ក្រាបតាមវិធានការរបស់ក្រសួងដែលពាក់ព័ន្ធនឹងតាមវិធានការតុលាការតែប៉ុណ្ណោះ។

អានុសាសន៍

អនុសាសន៍

នាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ នៅលើទីផ្សារនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា គឺមានការប្រកួតប្រជែងយ៉ាងខ្លាំង ដោយសារមានផលិតផលជាច្រើនបានប្រកួតប្រជែងគ្នា។ ប៉ុន្តែក៏មានផលិតផលក្លែងបន្លំម៉ាក និងមានម៉ាកមួយចំនួនមានលក្ខណៈ ប្រហាក់ប្រហែលគ្នា ឬស្ទើតែដូចគ្នាទាំងស្រុងដែលជាហេតុធ្វើឱ្យមជ្ឈដ្ឋានពាណិជ្ជកម្ម ឬសាធារណៈជនមានការភ័ន្តច្រឡំ និងជាពិសេសអាចបង្កឱ្យមានផលប៉ះពាល់យ៉ាងខ្លាំងដល់សុខភាពរបស់អ្នកប្រើប្រាស់នៅដែលពួកគេបានទិញចំផលិតផលក្លែងក្លាយ ដូច្នេះដើម្បីជៀសវាងកុំឱ្យមានផលិតផលក្លែងបន្លំម៉ាក និងដើម្បីការពារដល់ម្ចាស់ម៉ាកគប្បី

១. ម្ចាស់ម៉ាក ដែលបានបង្កើតបានជាស្នាដៃរួចហើយ ត្រូវយកម៉ាករបស់ខ្លួនទៅចុះបញ្ជីនៅ នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាដើម្បីឱ្យច្បាប់ការពារម៉ាកនោះ។

២. ត្រូវធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ និងអប់រំដល់សាធារណៈជនពីផលប្រយោជន៍ដែលទទួលបានពីការចុះបញ្ជីនៃម៉ាករបស់ខ្លួន។

៣. បណ្តុះបណ្តាលមន្ត្រីពាក់ដែលពាក់ព័ន្ធ ឱ្យមានជំនាញផ្នែកម៉ាកឱ្យកាន់តែច្រើនបន្ថែមទៀត និងបង្កើននូវកិច្ចសហប្រតិបត្តិការជាមួយប្រទេសនានាដែលជាសមាជិកនៃសន្ធិសញ្ញាក្នុងការអនុវត្តសិទ្ធិស្តីពីម៉ាក ឬកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។

៤. ពង្រឹងនូវសមត្ថភាពរបស់មន្ត្រី ដែលមានសមត្ថកិច្ចដូចជា រដ្ឋាបាលគយ រដ្ឋាករ មន្ត្រីកាំកុងត្រូល និងមន្ត្រីប៉ូលីសសេដ្ឋកិច្ច ក្នុងការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ និងទប់ស្កាត់ការនាំចេញនាំចូលនូវទំនិញពាក់ម៉ាកក្លាយ ឬខុសច្បាប់។

៥. គួរតែបង្កើតឱ្យមានក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយវិវាទម៉ាកឱ្យបានកាន់តែឆាប់រហ័ស ដើម្បីងាយស្រួលក្នុងការដោះស្រាយវិវាទម៉ាក និងបង្កើតឱ្យមានតុលាការជំនាញទាក់ទងទៅនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញាដើម្បីដោះស្រាយវិវាទម៉ាក។

៦. ផ្តន្ទាទោសបុគ្គលដែលបានលួចក្លែងបន្លំម៉ាកឱ្យបានធ្ងន់ធ្ងរ។

ឯកសារយោង

ឯកសារយោង

១. ច្បាប់

១. ច្បាប់ស្តីពី ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

២. ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ នស/រកម/០១១១៤/០០៦ ចុះថ្ងៃទី២០ ខែមករា ឆ្នាំ ២០១៤

៣. ច្បាប់ស្តីពីមជ្ឈត្តការផ្នែកពាណិជ្ជនាម, លេខ នស/រកម/០៥០៦/០១០,០៩ ឧសភា ២០០៦

២. អនុក្រឹត្យ

១. អនុក្រឹត្យ លេខ៦៤ អនក្រ/បក ចុះថ្ងៃទី ២៩ ខែសីហា ឆ្នាំ២០០៧ ស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពី ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។

៣. ប្រកាស

១. ប្រកាសស្តីពីការរៀបចំ នឹងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, លេខ ២១១ MOC,SM, ចុះថ្ងៃទី ១៨ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០០៤

២. ប្រកាសស្តីពីការផ្តល់សេវាសាធារណៈរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

៤. សៀវភៅ

១. លោក នី វិចិត្រ សៀវភៅនីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញាកម្ពុជា បោះពុម្ភលើកទី១ ឆ្នាំ២០១៣

២. សៀវភៅនីតិបញ្ញា និពន្ធដោយ ឯកឧត្តម ឥន យឿន និងសាស្ត្រាចារ្យ អ៊ុក វណ្ណារ័ត្ន (បោះពុម្ភលើកទី១ ឆ្នាំ ២០១៣)

៣. កាន់បូលីន នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា សិទ្ធិអ្នកនិពន្ធ ម៉ាក ប្រកាសនីយបត្រតកម្ម ទំព័រ១២៩

៤. លឹម យូសូ អនុបណ្ឌិតនីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា សេចក្តីផ្តើមនៃការសិក្សានីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ឆ្នាំ២០១៣

៥. ឯកសារបង្រៀនទាក់ទង និងការចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ឯឧត្តម វ៉ា រុតសាន ប្រធាននាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

៥. គេហទំព័រ

១. នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, https://www.cambodiaip.gov.kh ចូលមើលថ្ងៃទី ២៣ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២៣ ម៉ោង២រសៀល

២. នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, ការកែសម្រួលម៉ាក, http://www.combodiaip.gov.Kh/Template ចូលមើលថ្ងៃទី២០ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២៣ ម៉ោង២រសៀល

ឧបសម្ព័ន្ធ

បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ

ឧបសម្ព័ន្ធទី១ ៖ រូបភាព និង ស្លាកសញ្ញាផ្សេងៗ

ឧបសម្ព័ន្ធទី២ ៖ កម្រងលិខិតគតិយុត្តនានាពាក់ព័ន្ធការចុះបញ្ជីម៉ាក

- ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក
- ពាក្យស្នើសុំកែសម្រួលម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច (ទម្រង់លេខៈ ០០៧)
- ពាក្យស្នើសុំកែតម្រូវមុខទំនិញ ឬសេវាដែលបានចុះបញ្ជីរួច (ទម្រង់លេខៈ ០០៩)
- ពាក្យស្នើសុំកត់ត្រាការប្តូរឈ្មោះម្ចាស់ម៉ាកបន្ទាប់ពីការរួមបញ្ចូលគ្នា (ទម្រង់លេខៈ ០១៣)
- កិច្ចសន្យាផ្ទេរកម្មសិទ្ធិកាន់កាប់ម៉ាកមួយផ្នែក (ទម្រង់លេខៈ ០២៤)
- សេចក្តីប្រកាសអំពីការប្តូរអាសយដ្ឋានរបស់ម្ចាស់ម៉ាក (ទម្រង់លេខៈ ០១៨)
- ពាក្យស្នើសុំទុតិយតាលើវិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីម៉ាក (ទម្រង់លេខៈ ០២២)
- ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីសាជាថ្មី (ទម្រង់លេខៈ ០១៩)
- ពាក្យស្នើសុំធ្វើសេចក្តីប្រកាសអំពីការប្រើប្រាស់ ឬមិនប្រាស់ម៉ាក (ទម្រង់លេខៈ ០២១)
- ពាក្យស្នើសុំចុះឈ្មោះទទួលស្គាល់ជាផ្លូវការ ជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នម្ចាស់ម៉ាក ក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា និងជីវប្រវត្តិសង្ខេប
- លិខិតប្រគល់សិទ្ធិ (ទម្រង់លេខៈ ០០២)

ឧបសម្ព័ន្ធទី៣ ៖ ប្រកាសរួមស្តីពីការផ្តល់សេវាសាធារណៈរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

ឧបសម្ព័ន្ធទី១

រូបភាព និង ស្លាកសញ្ញាផ្សេងៗ

ឧទាហរណ៍ ក្លិនទឹកអប់ម៉ាក Chanel

ឧទាហរណ៍ ទឹកក្រូច Coca Cola និងទូរស័ព្ទដៃ Samsung

ឧទាហរណ៍ ថ្មពិល (555) និងអាគុយ (3K)

ឧទាហរណ៍ ក្រុមហ៊ុន Cellcard និងក្រុមហ៊ុន Smart

ឧទាហរណ៍ Logo Total

ឧទាហរណ៍ ការបិទ ៥០២

ឧទាហរណ៍ ហាងសាច់មាន់លោក, តូបលក់សាច់កម្ពុជា

ឧទាហរណ៍ និមិត្តសញ្ញាចាស់ ប្តូរទៅជា និមិត្តសញ្ញាថ្មី

និមិត្តសញ្ញាចាស់ និមិត្តសញ្ញាថ្មី

ប្តូរទៅជា

ឧទាហរណ៍ ធូរ៉េនកំពត, ម្រេចកំពត,ធុរ៉េនកំពង់ចាម។

ធូរ៉េនកំពត

ម្រេចកំពត

ធុរ៉េនកំពង់ចាម

ឧបសម្ព័ន្ធទី២

កម្រងលិខិតគតិយុត្តនានាពាក់ព័ន្ធ

ការចុះបញ្ជីម៉ាក

សេវាចុះបញ្ជីម៉ាក ម៉ាកទំនិញសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រ (ការដាក់ពាក្យស្នើសុំ ការត្រួតពិនិត្យលម្អិត ការចុះបញ្ជី និងបោះពុម្ពផ្សាយ សម្រាប់ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ក្នុងមួយជំពូកទំនិញ ឬ សេវា)

១-ដាក់ពាក្យស្នើសុំ

២-ទទួលពាក្យស្នើសុំ និងចេញលិខិតអនុញ្ញាតបង់ប្រាក់

៣-បញ្ជូរបង់ប្រាក់(នាយកដ្ឋានគណេយ្យ)

៤-បញ្ចូលទិន្នន័យ និងស្កេន

៥-ត្រួតពិនិត្យបឋម(បដិសេធទទួល ឬមិនទទួល)

៦-IPAS(ប្រព័ន្ធ Madrid Protocol ការិយាល័យអន្តរជាតិ WIPO ប្រព័ន្ធដាក់ពាក្យតាមអេឡិចត្រូនិក Online marks filing system) ប្រព័ន្ធបង់ប្រាក់អេឡិចត្រូនិក

៧-ត្រួតពិនិត្យលម្អិត

៨-បង់ប្រាក់

៩-ចេញវិញ្ញាបនប័ត្រ

១០-បោះពុម្ពផ្សាយក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការ(Online)

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

អាសយដ្ឋាន ៖ ឡូត៍លេខ ១៩-៦១វិថីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម (ផ្លូវលេខ១១៣ប) សង្កាត់ទឹកថ្លា ខណ្ឌសែនសុខ រាជធានីភ្នំពេញ
ទូរស័ព្ទ ៖ ០២៣ ៨៦៦ ៤៦៩ , អ៊ីម៉ែល ៖ ho.sivyong@moc.gov.kh / hosivyong@yahoo.com

ច្រកទ្វារអេឡិចត្រូនិកផ្តល់ព័ត៌មានសេវាសាធារណៈ

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម **ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ**

នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា

Form: TM:001-APP/KH/2018

□□□□□□□□□

ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក

(សំរាប់មន្ត្រីប្រើប្រាស់ប៉ុណ្ណោះ)

លេខដាក់ពាក្យ:

កាលបរិច្ឆេទដាក់ពាក្យ:

ផ្នែកទី ១ : **អ្នកស្នើសុំ** (ម្ចាស់ម៉ាក)

(ក) ឈ្មោះ : ____

(ជាអក្សរឡាតាំង)____

(ខ) អាស័យដ្ឋាន : ____

(ជាអក្សរឡាតាំង)____

(គ) សញ្ជាតិ : ____

(ជាអក្សរឡាតាំង)____

(ឃ) ឈ្មោះ និងអាស័យដ្ឋានទំនាក់ទំនងក្នុងប្រទេសកម្ពុជា : ____________________

(ជាអក្សរឡាតាំង) ____

លេខទូសព្ទ:__________លេខទូរសារ:________សារអេឡិចត្រូនិច:________________________

(ង) លេខចុះបញ្ជីនៃភ្នាក់ងារក្នុងប្រទេស (នៅពេលអនុវត្ត) :________________________

ផ្នែកទី ២ : **គំរូម៉ាក ដែលស្នើសុំចុះបញ្ជី**

សំគាល់ : គំរូម៉ាកត្រូវភ្ជាប់មកជាមួយពាក្យស្នើសុំនេះ

៨ស.ម x ៨ស.ម (សូមបិទម៉ាកនៅទីនេះ)

(ក) ឈ្មោះម៉ាក (ប្រសិនបើមាន) :

(ខ) ពិពណ៌នាម៉ាក (ម៉ាកជារូបភាព) :

(គ) ជំពូកទំនិញ ឬ សេវា:

(ឃ)យថាប្រភេទទំនិញ ឬ សេវា (ជាអក្សរអង់គ្លេស) :

____

____

____

____

____

(ង) ប្រសិនបើម៉ាកជាពណ៌ សូមបញ្ជាក់ពណ៌ទាំងនោះ :

(ច) ប្រសិនបើម៉ាកមានរូបភាពឆ្លុះឃើញបីជ្រុង (3-D): មែន ☐ ☐ មិនមែន

(ឆ) ប្រសិនបើម៉ាកមានរូបភាពឆ្លុះឃើញបីជ្រុងនៃសំបកវេចខ្ចប់ ឬ ពណ៌ ដែលជាចំណុចពិសេស របស់ម៉ាកត្រូវបានទាមទារឱ្យការពារសូមពិពណ៌នាចំណុចពិសេសនោះជាលាយលក្ខ៍អក្សរ:

(ជ) ប្រសិនបើម៉ាកជាអក្សរ សូមផ្តល់ប្រភពនៃអក្សរទាំងនោះហើយត្រូវបញ្ជាក់ថា តើអក្សរ ទាំងនោះត្រូវបានបង្កើតឡើង ឬ មានក្នុងវចនានុក្រម:

(ឈ) ប្រសិនបើម៉ាកជាអក្សរដែលមិនមែនជាភាសាអង់គ្លេស និង / ឬ ជាភាសាបរទេសផ្សេងទៀត សូមផ្តល់ព័ត៌មាន ដូចខាងក្រោម:

ភាសា	អក្សរ	សំលេងអាន	អត្ថន័យ

ផ្នែកទី ៣ : ការប្រកាសសិទ្ធិអាទិភាព

(ក) ឈ្មោះការិយាល័យដែលបានដាក់ពាក្យសុំសិទ្ធិអាទិភាពនៅបរទេស: ____________

____

(ខ) កាលបរិច្ឆេទនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំសិទ្ធិអាទិភាពនៅបរទេស: ថ្ងៃ___ ខែ___ ឆ្នាំ_____

(គ) លេខចុះបញ្ជីលើកដំបូង និងឈ្មោះប្រទេស ដែលបានដាក់ពាក្យលើកដំបូង:

____

____

*ត្រូវភ្ជាប់ច្បាប់ចំលងនៃឯកសារសុំសិទ្ធិជាអាទិភាព ដោយមានបញ្ជាក់ភាពស្របច្បាប់ នៃឯកសារនោះ

ផ្នែកទី ៤ : ការកំរិតកំណត់ ឬ លក្ខខណ្ឌនានា

បំពេញក្នុងបន្ទាត់ខាងក្រោម នូវការយល់ព្រមទទួលយកលក្ខ័ណ្ឌ ឬ ការបដិសេធ ឬ ការកំរិតកំណត់ នានានៅពេលដែលម៉ាកនេះនឹងត្រូវបានចុះបញ្ជី:

ផ្នែកទី ៥ : ហត្ថលេខារបស់អ្នកស្នើសុំ ឬ ភ្នាក់ងារតំណាង

សំគាល់: ប្រសិនបើផ្នែកនេះត្រូវបានចុះហត្ថលេខាដោយភ្នាក់ងារតំណាងក្នុងនាមអ្នកស្នើសុំ ត្រូវភ្ជាប់ លិខិតប្រគល់សិទ្ធិមកជាមួយផង ។

(ក) : ហត្ថលេខា :________________________________

(ខ) : ឈ្មោះអ្នកចុះហត្ថលេខា :________________________

(គ) : តួនាទី ឋានៈ ________________________________

(គ) : ថ្ងៃ ខែចុះហត្ថលេខា :___________________________

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
Kingdom of Cambodia
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ
Nation - Religion – King

គំរូទំរង់លេខ: ០០៧
Form: 007-RARM-Eng
កម្ពុជា ***CAMBODIA***

ជូនចំពោះ: នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
(***To: Department of Intellectual Property Rights Ministry of Commerce***)

ពាក្យស្នើសុំកែសម្រួលម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច
REQUEST FOR AMENDMENT OF REGISTERED MARK

១- ឈ្មោះ និងអាសយដ្ឋានរបស់អ្នកស្នើសុំ (Name and Address of Owner): ______________________________

____

២- ជំពូក(Class): ៣- លេខដាក់ពាក្យ(Application Number):

៤- លេខចុះបញ្ជីដើម(Original Registration Number):

៥- ម៉ាក(Mark):

សម្គាល់: គំរូម៉ាកដែលសុំកែសម្រួលចំនួន ១៥ ត្រូវភ្ជាប់មកជាមួយពាក្យស្នើសុំនេះ (**Note:** 15 specimens of amended mark should be attached to this request)

សូមបិទម៉ាកដែលចុះបញ្ជីរួចនៅទីនេះ (Please stick a registered mark here)	សូមបិទម៉ាកដែលសុំកែសម្រួលនៅទីនេះ (Please stick the mark to be amended here)
ម៉ាកដែលចុះបញ្ជីរួច(Registered Mark)	ម៉ាកដែលសុំកែសម្រួល(Amended Mark)

៦- ឈ្មោះរបស់ភ្នាក់ងារ/មេធាវី តំណាងក្នុងស្រុក និងអាសយដ្ឋានសំរាប់ទំនាក់ទំនង(Name of Local Agent / Attorney and Address for Service): ______________________________

____

ទូរស័ព្ទ(Tel):________________ ទូរសារ(Fax):________________ អ៊ីម៉ែល(Email)________________

៧- ឯកសារដែលត្រូវភ្ជាប់មកជាមួយពាក្យស្នើសុំ(Documents Accompanying the Application):

- វិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីច្បាប់ដើម (Original Registration Certificate(s))
- គំរូម៉ាកដែលកែសម្រួលរួចចំនួន ១៥ (15 Specimens of Amended Mark)
- លិខិតប្រគល់សិទ្ធិ និងលិខិតប្រគល់សិទ្ធិបន្តច្បាប់ដើម ប្រសិនបើភ្នាក់ងារ/មេធាវី តំណាងត្រូវបានជ្រើសតាំងថ្មី (Original Notarized Power of Attorney and Deed of Substitution, if the Agent/Attorney is newly appointed)

ហត្ថលេខា និងត្រា(Signature and Stamp): ________________________

ឈ្មោះហត្ថលេខី(Name of Signatory): ________________________

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

Kingdom of Cambodia

ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

Nation - Religion – King

គំរូទំរង់លេខៈ ០០៩

Form: 009-RAG/SRM-Eng

កម្ពុជា □□□□□□□□

ជូនចំពោះ នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

(***To: Department of Intellectual Property Rights Ministry of Commerce)***

ពាក្យស្នើសុំកែតម្រូវមុខទំនិញ ឬសេវាដែលបានចុះបញ្ជីរួច

REQUEST FOR AMENDMENT OF GOODS/SERVICES OF REGISTERED MARK

១- ឈ្មោះ និងអាសយដ្ឋានរបស់អ្នកស្នើសុំ (Name and Address of Owner): ________________________________

____

២- លេខដាក់ពាក្យ (Application Number):

៣- លេខចុះបញ្ជីដើម (Original Registration Number):

៤- ម៉ាក(Mark):

៥- ជំពូក(Class):

៦- ព័ត៌មានលំអិតស្តីពីយថាប្រភេទនៃទំនិញ/សេវា(Details of Specification of Goods/Services):

- ទំនិញ/សេវា ដែលបានចុះបញ្ជីរួច (Registered Goods/Services): ______________________________

____

____

- ទំនិញ/សេវា ដែលសុំកែតម្រូវ (Amended Goods/Services): ________________________________

____

____

៧- ឈ្មោះរបស់ភ្នាក់ងារ/មេធាវី តំណាងក្នុងស្រុក និងអាសយដ្ឋានសំរាប់ទំនាក់ទំនង(Name of Local Agent / Attorney and Address for Service): ____________________________________

ទូរស័ព្ទ(Tel):________________ទូរសារ(Fax):__________________អ៊ីម៉ែល(Email)________________

៨- ឯកសារដែលត្រូវភ្ជាប់មកជាមួយពាក្យស្នើសុំ(Documents Accompanying the Application):

- វិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីច្បាប់ដើម (Original Registration Certificate(s))

- លិខិតប្រគល់សិទ្ធិ និងលិខិតប្រគល់សិទ្ធិបន្តច្បាប់ដើម ប្រសិនបើភ្នាក់ងារ/មេធាវី តំណាងត្រូវបានជ្រើសតាំងថ្មី (Original Notarized Power of Attorney and Deed of Substitution, if the Agent/Attorney is newly appointed)

ហត្ថលេខា និងត្រា (Signature and Stamp): ___________________________

ឈ្មោះហត្ថលេខី (Name of Signatory): _____________________________
មុខងារ(Title):______________________________
កាលបរិច្ឆេទ (Date):__________________________

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
Kingdom of Cambodia
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ
Nation - Religion – King

គំរូទំរង់លេខ: ០១៣
Form: 013-RRNCFM-Eng
កម្ពុជា □□□□□□□□

ជូនចំពោះ នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
(*To: Department of Intellectual Property Rights Ministry of Commerce)*

ពាក្យស្នើសុំកត់ត្រាការប្តូរឈ្មោះម្ចាស់ម៉ាកបន្ទាប់ពីការរួមបញ្ចូលគ្នា

REQUEST FOR RECORDAL OF NAME CHANGE FOLLOWING MERGER

១ - ម៉ាក (Mark):

២ - ជំពូក (Class):

៣ - លេខដាក់ពាក្យ (Application Number):

៤ - លេខចុះបញ្ជីដើម (Original Registration Number):

៥ - ឈ្មោះ និងអាសយដ្ឋាន របស់ម្ចាស់ម៉ាក (Name and Address of the Owner):

- ប្តូរពី (From):

- ទៅជា (To):

៦ - ឈ្មោះរបស់ភ្នាក់ងារ/មេធាវី តំណាងក្នុងស្រុក និងអាសយដ្ឋានសំរាប់ទំនាក់ទំនង (Name of Local Agent / Attorney and Address for Service): _____________

ទូរស័ព្ទ(Tel):________________ទូរសារ(Fax):________________អ៊ីម៉ែល(Email)___________________

៧ - ឯកសារដែលត្រូវភ្ជាប់មកជាមួយពាក្យស្នើសុំ(Documents Accompanying the Application):

(Original or Certified Copy of Notarized Declaration of Name Change Following Merger)

- លិខិតប្រគល់សិទ្ធិ និងលិខិតប្រគល់សិទ្ធិបន្តច្បាប់ដើម ប្រសិនបើភ្នាក់ងារ/មេធាវី តំណាងត្រូវបានជ្រើសតាំងថ្មី (Original Notarized Power of Attorney and Deed of Substitution, if the Agent/Attorney is newly appointed)
- វិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីច្បាប់ដើម ឬច្បាប់ចម្លង ដែលមានបញ្ជាក់ភាពត្រឹមត្រូវ (Original or Certified Copy of Mark Registration Certificate(s))

ហត្ថលេខា និងត្រា (Signature and Stamp): __________________________

ឈ្មោះហត្ថលេខី (Name of Signatory): ____________________________

មុខងារ (Title): ____________________________

កាលបរិច្ឆេទ (Date): ________________________

គំរូទំរង់លេខៈ ០២៤

កម្ពុជា

កិច្ចសន្យាផ្ទេរកម្មសិទ្ធិកាន់កាប់ម៉ាកមួយផ្នែក

ការផ្ទេរកម្មសិទ្ធិកាន់កាប់ម៉ាកមួយផ្នែកដែលបានចុះបញ្ជីរួចនេះធ្វើឡើងនៅថ្ងៃទី ……… ខែ ………. ឆ្នាំ២០១… រវាងៈ
ក្រុមហ៊ុន/សាជីវកម្មឈ្មោះ..................................………………………………………………………
ដែលបង្កើតឡើងក្រោមច្បាប់នៃ...….មានអាសយដ្ឋានស្ថិតនៅ ………………………………………………………………(ចាប់ពីពេលនេះទៅហៅថា "អ្នកផ្ទេរសិទ្ធិ")។
និងក្រុមហ៊ុន/សាជីវកម្មឈ្មោះ ……………………………………………. ដែលបង្កើតឡើងក្រោមច្បាប់នៃ ....មានអាសយដ្ឋានស្ថិតនៅ………………………………(ចាប់ពីពេលនេះទៅហៅថា "អ្នកទទួលសិទ្ធិ")។

ដោយហេតុថាអ្នកផ្ទេរសិទ្ធិជាម្ចាស់កម្មសិទ្ធិម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចឬដាក់ពាក្យសុំនូវម៉ាកដែលមានដូចខាងក្រោមៈ

ម៉ាក..

លេខចុះបញ្ជី...

ជំពូក..

(ហើយចាប់ពីពេលនេះទៅហៅថា "ម៉ាក"។)

ដោយហេតុថា អ្នកប្រគល់សិទ្ធិបានយល់ព្រមជាមួយអ្នកទទួលសិទ្ធិដូចជាការលក់ ផ្ទេរសិទ្ធិនូវទំនិញ ឬសេវាកម្ម ....កម្មវត្ថុនៃការផ្ទេរសិទ្ធិនេះមានរួមបញ្ចូលកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់ម៉ាកខាងលើ ក៏ដូចជាធុរៈកិច្ចពាក់ព័ន្ធផងដែរ។

អ្នកផ្ទេរសិទ្ធិសូមធានាថាកិច្ចសន្យាផ្ទេរកម្មសិទ្ធិនេះនឹងមិនបំពានមិនធ្វើអោយប៉ះពាល់ឬរំលោភទៅនឹងសិទ្ធិរបស់ម៉ាកផ្សេងៗក្នុងទីកន្លែងដែលម៉ាកនោះបានចុះបញ្ជីរួចហើយនោះទេនិងនៅក្នុងករណីភាគីទី៣ទាមទារឬបង្ហាញឯកសារច្បាប់តទល់នឹងអ្នកទទួលសិទ្ធិដោយសារតែការផ្ទេរកម្មសិទ្ធិនេះអ្នកផ្ទេរសិទ្ធិឬក៏ភាគីទាំងពីរបានព្រមព្រៀងគ្នានៅក្នុងកិច្ចសន្យានេះគឺទាំងអ្នកផ្ទេរសិទ្ធិទាំងអ្នកទទួលសិទ្ធិត្រូវតែធ្វើសកម្មភាពចាំបាច់ផ្សេងៗការពារកុំអោយអ្នកទទួលសិទ្ធិរងគ្រោះដោយសារតែការទាមទារឬបង្ហាញឯកសារច្បាប់ផ្សេងៗការពារកុំអោយអ្នកទទួលសិទ្ធិរងគ្រោះដោយសារតែការទាមទារឬបង្ហាញឯកសារច្បាប់ផ្សេងៗនោះ ។

អ្នកផ្ទេរសិទ្ធិនិងអ្នកទទួលសិទ្ធិព្រមព្រៀងគ្នាក្នុងកិច្ចសន្យានេះថាក្នុងករណីដែលកើតមានជម្លោះពាក់ព័ន្ធនឹងលក្ខខណ្ឌនៅក្នុងការផ្ទេរកម្មសិទ្ធិនេះអ្នកផ្ទេរសិទ្ធិនិងអ្នកទទួលសិទ្ធិជាបឋមត្រូវដោះស្រាយជម្លោះនេះដោយឈរលើមូលដ្ឋានពិ

ភាក្សាក្នុងលក្ខណៈមិត្តភាព។ក្នុងករណីដែលមិនមានដំណោះស្រាយណាមួយជម្លោះនេះត្រូវដោះស្រាយទៅតាមរបៀបដែលភាគីទាំងពីរ យល់ព្រមទាំងសងខាង។

អ្នកផ្ទេរសិទ្ធិនិងអ្នកទទួលសិទ្ធិព្រមព្រៀងគ្នានៅក្នុងកិច្ចសន្យានេះថាការផ្ទេរកម្មសិទ្ធិនេះត្រូវស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រងនិងបកស្រាយស្របទៅតាមច្បាប់នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។
ក្នុងករណីមិនបានចែងលំអិតអំពីបញ្ហាផ្សេងៗមានក្នុងការផ្ទេរកម្មសិទ្ធិនេះកិច្ចសន្យាត្រូវស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រងនិងបកស្រាយទៅតាមច្បាប់ដែលភាគីទាំងពីរបានឯកភាពគ្នាទាំងសងខាង។ ដើម្បីជាសក្ខីកម្មភាគីទាំងពីរសូមចុះហត្ថលេខា ឬផ្ទេរសិទ្ធិទៅអោយអ្នកតំណាងស្របច្បាប់របស់ខ្លួនធ្វើការចុះហត្ថលេខា របស់ខ្លួននៅថ្ងៃទី ………. ខែ …………………… ឆ្នាំដដែល។

ជំនួស និងក្នុងនាមអ្នកផ្ទេរសិទ្ធិ ហត្ថលេខា
………………………………..

ហត្ថលេខា …………………………… មេធាវី ឬអ្នកមានសមត្ថកិច្ច
ឈ្មោះ ....
ឋានៈតួនាទី ....

ជំនួស និងក្នុងនាមអ្នកទទួលសិទ្ធិ ហត្ថលេខា
………………………………..

ហត្ថលេខា …………………………… មេធាវី ឬអ្នកមានសមត្ថកិច្ច
ឈ្មោះ ....
ឋានៈតួនាទី ....

គំរូទំរង់លេខៈ ០២៤

កម្ពុជា

កិច្ចសន្យាផ្ទេរកម្មសិទ្ធិកាន់កាប់ម៉ាកមួយផ្នែក

ការផ្ទេរកម្មសិទ្ធិម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចនេះធ្វើឡើងនៅថ្ងៃទី ……… ខែ ……….. ឆ្នាំ២០១… រវាងៈ បុគ្គល.ឈ្មោះ……………………………………………………មានអាសយដ្ឋានស្ថិតនៅ……………… …………………………………………………………………(ចាប់ពីពេលនេះទៅហៅថា "អ្នកផ្ទេរសិទ្ធិ")។

និងបុគ្គល.ឈ្មោះ.....………………………………………………………..មានអាសយដ្ឋានស្ថិតនៅ ……………………………………………………………… (ចាប់ពីពេលនេះទៅហៅថា "អ្នកទទួលសិទ្ធិ")។

ដោយហេតុថាអ្នកផ្ទេរសិទ្ធិជាម្ចាស់កម្មសិទ្ធិម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចឬដាក់ពាក្យសុំនូវម៉ាកដែលមានដូចខាងក្រោម៖

ម៉ាកៈ..

ជំពូកៈ …………………………………………………………………

(ហើយចាប់ពីពេលនេះទៅហៅថា "ម៉ាក"។)

ដោយហេតុថាអ្នកទទួលសិទ្ធិ យល់ព្រមទទួលការផ្ទេរសិទ្ធិនេះ។ កម្មវត្ថុនៃការផ្ទេរសិទ្ធិនេះមានរួមបញ្ចូលកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់ម៉ាកខាងលើ ក៏ដូចជាធុរៈកិច្ចពាក់ព័ន្ធផងដែរ។

អ្នកផ្ទេរសិទ្ធិសូមធានាថាកិច្ចសន្យាផ្ទេរកម្មសិទ្ធិនេះនឹងមិនបំពានមិនធ្វើអោយប៉ះពាល់ឬរំលោភទៅនឹងសិទ្ធិរបស់ម៉ាកផ្សេងៗក្នុងទីកន្លែងដែលម៉ាកនោះបានចុះបញ្ជីរួចហើយនោះទេនិងនៅក្នុងករណីភាគីទី៣ទាមទារឬបង្ហាញឯកសារច្បាប់តទល់នឹងអ្នកទទួលសិទ្ធិដោយសារតែការផ្ទេរកម្មសិទ្ធិនេះអ្នកផ្ទេរសិទ្ធិ ឬក៏ភាគីទាំងពីរបានព្រមព្រៀងគ្នានៅក្នុងកិច្ចសន្យាឬបង្ហាញឯកសារច្បាប់ផ្សេងៗនោះ។

អ្នកផ្ទេរសិទ្ធិនិងអ្នកទទួលសិទ្ធិព្រមព្រៀងគ្នាក្នុងកិច្ចសន្យានេះថាក្នុងករណីដែលកើតមានជម្លោះពាក់ព័ន្ធនឹងលក្ខខណ្ឌនៅក្នុងការផ្ទេរកម្មសិទ្ធិនេះអ្នកផ្ទេរសិទ្ធិនិងអ្នកទទួលសិទ្ធិជាបឋមត្រូវដោះស្រាយជម្លោះនេះដោយឈរលើមូលដ្ឋានពិ

ភាក្សាក្នុងលក្ខណៈមិត្តភាព។ក្នុងករណីដែលមិនមានដំណោះស្រាយណាមួយជម្លោះនេះត្រូវដោះស្រាយទៅតាមរបៀបដែលភាគីទាំងពីរ យល់ព្រមទាំងសងខាង។

អ្នកផ្ទេរសិទ្ធិនិងអ្នកទទួលសិទ្ធិព្រមព្រៀងគ្នានៅក្នុងកិច្ចសន្យានេះថាការផ្ទេរកម្មសិទ្ធិនេះត្រូវស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រងនិងបកស្រាយស្របទៅតាមច្បាប់នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ក្នុងករណីមិនបានចែងលំអិតអំពីបញ្ហាផ្សេងៗមានក្នុងការផ្ទេរកម្មសិទ្ធិនេះកិច្ចសន្យាត្រូវស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រងនិងបកស្រាយទៅតាមច្បាប់ដែលភាគីទាំងពីរបានឯកភាពគ្នាទាំងសងខាង។

ដើម្បីជាសក្ខីកម្មភាគីទាំងពីរសូមចុះហត្ថលេខា ឬផ្ទេរសិទ្ធិទៅអោយអ្នកតំណាងស្របច្បាប់របស់ខ្លួនធ្វើការចុះហត្ថលេខា របស់ខ្លួននៅថ្ងៃទី………… ខែ ………………… ឆ្នាំដដែល។

ជំនួស និងក្នុងនាមអ្នកផ្ទេរសិទ្ធិហត្ថលេខា...

ហត្ថលេខា... មេធាវី ឬអ្នកមានសមត្ថកិច្ច

ឈ្មោះ ....

ឋានៈតួនាទី ....

ជំនួស និងក្នុងនាមអ្នកទទួលសិទ្ធិ ហត្ថលេខា ………………………………..

ហត្ថលេខា ………………………….. មេធាវី ឬអ្នកមានសមត្ថកិច្ច

ឈ្មោះ ....

ឋានៈតួនាទី ....

Form: 023-DA/kh-2

kic©snüaepÞrm©as;kmµsiT§im:ak

ការផ្ទេរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិម៉ាកនេះធ្វើឡើងនៅថ្ងៃទី.............. ខែ................. រវាង :

បុគ្គល.ឈ្មោះ,,មានអាស័យដ្ឋានស្ថិតនៅ....................................

....

....(ចាប់ពីពេលនេះ ទៅហៅថា ",អ្នកផ្ទេរសិទ្ធិ") ។

និងបុគ្គល.ឈ្មោះ..,មានអាស័យដ្ឋានស្ថិតនៅ.................................

....(ចាប់ពីពេលនេះ ទៅហៅថា" អ្នកទទួលសិទ្ធិ") ។

ដោយហេតុថាអ្នកផ្ទេរសិទ្ធិជាម្ចាស់កម្មសិទ្ធិនៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីឬដាក់ពាក្យសុំនូវម៉ាកដែលមានដូចតទៅ :

ម៉ាក:...

លេខចុះបញ្ជី:...

ជំពូក:...

....ហើយចាប់ពីពេលនេះទៅហៅថា "ម៉ាក" ។

ដោយហេតុថា អ្នកទទួលសិទ្ធិ យល់ព្រមទទួលការផ្ទេរសិទ្ធិនេះ ។

កម្មវត្ថុនៃការផ្ទេរកម្មសិទ្ធិនេះមានរួមបញ្ចូលកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់ម៉ាកខាងលើ ក៏ដូចជាធុរកិច្ចពាក់ព័ន្ធផងដែរ ។

អ្នកផ្ទេរសិទ្ធិសូមធានាថាកិច្ចសន្យាផ្ទេរកម្មសិទ្ធិនេះនឹងមិនបំពាន មិនធ្វើអោយប៉ះពាល់ ឬរំលោភទៅនឹងសិទ្ធិរបស់ម៉ាកផ្សេងៗក្នុងទីកន្លែងដែលម៉ាកនោះបានចុះបញ្ជីរួចហើយនោះទេនិងនៅក្នុងករណីភាគីទីពទាមទារ ឬបង្ហាញឯកសារច្បាប់តទល់ នឹងអ្នកទទួលសិទ្ធិដោយសារតែការផ្ទេរកម្មសិទ្ធិនេះ អ្នកផ្ទេរសិទ្ធិ ឬក៏ភាគីទាំងពីរបានព្រមព្រៀងគ្នានៅក្នុងកិច្ចសន្យានេះគឺទាំងអ្នកផ្ទេរសិទ្ធិទាំងអ្នកទទួលសិទ្ធិត្រូវតែធ្វើសកម្មភាពចាំបាច់ផ្សេងៗការពារកុំអោយអ្នកទទួលសិទ្ធិរងគ្រោះដោយសារតែការទាមទារឬបង្ហាញឯកសារច្បាប់ផ្សេងៗនោះ ។

អ្នកផ្ទេរសិទ្ធិ និង អ្នកទទួលសិទ្ធិ ព្រមព្រៀងគ្នាក្នុងកិច្ចសន្យានេះថាក្នុងករណីដែលកើតមានជម្លោះពាក់ព័ន្ធនឹងលក្ខខណ្ឌនៅក្នុងការផ្ទេរកម្មសិទ្ធិនេះអ្នកផ្ទេរសិទ្ធិ និង អ្នកទទួលសិទ្ធិ ជាបឋមត្រូវដោះស្រាយជម្លោះនេះ

ដោយឈរលើមូលដ្ឋានពិភាក្សាក្នុងលក្ខណៈមិត្តភាព ។ក្នុងករណីដែលមិនមានដំណោះស្រាយណាមួយជម្លោះនេះត្រូវដោះស្រាយទៅតាមរបៀបដែលភាគីទាំង ពីរយល់ព្រមទាំងសងខាង ។

អ្នកផ្ទេរសិទ្ធិ និង អ្នកទទួលសិទ្ធិ ព្រមព្រៀងគ្នានៅក្នុងកិច្ចសន្យានេះថាការផ្ទេរកម្មសិទ្ធិនេះត្រូវស្ថិតក្រោមការគ្រប់
គ្រងនិងបកស្រាយស្របទៅតាមច្បាប់នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ។ក្នុងករណីមិនបានចែងលំអិតអំពីបញ្ហាផ្សេងៗមានក្នុងការផ្ទេរកម្មសិទ្ធិនេះកិច្ចសន្យាត្រូវស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រងនិងបកស្រាយទៅតាមច្បាប់ដែលភាគីទាំងពីរបានឯកភាពគ្នាទាំងសងខាង ។

ដើម្បីជាសក្ខីកម្មភាគីទាំងពីរសូមចុះហត្ថលេខារឺផ្ទេរសិទ្ធិទៅអោយអ្នកតំណាងស្របច្បាប់របស់ខ្លួនធ្វើការចុះហត្ថលេខា នៅថ្ងៃទី...........ខែ...........ឆ្នាំ...........ដដែល ។

អ្នកផ្ទេរសិទ្ធិ	ហត្ថលេខា.......................................
ហត្ថលេខា..................................	មេធាវី រឺ អ្នកមានសមត្ថកិច្ច
ឈ្មោះ.......................................	
ឋានៈ តួនាទី................................	

អ្នកទទួលសិទ្ធិ	ហត្ថលេខា.......................................
ហត្ថលេខា..................................	មេធាវី រឺ អ្នកមានសមត្ថកិច្ច
ឈ្មោះ.......................................	
ឋានៈតួនាទី................................	

គំរូទំរង់លេខ: ០១៨

សេចក្តីប្រកាសអំពីការប្តូរអាសយដ្ឋានរបស់ម្ចាស់ម៉ាក

ខ្ញុំបាទ/នាងខ្ញុំឈ្មោះ ______________________________ មានមុខងារជា, ________________________
គឺជាហត្ថលេខីដែលបានទទួលសិទ្ធិពី ____ (ឈ្មោះក្រុមហ៊ុន)
ដែលជាក្រុមហ៊ុនស្ថិតនៅក្រោមច្បាប់នៃប្រទេស _________________ ដែលមានអាសយដ្ឋាន ___________________
____

ខ្ញុំសូមបញ្ជាក់ថា កាលពីថ្ងៃទី_____ ខែ _________ ឆ្នាំ ២០១_____ អាសយដ្ឋានរបស់ក្រុមហ៊ុនត្រូវបាន:

- ប្តូរពី:

- ទៅជា:

ហត្ថលេខា និងត្រា: _________________________

ឈ្មោះហត្ថលេខី: ___________________________
មុខងារ: _______________________________________
កាលបរិច្ឆេទ: ___________________________________

ខ្ញុំសូមបញ្ជាក់ថាក្រុមហ៊ុនខាងលើពិតជាក្រុមហ៊ុនស្របច្បាប់ដែលស្ថិតនៅក្រោមច្បាប់នៃប្រទេស______________________
____________________ហើយហត្ថលេខាខាងលើគឺពិតជារបស់លោក/លោកស្រី ____________________________
មានមុខងារជា________________________ ដែលបានទទួលសិទ្ធិចុះហត្ថលេខាក្នុងនាមក្រុមហ៊ុនខាងលើ។

____
សាការីសាធារណៈ

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

Kingdom of Cambodia

ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

Nation - Religion – King

គំរូទំរង់លេខៈ

០២២

ជូនចំពោះ នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

(***To: Department of Intellectual Property Rights Ministry of Commerce)***

ពាក្យស្នើសុំទុតិយតាលើវិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីម៉ាក

១ - ម៉ាក(Mark):

២ - ជំពូក(Class):

៣ - លេខដាក់ពាក្យ(Application Number):

៤ - លេខចុះបញ្ជីដើម(Original Registration Number):

៥ - ឈ្មោះ និងអាសយដ្ឋាន របស់ម្ចាស់ម៉ាក(Name and Address of Owner):

____

____

៦ - ឈ្មោះរបស់ភ្នាក់ងារ/មេធាវី តំណាងក្នុងស្រុក និងអាសយដ្ឋានសំរាប់ទំនាក់ទំនង(Name of Local Agent / Attorney and Address for Service):

____

____

ទូរស័ព្ទ(Tel):________________ទូរសារ(Fax):________________អ៊ីម៉ែល(Email)__________________

ហត្ថលេខា និងត្រា(Signature and Stamp): __________________________

ឈ្មោះហត្ថលេខី(Name of Signatory): ____________________________

មុខងារ(Title):_____________________________

កាលបរិច្ឆេទ(Date): _________________________

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

Kingdom of Cambodia

ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

Nation - Religion – King

គំរូទំរង់លេខ: ០១៩
Form: 019-Rwl-Eng
កម្ពុជា □□□□□□□□□

ជូនចំពោះ នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
(***To: Department of Intellectual Property Rights Ministry of Commerce)***

ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីសាជាថ្មី

REQUEST FOR RENEWAL

(សំរាប់មន្ត្រីប្រើប្រាស់ប៉ុណ្ណោះ (□□□□□□□□□ □□□□))	
លេខដាក់ពាក្យ (Application number):	

ផ្នែកទី I (□□□□ □□): **ម្ចាស់ម៉ាក** (□□□□□□)

(ក) ឈ្មោះ (Name): ____

(ខ) អាសយដ្ឋាន (Address):____

(គ) សញ្ជាតិ (Nationality):____

(ឃ) ឈ្មោះរបស់ភ្នាក់ងារ/មេធាវី តំណាងក្នុងស្រុក និងអាសយដ្ឋានសំរាប់ទំនាក់ទំនង(Name of Local Agent / Attorney and Address for Service): ____
____

ទូរស័ព្ទ(Tel):_______________ទូរសារ(Fax):_______________អ៊ីម៉ែល(Email)____________________

(ង) លេខចុះបញ្ជីនៃភ្នាក់ងារក្នុងប្រទេស (នៅពេលអនុវត្ត)(Local Agent Registration No.(when applicable)):

ផ្នែកទី II (□□□□ □□): **ព័ត៌មានលំអិតស្តីអំពីម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច** (□□□□□□□ □□ □□□□ R□□□□□□□□□□)

សំគាល់: គំរូម៉ាក ត្រូវភ្ជាប់មកជាមួយពាក្យស្នើសុំនេះ (**NOTE**: Reproductions of the mark must be attached to this application)

១.ពិពណ៌នាអំពីឈ្មោះម៉ាក(Mark Description):________________

____

២ - លេខដាក់ពាក្យ (Application Number):__________________

៣ - លេខចុះបញ្ជីដើម (Original Registration Number):___________________

៤ - ជំពូក (Class):__________

៨ស.ម x ៨ស.ម

(សូមបិទម៉ាកនៅទីនេះ)

៥ - ព័ត៌មានលំអិតស្ដីពីយថាប្រភេទនៃទំនិញ/សេវា (Details of Specification of Goods/Services):

____
____
____
____
____

៦ - ប្រសិនបើម៉ាកមានអក្សរក្រៅពីភាសាអង់គ្លេស សូមផ្ដល់ការពិពណ៌នាលំអិតនោះនៅខាងក្រោម (If the mark contains or consists of non-English word(s) and/or foreign character(s), please provide the following details):

ពាក្យ (Word):	សំឡេងអាន (Transliteration):	អត្ថន័យ (Meaning):
____________________	____________________	____________________
____________________	____________________	____________________
____________________	____________________	____________________
____________________	____________________	____________________
____________________	____________________	____________________

៧ - ប្រសិនបើម៉ាកមានរូបភាព សូមផ្ដល់ការពិពណ៌នារូបភាពនោះនៅខាងក្រោម (If the mark consists of figurative element(s), please give a description of the figurative element(s) below):

លេខកូដ (Vienna Codes)	ពិពណ៌នា (Description)
________________	____
________________	____
________________	____
________________	____
________________	____
________________	____

ផ្នែកទី III (□□□□ III): ឯកសារភ្ជាប់ជាមួយ និងពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីសាជាថ្មី (□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□□ □□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□)

១ - ច្បាប់ចម្លង វិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីដើម (Copy of Mark Registration Certificate)

២ - ច្បាប់ចម្លងលិខិតបញ្ជាក់អំពីការប្រើប្រាស់ ឬមិនប្រើប្រាស់ម៉ាក (Copy of Endorsed Affidavit of Use/Non-Use)

៣ - គំរូម៉ាកចំនួន ១៥ (15 Specimens of the Mark)

៤ - លិខិតប្រគល់សិទ្ធិ ន ិងលិខិតប្រគល់សិទ្ធិបន្តច្បាប់ដើម ប្រសិនបើភ្នាក់ងារ/មេធាវី តំណាងត្រូវបានជ្រើសតាំងថ្មី (Original Notarized Power of Attorney and Deed of Substitution, if the Agent/Attorney is newly appointed)

ផ្នែកទី IV (□□□□ IV): ហត្ថលេខារបស់អ្នកស្នើសុំ ឬអ្នកតំណាង (□□□□□□□□□ □□ □□□ □□□□□□□□□ □□ □□□ □□□□□□□□□□□□□□□□)

<u>សំគាល់:</u> ប្រសិនបើផ្នែកនេះត្រូវបានចុះហត្ថលេខាដោយភ្នាក់ងារតំណាងក្នុងនាមអ្នកស្នើសុំ ត្រូវភ្ជាប់លិខិតប្រគល់សិទ្ធិ និងលិខិត ប្រគល់សិទ្ធិបន្តមកជាមួយផង (**Note:** If this part was sign by the representative in the name of the owner, the document must accompanying the power of attorney and deed of substitution) ។

(ក) ហត្ថលេខា និងត្រា(Signature and Stamp): _________________________

(ខ) ឈ្មោះហត្ថលេខី(Name of Signatory):______________________________

(គ) មុខងារ(Title): ________________________

(ឃ)កាលបរិច្ឆេទ(Date):_____________________

ទម្រង់ឆ្នាំ២០១៧

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

ពាក្យស្នើសុំចុះឈ្មោះ

ទទួលស្គាល់ជាផ្លូវការ ជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាកក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា និង ជីវប្រវត្តិសង្ខេប

១.ជីវប្រវត្តិសង្ខេបរបស់អ្នកស្នើសុំ:

-គោត្តនាម និងនាមខ្លួន.. អក្សរឡាតាំង..

-ភេទ...............សញ្ជាតិ........................ថ្ងៃ ខែ ឆ្នាំកំណើត............/...................../............................

-ទីកន្លែងកំណើត...

-អាសយដ្ឋានបច្ចុប្បន្ន...

-លេខទូរស័ព្ទ..................................អ៊ីម៉ែល..

-កម្រិតវប្បធម៌ទូទៅ..

-កម្រិតជំនាញ..

-ភាសាបរទេស និងកម្រិតនៃការយល់ដឹង...

-ស្ថានភាពគ្រួសារ៖ ☐ នៅលីវ ☐ មានគ្រួសារ

-ឪពុកឈ្មោះ...(រស់ ☐ ឬ ☐ ស្លាប់)មុខរបរ...........................

-ម្តាយឈ្មោះ..(រស់ ☐ ឬ ☐ ស្លាប់)មុខរបរ...........................

-មុខរបរបច្ចុប្បន្ន..

-បទពិសោធន៍ការងារកន្លងមក...

២.ឈ្មោះនីតិបុគ្គលដែលបាន/នឹងបម្រើការងារ:..

-អាសយដ្ឋានទំនាក់ទំនង: ....

-លេខទូរស័ព្ទ:.................................អ៊ីម៉ែល:...

៣.វិញ្ញាបនបត្របញ្ជាក់ជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក លេខ:.......................ចុះថ្ងៃទី.............................

៤. ឯកសាភ្ជាប់:

-ច្បាប់ដើម ឬចម្លងវិញ្ញាបនបត្របញ្ជាក់ទទួលស្គាល់ជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក

-ច្បាប់ចម្លងនីតិបុគ្គល

-ច្បាប់ចម្លងអត្តសញ្ញាណប័ណ្ណសញ្ញាតិខ្មែរ ឬលិខិតឆ្លងដែន

- សេចក្តីប្រកាសពុំមានទំនាស់ផលប្រយោជន៍ និងមានលក្ខណ:សម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់។

ធ្វើនៅ....................ថ្ងៃទី............ខែ..........ឆ្នាំ២០១៧

ហត្ថលេខា និងឈ្មោះ

ទម្រង់ឆ្នាំ២០១៧

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

សេចក្ដីប្រកាសពុំមានទំនាស់ផលប្រយោជន៍ និងមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់

ខ្ញុំបាទ-នាងខ្ញុំ ឈ្មោះ...ភេទ.........................កើតថ្ងៃទី...........ខែ...........
ឆ្នាំ.................. នៅ...
....
កាន់អត្តសញ្ញាណប័ណ្ណសញ្ជាតិខ្មែរលេខ...បច្ចុប្បន្នជា........................
....អង្គភាព...

សូមប្រកាស និង អះអាងចំពោះមុខច្បាប់ថា៖

ខ្ញុំបាទ-នាងខ្ញុំ ពុំមែនជាមន្ត្រីរាជការបំពេញការងារក្នុងក្រសួងឬស្ថាប័នរដ្ឋណាមួយឡើយ ហើយមិនដែលត្រូវបានជាប់ទោសពៃរ៍ណាមួយ ទោះព្រហ្មទណ្ឌ រដ្ឋប្បវេណី ឬ រដ្ឋបាលក្ដី ក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា និងពុំមានទំនាស់ផលប្រយោជន៍ណាមួយឡើយ។ ជាងនេះទៅទៀត ខ្ញុំបាទ-នាងខ្ញុំ សូមអះអាងថាខ្ញុំបាទ-នាងខ្ញុំ មានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ ស្របតាមច្បាប់ស្ដីពី ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ និង ប្រកាសស្ដីពី ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាកក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។

ក្នុងករណី ដែលសេចក្ដីប្រកាសនេះ មិនត្រឹមត្រូវតាមការពិត ខ្ញុំបាទ-នាងខ្ញុំ សូមទទួលខុសត្រូវទាំងស្រុងនៅចំពោះមុខច្បាប់ជាធរមាន ។

ធ្វើនៅ....................ថ្ងៃទី..........ខែ...........ឆ្នាំ ២០១៧

ស្នាមមេដៃស្ដាំ និងឈ្មោះ

គំរូទម្រង់លេខ: ០០២
ប្រទេសកម្ពុជា

លិខិតប្រគល់សិទ្ធិ

តាំងនាមខ្ញុំបាទ/នាងខ្ញុំជា ____________________ នៃក្រុមហ៊ុន ____________________ ដែលមានអាសយដ្ឋាន ____________________________________ សូមចាត់តាំង ____________________ ដែលមានអាសយដ្ឋាន__ ____________________________________ ធ្វើជាភ្នាក់ងារស្របច្បាប់ក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ចុះបញ្ជីសាជាថ្មី និងការពារម៉ាករបស់ខ្ញុំបាទ/នាងខ្ញុំស្របទៅនឹងច្បាប់ដែលមានចែងនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

អាស្រ័យហេតុនេះភ្នាក់ងារតំណាងរបស់ខ្ញុំបាទ/នាងខ្ញុំខាងលើ មានសិទ្ធិចុះហត្ថលេខាជារួមលើឯកសារដែលចាំបាច់ទាក់ទិននឹងការដាក់ពាក្យ ឬ ដកពាក្យស្នើសុំ បង់កំរៃ និងចំណាយលើឯកសារទាំងអស់ ព្រមទាំងមានសិទ្ធិធ្វើលិខិតចាត់តាំងបន្ត និងសកម្មភាពទាំងឡាយណាដែលជាតំរូវការក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី និងដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីសាជាថ្មី ព្រមទាំងការពារទៅលើការលួចក្លែងបន្លំម៉ាក។

ធ្វើនៅ ____________________ ថ្ងៃទី ______ ខែ______ ឆ្នាំ ២០__

ហត្ថលេខា ____________________
ឈ្មោះ ____________________
តួនាទី ____________________

ខ្ញុំសូមបញ្ជាក់ថាក្រុមហ៊ុនខាងលើពិតជាក្រុមហ៊ុន/បុគ្គលស្របច្បាប់ដែលស្ថិតនៅក្រោមច្បាប់នៃប្រទេស____________________ ____________________ហើយហត្ថលេខាខាងលើគឺពិតជារបស់លោក/លោកស្រី ____________________ មានមុខងារជា____________________ ដែលបានទទួលសិទ្ធិចុះហត្ថលេខាក្នុងនាមក្រុមហ៊ុនខាងលើ។

____
សារការីសាធារណៈ

ក្នុងឆ្នាំ ២០១២

ការចុះបញ្ជីម៉ាក

-ទទួលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក

នាយកដ្ឋានបានទទួលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីសរុបចំនួន **៥១៤០** ម៉ាក ក្នុងនោះម៉ាក

-ក្នុងស្រុកចំនួន **៩០៦** ម៉ាក

-ក្រៅស្រុកចំនួន **៤២៣៤** ម៉ាក

ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ឆ្នាំ២០១២ សរុបបានចំនួន **៥១៤០** ម៉ាក ហើយបើប្រៀបធៀប ទៅនឹងរយៈពេលដូចគ្នាឆ្នាំ ២០១១ ដែលទទួលបានចំនួន **៤៤៥៩** ម៉ាក ឃើញថាមានការកើនឡើងចំនួន **៦៨១ ម៉ាក** ស្មើនឹង **១៥,៣%**។

ឯកភាពចុះបញ្ជីម៉ាកស្នើសុំថ្មី

នាយកដ្ឋានបានឯកភាពចុះបញ្ជីជូនអតិថិជនសរុបចំនួន **៣៤៩០** ម៉ាក ក្នុងនោះម៉ាក

-ក្នុងស្រុកចំនួន **៧០៥** ម៉ាក

-ក្រៅស្រុកចំនួន **២៧៨៥** ម៉ាក

ក្នុងឆ្នាំ ២០១២ នាយកដ្ឋានបានឯកភាពចុះបញ្ជីម៉ាក បានចំនួន **៣៤៩០** ម៉ាក ហើយបើប្រៀបធៀបទៅនឹងរយៈពេលដូចគ្នាឆ្នាំ ២០១១ ចុះបញ្ជីបានចំនួន**៣៦៥៩ ម៉ាក** ឃើញថាមានការថយចុះចំនួន **១៦៩** ម៉ាក ស្មើនឹង **-៤,៦%**។

កិច្ចការក្រោយចុះបញ្ជីម៉ាក

-ការដាក់ពាក្យ និងការបញ្ជាក់ពាក្យប្រើប្រាស់ ឬមិនបានប្រើប្រាស់ម៉ាក(Affidavit) **២២៧៥**

-ការកត់ត្រា ការផ្ទេរសិទ្ធិម៉ាក (Assignment) **៣៨១**

-ការកត់ត្រា ការប្តូរឈ្មោះ ឬបញ្ចូលគ្នានៃម្ចាស់ម៉ាក (Name Change and Merger) **៩០៥**

-ការកែតម្រូវនានា(Amendment) **២០**

-ប្តូរអាសយដ្ឋាន (Change Address) **៦០១**

-ការលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជី **៤**

-ចុះបញ្ជីសាឡើងវិញ (Renewal) **១៨៦៤**

-ថ្មីៗនេះដែល នាយកដ្ឋានបានរៀបចំ Search ក្រុមហ៊ុនជូននាយកដ្ឋានចុះបញ្ជីបានចំនួន ៨៦៥ ក្រុមហ៊ុន។

ក្នុងឆ្នាំ ២០១១

ទទួលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក

នាយកដ្ឋានបានទទួលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីសរុបចំនួន **៤.៤៥៩** ម៉ាក ក្នុងនោះម៉ាក

-ក្នុងស្រុកចំនួន **៨០៦** ម៉ាក

-ក្រៅស្រុកចំនួន **៣.៦៥៣** ម៉ាក

ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ឆ្នាំ២០១១ សរុបបានចំនួន **៤.៤៥៩** ម៉ាក ហើយបើប្រៀបធៀបទៅនឹងរយៈពេលដូចគ្នា ឆ្នាំ ២០១០ ដែលទទួលបានចំនួន **៣.៩៦៩** ម៉ាក ឃើញថាមានការកើនឡើងចំនួន **៤៩០ ម៉ាក** ស្មើនឹង **១២,៣%** ។

ឯកភាពចុះបញ្ជីម៉ាកស្នើសុំថ្មី

នាយកដ្ឋានបានឯកភាពចុះបញ្ជីជូនអតិថិជនសរុបចំនួន **៣.៦៥៩** ម៉ាក ក្នុងនោះម៉ាក

-ក្នុងស្រុកចំនួន **៦៥៤** ម៉ាក

-ក្រៅស្រុកចំនួន **៣.០០៥** ម៉ាក

ក្នុងឆ្នាំ ២០១១ នាយកដ្ឋានបានឯកភាពចុះបញ្ជីម៉ាក បានចំនួន **៣.៦៥៩** ម៉ាក ហើយបើប្រៀបធៀបទៅនឹងរយៈពេលដូចគ្នាឆ្នាំ ២០១០ ចុះបញ្ជីបានចំនួន **៣.០៣៦ ម៉ាក** ឃើញថាមានការកើនឡើងចំនួន **៦២៣** ម៉ាក ស្មើនឹង **២០,៥%** ។

កិច្ចការក្រោយចុះបញ្ជីម៉ាក

-ការដាក់ពាក្យ និងការបញ្ជាក់ពាក្យប្រើប្រាស់ ឬមិនបានប្រើប្រាស់ម៉ាក(Affidavit) **១.៦៤១**

-ការកត់ត្រា ការផ្ទេរសិទ្ធិម៉ាក (Assignment) **៤៤៣**

-ការកត់ត្រា ការប្តូរឈ្មោះ ឬបញ្ចូលគ្នានៃម្ចាស់ម៉ាក (Name Change and Merger) **៤៦៧**

-ការកែតំរូវនានា(Amendment) **៤២**

-ប្តូរអាស័យដ្ឋាន (Change Address) **៣៣៧**

-ការលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជី **១៧**

-ចុះបញ្ជីសាឡើងវិញ (Renewal) **៨៧៤**

គិតរហូតមកដល់ថ្ងៃទី ២៤ ខែ ធ្នូ ឆ្នាំ ២០១០ នាយកដ្ឋានបាន

ឃ១-១-ទទួលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកថ្មី

-ទទួលពាក្យក្នុងស្រុកសរុបចំនួន 840 ម៉ាក

-ទទួលពាក្យបរទេសសរុបចំនួន 3 129 ម៉ាក

ឃ-១-២-ឯកភាពចុះបញ្ជីម៉ាកស្នើសុំថ្មី

-ឯកភាពចុះបញ្ជីម៉ាកស្នើសុំថ្មីក្នុងស្រុកចំនួន 652 ម៉ាក

- ឯកភាពចុះបញ្ជីម៉ាកស្នើសុំថ្មីបរទេសចំនួន 2 384 ម៉ាក

ឃ-១-៣-កិច្ចការក្រោយចុះបញ្ជី:

-ការបញ្ជាក់លើការប្រើប្រាស់ រឺមិនបានប្រើប្រាស់ម៉ាក: 1 514 ម៉ាក

-ការផ្ទេរសិទ្ធិ ម្ចាស់ម៉ាក: 346 ម៉ាក

-ការប្តូរឈ្មោះ រឺបញ្ចូលគ្នានៃម្ចាស់ម៉ាក: 445 ម៉ាក

-ការកែតម្រូវ: 21 ម៉ាក

-ការប្តូរឈ្មោះអាសយដ្ឋាន: 391 ម៉ាក

-ការលុបម៉ាក: 32 ម៉ាក

-ការចុះបញ្ជីម៉ាកឡើងវិញ: 912 ម៉ាក

គិតរហូតដល់ថ្ងៃទី ២៤ ខែ ធ្នូ ឆ្នាំ ២០០៩ នាយកដ្ឋានបាន

១-ទទួលពាក្យស្នើសុំថ្មី : ៣០៧៧ ម៉ាក

-ក្នុងស្រុក: ៨០៦ ម៉ាក ក្រៅស្រុក: ២២៧១ ម៉ាក

២- ឯកភាពចុះបញ្ជីម៉ាកស្នើសុំថ្មី : ៣១១៦ ម៉ាក

ក្នុងស្រុក ៦៩៨ ម៉ាក ក្រៅស្រុក ២៤១៨ ម៉ាក

៣- កិច្ចការក្រោយចុះបញ្ជី

- ការប្តូរឈ្មោះអាស័យដ្ឋាន : ៣០៩ ម៉ាក
- ការបញ្ជាក់លើការប្រើប្រាស់ រឺមិនបានប្រើប្រាស់ម៉ាក : ១៩៥៤ ម៉ាក
- ការកែតំរូវ : ២៨ ម៉ាក
- ការផ្ទេរសិទ្ធិ ម្ចាស់ម៉ាក : ៣២៧ ម៉ាក
- ការប្តូរឈ្មោះ រឺបញ្ចូលគ្នានៃម្ចាស់ម៉ាក : ៥៩៩ ម៉ាក
- ការចុះបញ្ជីម៉ាកសាឡើងវិញ : ៦៨៩ ម៉ាក
- ការលុបម៉ាក : ១១ ម៉ាក

៤-ទទួលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកសម្រាប់ការសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ : ០២ ម៉ាក

ក្នុងឆ្នាំ ២០០៨ នាយកដ្ឋានបាន :

ក-ទទួលពាក្យស្នើសុំថ្មី : ៣០៩៩ ម៉ាក

-ក្នុងស្រុក: ៥៧៨ ម៉ាក ក្រៅស្រុក: ២៥២១ ម៉ាក

-ម៉ាកដែលមិនទាន់បានចុះបញ្ជី : ម៉ាក

ខ- ឯកភាពចុះបញ្ជីម៉ាកស្នើសុំថ្មី : ២៣១១ ម៉ាក

ក្នុងស្រុក ៤៣៧ ម៉ាក ក្រៅស្រុក ១៨៧៤ ម៉ាក

គ- កិច្ចការក្រោយចុះបញ្ជី

- ការប្តូរឈ្មោះអាស័យដ្ឋាន : ៣៤៩ ម៉ាក
- ការបញ្ជាក់លើការប្រើប្រាស់ រឺមិនបានប្រើប្រាស់ម៉ាក : ១៦២៨ ម៉ាក
- ការកែតំរូវ : ៣៥ ម៉ាក
- ការផ្ទេរសិទ្ធិ ម្ចាស់ម៉ាក : ២៤៩ ម៉ាក
- ការប្តូរឈ្មោះ រឺបញ្ចូលគ្នានៃម្ចាស់ម៉ាក : ៤៣៣ ម៉ាក
- ការចុះបញ្ជីម៉ាកសាឡើងវិញ : ៦៩៧ម៉ាក
- ការលុបម៉ាក : ១៩ ម៉ាក

ឧបសម្ព័ន្ធទី៣

ប្រកាសរួមស្តីពី ការផ្តល់សេវាសាធារណៈ

របស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និង ហិរញ្ញវត្ថុ
លេខ [illegible]..សហវ.[illegible]

ប្រកាសរួម
ស្តីពី
ការផ្តល់សេវាសាធារណៈរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

ឧបនាយករដ្ឋមន្ត្រី រដ្ឋមន្ត្រី
ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ

រដ្ឋមន្ត្រី
ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

- បានឃើញរដ្ឋធម្មនុញ្ញនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
- បានឃើញព្រះរាជក្រឹត្យលេខ នស/រកត/០៩១៣/៩០៣ ចុះថ្ងៃទី២៤ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០១៣ ស្តីពីការតែងតាំងរាជរដ្ឋាភិបាលនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
- បានឃើញព្រះរាជក្រឹត្យលេខ នស/រកត/១២១៣/១៣៩៣ ចុះថ្ងៃទី២១ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១៣ ស្តីពីការកែសម្រួល និងបំពេញបន្ថែមសមាសភាពរាជរដ្ឋាភិបាលនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
- បានឃើញព្រះរាជក្រឹត្យលេខ នស/រកត/០៤១៦/៣៦៨ ចុះថ្ងៃទី០៤ ខែមេសា ឆ្នាំ២០១៦ ស្តីពីការកែសម្រួលសមាសភាពរាជរដ្ឋាភិបាលនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
- បានឃើញព្រះរាជក្រមលេខ ០២/នស/៩៤ ចុះថ្ងៃទី២០ ខែកក្កដា ឆ្នាំ១៩៩៤ ដែលប្រកាសឱ្យប្រើច្បាប់ស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅនៃគណៈរដ្ឋមន្ត្រី
- បានឃើញព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/០១៩៦/១៨ ចុះថ្ងៃទី២៤ ខែមករា ឆ្នាំ១៩៩៦ ដែលប្រកាសឱ្យប្រើច្បាប់ស្តីពីការបង្កើតក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ
- បានឃើញព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/០១៩៦/១៦ ចុះថ្ងៃទី២៤ ខែមករា ឆ្នាំ១៩៩៦ ដែលប្រកាសឱ្យប្រើច្បាប់ស្តីពីការបង្កើតក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
- បានឃើញព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/០៥០៨/០១៦ ចុះថ្ងៃទី១៣ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០០៨ ដែលប្រកាសឱ្យប្រើច្បាប់ស្តីពីប្រព័ន្ធហិរញ្ញវត្ថុសាធារណៈ
- បានឃើញអនុក្រឹត្យលេខ ៤៨៨ អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី១៦ ខែតុលា ឆ្នាំ២០១៣ ស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅនៃក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ
- បានឃើញអនុក្រឹត្យលេខ ៧៥ អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី២៥ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០១៧ ស្តីពីការកែសម្រួល អនុក្រឹត្យលេខ ៤៨៨ ចុះថ្ងៃទី១៦ ខែតុលា ឆ្នាំ២០១៣ ស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅនៃក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ

ផ្លូវលេខ ៩២ សង្កាត់វត្តភ្នំ ខ័ណ្ឌដូនពេញ រាជធានីភ្នំពេញ កម្ពុជា
ទូរស័ព្ទ : ៨៥៥-២៣-៧២៨ ៦៦៨ ទូរសារ : ៨៥៥-២៣-៤២៧ ៧៩៨

- បានឃើញអនុក្រឹត្យលេខ ១៣១ អនក្រ.ប្រក ចុះថ្ងៃទី១៩ ខែមីនា ឆ្នាំ២០១៤ ស្ដីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅនៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
- បានឃើញអនុក្រឹត្យលេខ ១២៧ អនក្រ.ប្រក ចុះថ្ងៃទី២០ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១៦ ស្ដីពីការកែសម្រួលមាត្រា២ មាត្រា៣ មាត្រា៤ និងបន្ថែមមាត្រា៨ស្ទួននៃអនុក្រឹត្យលេខ ៥៩ អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី២៩ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០០៨ ស្ដីពីការដំឡើងនាយកដ្ឋានកម្ពុជាត្រួតពិនិត្យទំនិញ នីហរ័ណ អាហរ័ណ និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ (កាំកុងត្រូល) ឱ្យទៅជាអគ្គនាយកដ្ឋានកម្ពុជាត្រួតពិនិត្យទំនិញ នីហរ័ណ អាហរ័ណ និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ (កាំកុងត្រូល)
- បានឃើញអនុក្រឹត្យលេខ ៨២ អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី១៦ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ១៩៩៥ ស្ដីពីបទបញ្ញត្តិទូទៅនៃគណនេយ្យសាធារណៈ
- បានឃើញអនុក្រឹត្យលេខ ៤០ អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី៣១ ខែមីនា ឆ្នាំ២០១៥ ស្ដីពីការកែសម្រួលតារាងពន្ធតែមប្រើសារពើពន្ធ
- បានឃើញបទបញ្ជាលេខ ០៤ បប. ចុះថ្ងៃទី១៥ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០០៦ របស់រាជរដ្ឋាភិបាល ស្ដីពីការពង្រឹងការគ្រប់គ្រងចំណូលមិនមែនសារពើពន្ធ
- យោងតាមតម្រូវការចាំបាច់របស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ

សម្រេច

ប្រការ១ .-

អនុញ្ញាតឱ្យក្រសួងពាណិជ្ជកម្មអនុវត្តការប្រមូលចំណូលពីតម្លៃសេវាសាធារណៈសម្រាប់ជាគុណប្រយោជន៍ដល់ថវិកាជាតិ។

ប្រការ២ .-

សេវាសាធារណៈដែលផ្ដល់ដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ត្រូវបានរៀបចំជាកម្រងសេវាសាធារណៈ ដែលមានរាយលម្អិតអំពីប្រភេទសេវា តម្លៃសេវា រយៈពេលអតិបរមានៃការផ្ដល់សេវា និងសុពលភាព ទៅតាមប្រភេទសេវាសាធារណៈនីមួយៗ ដូចមានចែងនៅក្នុងឧបសម្ព័ន្ធភ្ជាប់នឹងប្រកាសរួមនេះ។

ប្រការ៣ .-

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ត្រូវផ្សព្វផ្សាយជាសាធារណៈ ជាពិសេសនៅកន្លែងផ្ដល់សេវាសាធារណៈ ត្រូវបិទផ្សាយប្រកាសរួម និងកម្រងសេវាសាធារណៈដែលរួមមានឧបសម្ព័ន្ធនៃប្រកាសរួមនេះ ព្រមទាំងនីតិវិធី និងលក្ខខណ្ឌសម្រាប់ការផ្ដល់សេវាដែលមានការពាក់ព័ន្ធ។

នៅកន្លែងផ្ដល់សេវាសាធារណៈ ត្រូវរៀបចំឱ្យមានកន្លែងទទួលបណ្ដឹងតវ៉ា ដែលអាចកើតមានឡើងជាយថាហេតុ ជាពិសេសក្នុងករណីមានការអនុវត្តខុសពីស្តង់ដារសេវា ឬ មានការយកតម្លៃលើសការកំណត់ ឬ ការផ្ដល់សេវាសាធារណៈមានការយឺតយ៉ាវហួសរយៈពេលអតិបរមាដែលបានកំណត់ជាដើម។

ការទទួលបណ្ដឹងតវ៉ារបស់អតិថិជន ត្រូវមានការបើកទូលាយដោយមានដាក់ប្រអប់សំបុត្រ លេខទូរស័ព្ទ សារអេឡិចត្រូនិក ដែលផ្ដល់ឱកាសឱ្យអតិថិជនអាចធ្វើទំនាក់ទំនង ឬ ប្ដឹងទៅខុទ្ទកាល័យរដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ឬ អង្គភាពប្រឆាំងអំពើពុករលួយផងដែរ។

ប្រការ៤ .-

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ត្រូវកំណត់ទីតាំងជាក់លាក់ និងមានមន្ត្រីប្រចាំការដែលមានលក្ខណៈជាច្រកចេញចូលតែមួយ នៅទីតាំងដែលបានកំណត់ ដើម្បីទទួលបម្រើសេវាជូនអតិថិជនឱ្យបានទាន់ពេលវេលា តាមការកំណត់។ ទន្ទឹមនឹងនេះ ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ត្រូវពង្រឹង និងពង្រីកប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តិកម្ម ក្នុងការផ្ដល់សេវាសាធារណៈឱ្យកាន់តែមានភាពងាយស្រួល មានតម្លាភាព និងមានប្រសិទ្ធភាព។

ដោយឡែកចំពោះការផ្ដល់សេវាសាធារណៈរបស់មន្ទីរពាណិជ្ជកម្មរាជធានី ខេត្ត ត្រូវបន្តអនុវត្តតាមយន្តការ និងនីតិវិធីដែលមានស្រាប់រហូតដល់មានការប្រមូលផ្ដុំសេវាឱ្យធ្វើឡើងតាមរយៈយន្តការច្រកចេញចូលតែមួយរបស់រដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ។

ប្រការ៥ .-

រាល់ការទទួលប្រាក់ចំណូលដោយផ្ទាល់ជាសាច់ប្រាក់ ឬ ជាមូលប្បទានប័ត្រ លើការប្រមូលចំណូលពីកម្រៃសេវាសាធារណៈ ត្រូវប្រើប្រាស់បង្កាន់ដៃបង់ប្រាក់ដែលបើកផ្ដល់ដោយក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ ស្របតាមប្រកាសលេខ ២៧២ សហវ.ប្រក ចុះថ្ងៃទី១៧ ខែមីនា ឆ្នាំ២០១១ ស្ដីពីការដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់បង្កាន់ដៃបង់ប្រាក់ និងសារាចរណែនាំលេខ ០០៥ សហវ ចុះថ្ងៃទី១៧ ខែមីនា ឆ្នាំ២០១១ ស្ដីពីការគ្រប់គ្រងបង្កាន់ដៃបង់ប្រាក់របស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ។

ប្រការ៦ .-

រដ្ឋបាលកណ្ដាលក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងមន្ទីរពាណិជ្ជកម្មរាជធានី ខេត្ត ត្រូវរៀបចំគម្រោងចំណូលថវិកាប្រចាំឆ្នាំដាច់ដោយឡែកពីគ្នា ដោយមានមូលដ្ឋានគ្រោងគិតចំណូលច្បាស់លាស់ និងគ្រោងចំណូលលម្អិតទៅតាមប្រភេទសេវាសាធារណៈនីមួយៗ យោងតាមសមត្ថកិច្ចប្រមូលចំណូលរៀងៗខ្លួន។

នៅពេលអនុវត្តចំណូល រដ្ឋបាលកណ្ដាលក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងមន្ទីរពាណិជ្ជកម្មរាជធានី ខេត្ត ត្រូវទទួលខុសត្រូវប្រាក់កាសលើប្រាក់ចំណូលដែលប្រមូលបាន បង់ប្រាក់ចំណូល និងធ្វើសលាកប័ត្រចំណូលថវិកាជាតិ ព្រមទាំងចុះកិច្ចបញ្ជិកាគណនេយ្យស្ដីពីកិច្ចប្រតិបត្តិការចំណូល និងកត់ត្រាតាមដានប្រាក់ចំណូលនៅក្នុងជំពូកគណនី អនុគណនី នៃមាតិកាចំណូលថវិកា។

ប្រការ៧ .-

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មត្រូវធ្វើរបាយការណ៍ស្ដីពីការអនុវត្តចំណូលប្រចាំខែ និងប្រចាំឆ្នាំ ផ្ញើមកក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ ឱ្យបានមុនថ្ងៃទី១០ នៃខែបន្ទាប់ សម្រាប់របាយការណ៍ប្រចាំខែ និងឱ្យបានមុនថ្ងៃទី១៥ ខែមករា នៃឆ្នាំបន្ទាប់ សម្រាប់របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំ។

ការទទួលបណ្តឹងតវ៉ារបស់អតិថិជន ត្រូវមានការបើកទូលាយដោយមានដាក់ប្រអប់សំបុត្រ លេខទូរស័ព្ទ សារអេឡិចត្រូនិក ដែលផ្តល់ឱកាសឱ្យអតិថិជនអាចធ្វើទំនាក់ទំនង ឬ ប្តឹងទៅខុទ្ទកាល័យរដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ឬ អង្គភាពប្រឆាំងអំពើពុករលួយផងដែរ។

ប្រការ៤ .–

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ត្រូវកំណត់ទីតាំងជាក់លាក់ និងមានមន្ត្រីប្រចាំការដែលមានលក្ខណៈជាច្រកចេញចូលតែមួយ នៅទីតាំងដែលបានកំណត់ ដើម្បីទទួលបម្រើសេវាជូនអតិថិជនឱ្យបានទាន់ពេលវេលា តាមការកំណត់។ ទន្ទឹមនឹងនេះ ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ត្រូវពង្រឹង និងពង្រីកប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តិកម្ម ក្នុងការផ្តល់សេវាសាធារណៈឱ្យកាន់តែមានភាពងាយស្រួល មានតម្លាភាព និងមានប្រសិទ្ធភាព។

ដោយឡែកចំពោះការផ្តល់សេវាសាធារណៈរបស់មន្ទីរពាណិជ្ជកម្មរាជធានី ខេត្ត ត្រូវបន្តអនុវត្តតាមយន្តការ និងនីតិវិធីដែលមានស្រាប់រហូតដល់មានការប្រមូលផ្តុំសេវាឱ្យធ្វើឡើងតាមរយៈយន្តការច្រកចេញចូលតែមួយរបស់រដ្ឋបាលថ្នាក់ក្រោមជាតិ។

ប្រការ៥ .–

រាល់ការទទួលប្រាក់ចំណូលដោយផ្ទាល់ជាសាច់ប្រាក់ ឬ ជាមូលប្បទានប័ត្រ លើការប្រមូលចំណូលពីកម្រៃសេវាសាធារណៈ ត្រូវប្រើប្រាស់បង្កាន់ដៃបង់ប្រាក់ដែលបើកផ្តល់ដោយក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ ស្របតាមប្រកាសលេខ ២៧២ សហវ.ប្រក ចុះថ្ងៃទី១៧ ខែមីនា ឆ្នាំ២០១១ ស្តីពីការដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់បង្កាន់ដៃបង់ប្រាក់ និងសារាចរណែនាំលេខ ០០៥ សហវ ចុះថ្ងៃទី១៧ ខែមីនា ឆ្នាំ២០១១ ស្តីពីការគ្រប់គ្រងបង្កាន់ដៃបង់ប្រាក់របស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ។

ប្រការ៦ .–

រដ្ឋបាលកណ្តាលក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងមន្ទីរពាណិជ្ជកម្មរាជធានី ខេត្ត ត្រូវរៀបចំគម្រោងចំណូលថវិកាប្រចាំឆ្នាំដាច់ដោយឡែកពីគ្នា ដោយមានមូលដ្ឋានគ្រោងគិតចំណូលច្បាស់លាស់ និងគ្រោងចំណូលលម្អិតទៅតាមប្រភេទសេវាសាធារណៈនីមួយៗ យោងតាមសមត្ថកិច្ចប្រមូលចំណូលរៀងៗខ្លួន។

នៅពេលអនុវត្តចំណូល រដ្ឋបាលកណ្តាលក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងមន្ទីរពាណិជ្ជកម្មរាជធានី ខេត្ត ត្រូវទទួលខុសត្រូវប្រាក់កាសលើប្រាក់ចំណូលដែលប្រមូលបាន បង់ប្រាក់ចំណូល និងធ្វើសលាកប័ត្រចំណូលថវិកាជាតិ ព្រមទាំងចុះកិច្ចបញ្ជិកាគណនេយ្យស្តីពីកិច្ចប្រតិបត្តិការចំណូល និងកត់ត្រាតាមដានប្រាក់ចំណូលនៅក្នុងជំពូក គណនី អនុគណនី នៃមាតិកាចំណូលថវិកា។

ប្រការ៧ .–

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មត្រូវធ្វើរបាយការណ៍ស្តីពីការអនុវត្តចំណូលប្រចាំខែ និងប្រចាំឆ្នាំ ផ្ញើមកក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ ឱ្យបានមុនថ្ងៃទី១០ នៃខែបន្ទាប់ សម្រាប់របាយការណ៍ប្រចាំខែ និងឱ្យបានមុនថ្ងៃទី១៥ ខែមករា នៃឆ្នាំបន្ទាប់ សម្រាប់របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំ។

មន្ទីរពាណិជ្ជកម្មរាជធានី ខេត្ត ត្រូវធ្វើរបាយការណ៍ស្តីពីការអនុវត្តចំណូលប្រចាំខែ និងប្រចាំឆ្នាំ ផ្ញើជូនក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងមន្ទីរសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុរាជធានី ខេត្ត ឱ្យបានមុនថ្ងៃទី១០ នៃខែបន្ទាប់ សម្រាប់របាយការណ៍ប្រចាំខែ និងឱ្យបានមុនថ្ងៃទី១៥ ខែមករា នៃឆ្នាំបន្ទាប់ សម្រាប់របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំ។

ប្រការ៨ .-

កម្រៃសេវាសាធារណៈ ដូចមានចែងនៅក្នុងឧបសម្ព័ន្ធនៃប្រកាសរួមនេះ អាចកែប្រែបានតាមការចាំបាច់ តាមរយៈប្រកាសរួមរវាងរដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងរដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ។

ប្រការ៩ .-

ត្រូវបាននិរាករណ៍ប្រកាសរួម ដូចខាងក្រោម ÷

- ប្រកាសរួមលេខ ៩៨៥ សហវ.ប្រក ចុះថ្ងៃទី២៨ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១២ ស្តីពីការផ្តល់សេវាសាធារណៈរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
- ប្រកាសរួមលេខ ១៦៤៣ សហវ.ប្រក ចុះថ្ងៃទី១៦ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១៤ ស្តីពីការកែប្រែកម្រងសេវាសាធារណៈនៃតារាងឧបសម្ព័ន្ធភ្ជាប់នឹងប្រកាសរួមលេខ ៩៨៥ សហវ.ប្រក ចុះថ្ងៃទី២៨ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១២ ស្តីពីការផ្តល់សេវាសាធារណៈរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។

បទប្បញ្ញត្តិទាំងឡាយណាដែលផ្ទុយនឹងប្រកាសរួមនេះ ត្រូវទុកជានិរាករណ៍។

ប្រការ១០ .-

អគ្គលេខាធិការ នាយកខុទ្ទកាល័យ អគ្គនាយក អគ្គាធិការ ប្រធាននាយកដ្ឋាន និងប្រធានអង្គភាពពាក់ព័ន្ធនៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ ត្រូវទទួលបន្ទុកអនុវត្តប្រកាសរួមនេះ តាមភារកិច្ចរៀងៗខ្លួន ចាប់ពីថ្ងៃទី០១ ខែមករា ឆ្នាំ២០១៨ តទៅ។

ធ្វើនៅរាជធានីភ្នំពេញ, ថ្ងៃទី ២៧ ខែ វិច្ឆិកា ឆ្នាំ២០១៧

ឧបនាយករដ្ឋមន្ត្រី រដ្ឋមន្ត្រី
ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ

បណ្ឌិតសភាចារ្យ អូន ព័ន្ធមុនីរ័ត្ន

រដ្ឋមន្ត្រី
ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

ប៉ាន់ សូរស័ក្តិ

កន្លែងទទួល ៖
- ទីស្តីការគណៈរដ្ឋមន្ត្រី
- អគ្គលេខាធិការរាជរដ្ឋាភិបាល
- ខុទ្ទកាល័យសម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោនាយករដ្ឋមន្ត្រី
- ខុទ្ទកាល័យសម្តេច ឯកឧត្តម លោកជំទាវឧបនាយករដ្ឋមន្ត្រី
- អាជ្ញាធរសវនកម្មជាតិ
- អង្គភាពប្រឆាំងអំពើពុករលួយ
- សាលារាជធានី ខេត្ត
- ដូចប្រការ១០
- រាជកិច្ច
- ឯកសារ កាលប្បវត្តិ

លេខរៀង ចំនួន សេវា	បរិយាយ	តម្លៃសេវា	រយៈពេលអតិបរមា នៃការផ្តល់សេវា (ថ្ងៃធ្វើការ)	សុពលភាព
១៩	២ សេវាពិគ្រោះយោបល់ផ្នែកច្បាប់ទាក់ទងនឹងការកែប្រែលក្ខន្តិកៈក្រុមហ៊ុន ÷	២០០ ០០០៛	១ ថ្ងៃ	
	- បញ្ជាក់ពីអនុលោមភាពនៃច្បាប់លើការរៀបចំខ្លឹមសារនៃកិច្ចសន្យាឬលក្ខន្តិកៈបង្កើតក្រុមហ៊ុន			
	- ពិនិត្យនិងបញ្ជាក់លើសុពលភាពនៃសិទ្ធិប្រាតិភោគលើភាគហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន			
	- ជួយផ្តល់សេវាពិនិត្យផ្ទៀងផ្ទាត់បកប្រែភាសាលើឯកសារចុះបញ្ជីពាណិជ្ជកម្មនិងឯកសារកែប្រែលក្ខន្តិកៈក្រុមហ៊ុនដែលមានការចាំបាច់			
២០	៣ សេវារៀបចំលក្ខន្តិកៈក្រុមហ៊ុន(ចុះបញ្ជីពាណិជ្ជកម្មថ្មី និងការកែប្រែលក្ខន្តិកៈ)	៤០០ ០០០៛	២ ថ្ងៃ	
	នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា			
២១	១ ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក និងការត្រួតពិនិត្យម៉ាកលម្អិត	១៦០ ០០០៛	៦ខែ ទៅ ៩ខែ	១០ ឆ្នាំ
២២	២ ការចុះបញ្ជីម៉ាក និងបោះពុម្ពផ្សាយ	២៦០ ០០០៛	៦ខែ ទៅ ៩ខែ	១០ ឆ្នាំ
២៣	៣ ការដាក់ពាក្យស្នើសុំ ការត្រួតពិនិត្យលម្អិត ការចុះបញ្ជី និងការបោះពុម្ពផ្សាយ សម្រាប់ម៉ាកសមូហភាព ឬម៉ាកវិញ្ញាតកម្ម	៤២០ ០០០៛	៦ខែ ទៅ ៩ខែ	១០ ឆ្នាំ
២៤	៤ ការដាក់ពាក្យស្នើសុំ ការត្រួតពិនិត្យលម្អិត ការចុះបញ្ជី និងបោះពុម្ពផ្សាយ សម្រាប់ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ	៤២០ ០០០៛	៦ខែ ទៅ ១២ខែ	អចិន្ត្រៃយ៍
២៥	៥ ការដាក់ពាក្យស្នើសុំបញ្ជាក់អំពីការប្រើប្រាស់ ឬមិនបានប្រើប្រាស់ ម៉ាក ម៉ាកសមូហភាព ម៉ាកវិញ្ញាតកម្ម ឬ ម៉ាកក្នុងក្របខណ្ឌអន្តរជាតិ	១០០ ០០០៛	៦០ថ្ងៃ	៥ ឆ្នាំ
២៦	៦ ការផ្លាស់ប្តូរផ្សេងៗ	១០០ ០០០៛	[illegible]	អចិន្ត្រៃយ៍

ចំនួនសេវា	បរិយាយ	តម្លៃសេវា	រយៈពេលអតិបរមានៃការផ្ដល់សេវា (ថ្ងៃធ្វើការ)	សុពលភាព
២៧	៧ ការស្នើសុំពន្យារពេលផ្ដល់ទឡ្ហីករណ៍ ឬឯកសារគាំទ្រផ្សេងៗ (ចាប់ពីលើកទី២ ឡើងទៅ)	៤០ ០០០ ៛	១០ថ្ងៃ	
២៨	៨ ការដាក់ពាក្យស្នើសុំ និងពិនិត្យបណ្ដឹង ជំទាស់ ធ្វើមោឃភាព ឬ លុប ការចុះបញ្ជីម៉ាក ម៉ាកសមូហភាព ម៉ាកវិញ្ញាតកម្ម ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ សិទ្ធិផ្ដាច់មុខ ឬអាជ្ញាប័ណ្ណ/អាជ្ញាប័ណ្ណពិសេស ចេញពីបញ្ជី	៣០០ ០០០ ៛	៦០ថ្ងៃ	
២៩	៩ ការលុប ម៉ាក ម៉ាកសមូហភាព ម៉ាកវិញ្ញាតកម្ម ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ សិទ្ធិផ្ដាច់មុខ ឬ អាជ្ញាប័ណ្ណ/អាជ្ញាប័ណ្ណពិសេស ចេញពីបញ្ជី និងការបោះពុម្ពផ្សាយ	៣០០ ០០០ ៛	តាមករណី	
៣០	១០ ការដាក់ពាក្យ ការចុះបញ្ជីសាជាថ្មី និងបោះពុម្ពផ្សាយ ម៉ាក ម៉ាកសមូហភាព ឬម៉ាកវិញ្ញាតកម្ម	៤២០ ០០០ ៛	៦០ថ្ងៃ	១០ ឆ្នាំ
៣១	១១ ការស្នើសុំកត់ត្រា និងតម្កល់លិខិតប្រគល់សិទ្ធិផ្ដាច់មុខ	៦០០ ០០០ ៛	៦០ថ្ងៃ	មិនលើស ២ ឆ្នាំ
៣២	១២ ការស្នើសុំកត់ត្រាអាជ្ញាប័ណ្ណ/អាជ្ញាប័ណ្ណពិសេស	៤០០ ០០០ ៛	៦០ថ្ងៃ	តាមកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ
៣៣	១៣ ការស្នើសុំលុបម៉ាក ម៉ាកសមូហភាព ម៉ាកវិញ្ញាតកម្ម ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ការកត់ត្រាសិទ្ធិផ្ដាច់មុខ ឬការកត់ត្រាអាជ្ញាប័ណ្ណ/អាជ្ញាប័ណ្ណពិសេស ដោយម្ចាស់ម៉ាក ឬភ្នាក់ងារតំណាង	១២០ ០០០ ៛	៦០ថ្ងៃ	
៣៤	១៤ ការស្នើសុំពិនិត្យ និងវាយតម្លៃម៉ាក មុនការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី	៨០ ០០០ ៛	[illegible]	
៣៥	១៥ ការស្នើសុំទុតិយតាវិញ្ញាបនបត្រ ថតចម្លងត្រឹមត្រូវតាមច្បាប់ដើម ថតចម្លងឯកសារ ការបញ្ជាក់សុពលភាពម៉ាក ឬការបញ្ជាក់ផ្សេងៗ	១០០ ០០០ ៛	[illegible]	
៣៦	១៦ ការដាក់ពាក្យស្នើសុំសម្រុះសម្រួលវិវាទ	២០០ ០០០ ៛	៣០ថ្ងៃ	
៣៧	១៧ ការវាយតម្លៃអំពីការរំលោភបំពាន	២០០ ០០០ ៛	[illegible]	

...រៀង ...ទ្ធន ...វា	បរិយាយ	តម្លៃសេវា	រយៈពេលអតិបរមា នៃការផ្តល់សេ... (ថ្ងៃធ្វើក...)	
	១៨ ការពិន័យការមកបង់ប្រាក់ចុះបញ្ជីម៉ាកយឺតលើស ៦០ ថ្ងៃ បន្ទាប់ពីថ្ងៃជូនដំណឹង (លើសពី ១២០ ថ្ងៃ ចាត់ទុកថាបោះបង់ចោល)			
៣៨	- ពី ៦១ថ្ងៃ ដល់ ៩០ ថ្ងៃ	៨០ ០០០ ៛	តាមករណី	
៣៩	- ពី ៩១ថ្ងៃ ដល់ ១២០ថ្ងៃ	២០០ ០០០ ៛	តាមករណី	
៤០	១៩ ការពិន័យចំពោះការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកសាជាថ្មីយឺតយ៉ាវ ក្នុងអំឡុងពេល ៦ខែ (តាមមាត្រា ១២ ឃ នៃច្បាប់ស្តីពី ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់)	២០០ ០០០ ៛	តាមករណី	
៤១	២០ ការបញ្ជាក់ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកក្នុងក្របខណ្ឌអន្តរជាតិ ក្នុងមួយជំពូក	១០០ ០០០ ៛	៦០ថ្ងៃ	
៤២	២១ ការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកក្នុងក្របខណ្ឌអន្តរជាតិ ដែលកម្ពុជាត្រូវបានជ្រើសរើស ក្នុងមួយជំពូក និងបោះពុម្ពផ្សាយ	៦០០ ០០០ ៛	តាមបទប្បញ្ញត្តិរួមនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក ក្នុងក្របខណ្ឌអន្តរជាតិ	១០ ឆ្នាំ
៤៣	២២ ការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកក្នុងក្របខណ្ឌអន្តរជាតិសាជាថ្មី ក្នុងមួយជំពូក	៦០០ ០០០ ៛	តាមបទប្បញ្ញត្តិរួមនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក ក្នុងក្របខណ្ឌអន្តរជាតិ	១០ ឆ្នាំ
៤៤	២៣ ការសុំប្តូរម៉ាកក្នុងក្របខណ្ឌអន្តរជាតិ ទៅជាម៉ាកថ្នាក់ជាតិ និងបោះពុម្ពផ្សាយ	៤២០ ០០០ ៛	តាមបទប្បញ្ញត្តិរួមនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក ក្នុងក្របខណ្ឌអន្តរជាតិ	១០ ឆ្នាំ
៤៥	២៤ ការជំនួសម៉ាកជាតិទៅជាម៉ាកក្នុងក្របខណ្ឌអន្តរជាតិ និងបោះពុម្ពផ្សាយ	១០០ ០០០ ៛	តាមបទប្បញ្ញត្តិរួមនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក ក្នុងក្របខណ្ឌអន្តរជាតិ	១០ ឆ្នាំ

លេខរៀង ចំនួនសេវា	បរិយាយ	តម្លៃសេវា	រយៈពេល[illegible] នៃ[illegible]សេវា	[illegible]ភាព
៤៦	២៥ ការស្នើសុំទទួលស្គាល់ជាភ្នាក់ងារតំណាងម្ចាស់ម៉ាក	១០០ ០០០ ៛	តាមប[illegible]ក្រិមនៃ ការចុះបញ្ជី[illegible] ក្របខណ្ឌអន្តរជាតិ	១ ឆ្នាំ
	នាយកដ្ឋាននាំចេញ-នាំចូល និងតំណាងពាណិជ្ជកម្មតំបន់សេដ្ឋកិច្ចពិសេស			
	ក. សេវាចេញវិញ្ញាបនបត្រប្រភពដើមទំនិញ			
	១ សម្លៀកបំពាក់			
	- ទម្រង់ A:			
៤៧	ច្រើនជាង ឬ ស្មើ ២,០០០PCS	២៣៥ ០០០ ៛	១៦ម៉	៦-១២ ខែ
៤៨	តិចជាង ២,០០០PCS	៩៣ ២០០ ៛	១៦ម៉	៦-១២ ខែ
	- ទម្រង់ N:			
៤៩	ច្រើនជាង ឬ ស្មើ ២,០០០PCS	១៥៤ ០០០ ៛	១៦ម៉	៦-១២ ខែ
៥០	តិចជាង ២,០០០PCS	៧៣ ០០០ ៛	១៦ម៉	៦-១២ ខែ
	- ទម្រង់ផ្សេងទៀត			
៥១	ច្រើនជាង ឬ ស្មើ ២,០០០PCS	២៣៥ ០០០ ៛	[illegible]	៦-១២ ខែ
៥២	តិចជាង ២,០០០PCS	៩៣ ២០០ ៛	[illegible]	៦-១២ ខែ