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

សារណាបញ្ចប់ការសិក្សា

កិច្ចការពារសិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាក និង វិធានការដោះស្រាយលើការរំលោភបំពានលើម៉ាក

ស្រាវជ្រាវពីថ្ងៃទី២៧ ខែមេសា ឆ្នាំ២០២១ ដល់ថ្ងៃទី២៥ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២១

ស្រាវជ្រាវដោយ
និស្សិតឈ្មោះ កញ្ញា **យី ស្រីពៅ**
លោក **ឡេង វិចិត្រ**

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ
លោក **ទេព សុខ**

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ **នីតិសាស្ត្រ**
ជំនាន់ទី២១ ក្រុមL4A2

ឆ្នាំចូលសិក្សា ២០១៧
ឆ្នាំសរសេរសារណា ២០២១

សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច

Université Royale de Droit et des Sciences Economiques

Royal University of Law and Economics

សារណាបញ្ចប់ការសិក្សា

កិច្ចការពារសិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាក និង វិធានការដោះស្រាយលើការរំលោភបំពានលើម៉ាក

ស្រាវជ្រាវពីថ្ងៃទី២៧ ខែមេសា ឆ្នាំ២០២១ ដល់ថ្ងៃទី២៥ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០២១

ស្រាវជ្រាវដោយនិស្សិតៈ

កញ្ញា **យី ស្រីពៅ**

លោក **ឡេង វិចិត្រ**

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ

លោក **ទេព សុខ**

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ **នីតិសាស្ត្រ**

ជំនាន់ទី២១ ក្រុមL4A2

ឆ្នាំចូលសិក្សា ២០១៧

ឆ្នាំសរសេរសារណា ២០២១

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

យើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់ឈ្មោះ **ឃី ស្រីពៅ** និង**ឡេង ទិចិត្រ** ជានិស្សិតបរិញ្ញាបត្រផ្នែកនីតិសាស្រ្ត ជំនាន់ទី២១ នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្រ្ត និងវិទ្យាសាស្រ្តសេដ្ឋកិច្ច។

សូមថ្លែងនូវសេចក្តីគោរព ការដឹងគុណ និងប្រណិប័តន៍ចំពោះលោកអ្នកមានគុណទាំងបួន លោកឪពុក**ហេង ឃី** អ្នកម្តាយ **ឌុយ មុំ** និងលោកឪពុក **ចន ឡេង** អ្នកម្តាយ **ម៉ម សារិទ្ធ** ដែលលោកបានបង្កើត ចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សា អប់រំទូន្មានប្រៀនប្រដៅប្រកបដោយព្រហ្មវិហារធម៌ទាំងបួនគឺ មេត្តា ករុណា មុទិតា និងឧបេក្ខា ចំពោះកូនៗជានិច្ច។ លោកបានខិតខំទាំងកំលាំងកាយ៎ និងកំលាំងចិត្តដោយមិនខ្លាចការនឿយហត់ ដើម្បីទំនុកបំរុងកូនឱ្យទទួលបាននូវចំណេះដឹងដ៏មានតម្លៃដែលមិនអាចកាត់ថ្លៃបាន ហើយនេះក៏ជាទ្រព្យសម្បត្តិមួយដែលកូនប្រើប្រាស់មិនចេះអស់ ក្នុងមួយឆាតជីវិតនេះ។ ក្រោមការជម្រុញ លើកទឹកចិត្ត និងឧបត្ថម្ភរបស់លោកអ្នកមានគុណ ថ្ងៃនេះយើងខ្ញុំក៏ទទួលបាននូវភាពជោគជ័យ ដែលជាការឆ្លើយតបពីការខិតខំ រៀនសូត្រកន្លងមកនោះគឺ ការបញ្ចប់ការសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រជាស្ថាពរ។

យើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់ សូមថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅចំពោះលោកសាស្រ្តាចារ្យ **ទេព សុខ** ដែលលោកបានបង្ហាត់បង្រៀនណែនាំប្រៀនប្រដៅផ្តល់ដំបូន្មានល្អៗ និងលើកទឹកចិត្តយើងខ្ញុំឱ្យខិតខំប្រឹងប្រែងធ្វើកិច្ចការមួយនេះឱ្យបានល្អ ផ្តល់ការណែនាំល្អ និងបង្ហាញផ្លូវតាំងពីចាប់ផ្តើមជ្រើសរើសប្រធានបទរហូតបញ្ចប់សារណា ព្រមទាំងពន្យល់នូវរាល់ចម្ងល់ និងត្រួតពិនិត្យកែតម្រូវសារណារបស់យើងខ្ញុំ។

យើងខ្ញុំក៏សូមធ្វើការថ្លែងអំណរគុណគ្រប់ថ្នាក់គ្រប់គ្រងសាកលវិទ្យាល័យ ដែលក្នុងនោះរួមមានសាកលវិទ្យាធិការ សាកលវិទ្យាធិការរង ព្រឹទ្ធបុរស ព្រឹទ្ធបុរសរង និងសាស្រ្តាចារ្យនៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្រ្ត និងវិទ្យាសាស្រ្តសេដ្ឋកិច្ច ដែលបានចំណាយនូវកំលាំងកាយចិត្តក្នុងការបង្ហាត់បង្រៀន ការផ្តល់ជាឯកសារក៏ ដូចជាការរៀបចំដំណើរការនៃការសិក្សា និងការសរសេរសារណាដើម្បីបញ្ចប់ការសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្ររបស់ខ្ញុំ។

ជាចុងក្រោយនេះយើងខ្ញុំទាំងពីរ សូមលើកហត្ថប្រណាមបួងសួងដល់ទេវតា និងវត្ថុសក្តិសិទ្ធិទាំងអស់ដែលមាននៅក្នុងលោក សូមជួយថែរក្សាលោកអ្នកមានគុណទាំងបួន លោកសាស្រ្តាចារ្យ និងមិត្តភក្តិទាំងអស់ឱ្យជួបប្រទះនឹងពុទ្ធិពរទាំង ៥ ប្រការគឺ អាយុៈ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ និងបដិភាណៈ ហើយសូមប្រកបដោយសេចក្តីសុខក្សេមក្សាន្ត និងជោគជ័យរាល់ភារកិច្ចជានិច្ច។

អារម្ភកថា

តាមរយៈការសិក្សាថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រផ្នែកនីតិសាស្ត្រអស់រយៈពេល៤ឆ្នាំ នៅសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និង វិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ចនេះមក ជាលិទ្ធផលដែលជាការឆ្លើយតបទៅការខិតខំប្រឹងប្រែងរៀនសូត្រ យើងខ្ញុំក៏បានចងក្រងសៀវភៅមួយក្បាលនេះឡើង ដែលជាសារណាបញ្ចាក់អំពីការបញ្ចប់ការសិក្សារបស់យើងខ្ញុំដែលមានប្រធានបទនិយាយអំពី «**កិច្ចការពារសិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាក និងវិធានការដោះស្រាយលើការរំលោភបំពានលើម៉ាក**» ។

បានជាយើងខ្ញុំសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសយកប្រធានបទនេះមកសរសេរ ព្រោះយើងខ្ញុំសម្លឹងមើលឃើញថា វាជាសញ្ញាណមួយដែលមានលក្ខណៈសមស្របទៅនឹងបរិបទសង្គមថ្មីសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជា ហើយវាក៏ជាបញ្ហាមួយដែលសង្គមយើងកំពុងតែយកចិត្តទុកដាក់យ៉ាងខ្លាំង។ ជាទូទៅ នៅក្នុងទីផ្សារពាណិជ្ជកម្ម គឺតែងតែឃើញមានការប្រើប្រាស់ម៉ាកសញ្ញា ដើម្បីសំគាល់នូវមុខទំនិញ ឬសេវារបស់ខ្លួន ប៉ុន្តែម៉ាកទាំងនោះក៏អាចក្លាយជាបញ្ហាដ៏ស្មុគស្មាញសម្រាប់សង្គមនីមួយៗ ដោយសារវាជាចន្លោះប្រហោងនៃច្បាប់លើការគ្រប់គ្រង។ តួយ៉ាងដូចជាក្នុងប្រទេសកម្ពុជាបច្ចុប្បន្ន គឺមានការក្លែងបន្លំម៉ាកទំនិញជាច្រើនប្រភេទ។ ហើយបញ្ហានេះវាពិតជាមានផលប៉ះពាល់ទៅលើគុណភាពនៃទំនិញ ដោយប្រជាពលរដ្ឋដែលបានប្រើប្រាស់នូវទំនិញក្លែងបន្លំម៉ាកទាំងនោះ។ ហេតុនេះវាជាកត្តាមួយដែលតម្រូវឱ្យប្រជាពលរដ្ឋគួរតែមានយល់ដឹងលើម៉ាកសញ្ញាទាំងនេះ។ ម៉្យាងវិញទៀតយើងខ្ញុំគិតថា ប្រធានបទនេះគឺជាផ្នែកមួយក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្ម ហើយចំពោះវិស័យនេះបានជ្រៀតចូលសឹងតែគ្រប់ផ្នែកទាំងអស់មិនថាតែនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ឬបរទេសនោះទេ ហើយវាជាកត្តាមួយដែលសំខាន់បំផុតដើម្បីជំរុញកត្តាសេដ្ឋកិច្ចនឹងធ្វើឱ្យប្រទេសមួយមានការរីកចម្រើន និងការអភិវឌ្ឍន៍ឆាប់រហ័ស។

ក៏ប៉ុន្តែប្រធានបទនេះ គឺជាប្រធានបទមួយដែលមានលក្ខណៈលំបាកខ្លាំងដោយហេតុថានេះគឺជាប្រធានបទមួយ ដែលថ្មីហើយសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជាយើងក៏ពុំមានឯកសារដើម្បីធ្វើការស្រាវជ្រាវច្រើនទេចំពោះប្រធានបទមួយនេះ។ ប៉ុន្តែទោះបីជាយ៉ាងណាក៏ដោយ យើងខ្ញុំមិនខ្លាច មិនរាថយចំពោះការសរសេរប្រធានបទនេះទេ ព្រោះយើងខ្ញុំបានសម្រេចចិត្តក្នុងការពុះពាររាល់ឧបសគ្គ ខណៈដែលយើងខ្ញុំកំពុងសរសេរនូវប្រធានបទនេះរួចជាស្រេចហើយ។

គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវលើប្រធានបទនេះនឹងបង្ហាញអំពីទិដ្ឋភាពនៃកិច្ចការពារម៉ាក ក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្ម ដើម្បីទទួលបានការការពារម៉ាកនេះ តើមានលក្ខខណ្ឌបែបណាខ្លះដើម្បីចុះបញ្ជីការពារបាន

ហើយក្រោយពីចុះបញ្ជីរួច តើម្ចាស់ម៉ាកនឹងទទួលបានសិទ្ធិអ្វីខ្លះក្នុងការការពារម៉ាករបស់ខ្លួននិងប្រឆាំងទៅនឹងការរំលោភបំពានទាំងឡាយ ដែលកើតឡើយមកលើម៉ាករបស់ខ្លួន។

យើងខ្ញុំសង្ឃឹមថា ស្នាដៃនេះនឹងចូលរួមជាវិភាគទានដល់បុគ្គលគ្រប់រូបសម្រាប់គ្រប់វិស័យជាពិសេសនៅក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្ម ដែលជាកត្តាយ៉ាងសំខាន់ដើម្បីជំរុញផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចជាតិ និងការអភិវឌ្ឍន៍ប្រទេសទាំងមូល។ ម៉្យាងទៀត យើងខ្ញុំពិតជាមានភាពរីករាយនឹងជោគជ័យ ដែលកើតចេញពីការខិតខំប្រឹងប្រែងយ៉ាងលំបាក ភាពអំណត់ និងតស៊ូរបស់ក្រុមយើងខ្ញុំ ក្នុងការចងក្រងសៀវភៅមួយក្បាលនេះ។

ចុងក្រោយនេះ យើងខ្ញុំសូមធ្វើការអភ័យទោសនូវកំហុសពាក្យពេចន៍ អក្ខរាវិរុទ្ធមួយចំនួន និងរាល់ចំណុចខ្វះខាតទាំងឡាយ ដែលអាចកើតមានឡើងដោយចេតនាក្តី ឬអចេតនាក្តី។ យើងខ្ញុំរីករាយទទួលយកការរិះគន់ក្នុងន័យស្ថាបនា ដើម្បីឱ្យសារណានេះកាន់តែមានភាពប្រសើរឡើង។

មាតិកា

ទំព័រ

សេចក្តីផ្តើម ១

ជំពូកទី១

ការការពារម៉ាក ឬពាណិជ្ជសញ្ញា

១.១ លក្ខណៈសម្បត្តិក្នុងការទទួលបានការការពារ ១

១.១.១ និយមន័យ និងម៉ាកដែលអាចទទួលបានការការពារ ១

១.១.១.១ និយមន័យម៉ាក ១

១.១.១.២ ម៉ាកដែលអាចទទួលបានការការពារ ៣

១.១.២ លក្ខខណ្ឌគតិយុត្តនៃម៉ាក ៤

១.១.២.១ ធាតុផ្សំនៃម៉ាក ៤

១.១.២.២ ម៉ាកមិនអាចទទួលបានការការពារ ៥

១.២ នីតិវិធីក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាក ៧

១.២.១ លក្ខខណ្ឌគ្រឹះនៃការចុះបញ្ជី ៧

១.២.១.១ នីត្យានុកូលភាពនៃម៉ាក ៧

១.២.១.២.លក្ខណៈខុសប្លែកគ្នានៃម៉ាក ៨

១.២.១.៣ ភាពទំនេរនៃម៉ាក ៩

១.២.២ លក្ខខណ្ឌទម្រង់នៃការចុះបញ្ជី ៩

១.២.២.១ ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ៩

១.២.២.២ អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាក ១៥

១.៣ ការត្រួតពិនិត្យ និងការសម្រេចលើពាក្យស្នើសុំ ១៥

១.៣.១ ការត្រួតពិនិត្យលើពាក្យស្នើសុំ ១៦

១.៣.១.១ មូលដ្ឋាននៃការត្រួតពិនិត្យ ១៦
១.៣.១.២ ការត្រួតពិនិត្យលើពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ១៦
១.៣.១.៣ ការត្រួតពិនិត្យលើខ្លឹមសារម៉ាក ១៧
១.៣.១.៤ ការសម្រេចលើពាក្យស្នើសុំ ១៨
១.៣.២ យន្តការប្រកាសផ្សាយ និងនីតិវិធីនៃការប្ដឹងជំទាស់ ២០
១.៣.២.១ ភាតព្វកិច្ចក្នុងការប្រកាសផ្សាយ ២០
១.៣.២.២ នីតិវិធីនៃការប្ដឹងជំទាស់ ២០
១.៣.៣ ដំណាក់កាលបន្ថែមនៃបណ្ដឹងទាក់ទងនឹងបញ្ហាម៉ាក ២១
១.៣.៣.១ នីតិវិធីដំណាក់កាលសវនាការ ២១
១.៣.៣.២ នីតិវិធីដំណាក់កាលក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្ដឹងតវ៉ា ២១
១.៣.៣.៣ បណ្ដឹងទៅតុលាការមានសមត្ថកិច្ច ២២

ជំពូកទី២

សិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាក

២.១ សិទ្ធិដែលទទួលបានពីការចុះបញ្ជី ២៣
២.១.១ សិទ្ធិផ្ដាច់មុខ ២៣
២.១.២ សិទ្ធិបេតិកភណ្ឌ ២៤
២.១.២.១ កិច្ចសន្យាអនុប្បទាន ២៥
២.១.២.២ កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ និងកិច្ចសន្យាផ្ដល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្ម ២៧
២.២ ព្រំដែននៃសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ២៩
២.២.១ ការដាក់លក់ក្នុងទីផ្សារកម្ពុជាដោយម្ចាស់ម៉ាក ២៩
២.២.២ ការប្រើប្រាស់ឯកជន ២៩
២.៣ ការផុតរលត់នៃសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ៣០

២.៣.១ មោឃភាពនៃម៉ាក ៣០

២.៣.២ ការលុបចេញពីបញ្ជី ៣០

២.៣.២.១ ការមិនអនុវត្តសិទ្ធិប្រើប្រាស់ ៣១

២.៣.២.២ ការចុះបញ្ជីសារឡើងវិញ ៣២

ជំពូកទី៣

ការរំលោភបំពានម៉ាក វិធានការទប់ស្កាត់ និងដំណោះស្រាយវិវាទ

៣.១ ចរិតលក្ខណៈនៃការរំលោភបំពានសិទ្ធិលើម៉ាក ៣៣

៣.១.១ លក្ខណៈរួមនៃការរំលោភបំពានម៉ាក ៣៣

៣.១.២ ប្រភេទនៃការរំលោភបំពាន ៣៣

៣.១.២.១ ការរំលោភបំពានបឋម (Primary infringement) ៣៣

៣.១.២.២ ការរំលោភបំពានបន្ទាប់បន្សំ ៣៤

៣.១.២.៣ ការរំលោភបំពានលើម៉ាកល្បី ៣៥

៣.១.៣ សញ្ញាណទូទៅនៃការរំលោភបំពាន ៣៦

៣.២ វិធានការទប់ស្កាត់ និងដោះស្រាយ ចំពោះការរំលោភបំពាន ៣៧

៣.២.១ វិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន ៣៧

៣.២.១.១ អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច ៣៨

៣.២.១.២ ពាក្យបណ្តឹង ៣៨

៣.២.១.៣ ចំណាត់ការតាមច្រកព្រំដែន ៣៩

៣.២.១.៤ សិទ្ធិ ភារកិច្ច និងការទទួលខុសត្រូវរបស់ភាគី ៤១

៣.២.២ វិធានការបណ្តោះអាសន្ន ៤៣

៣.២.២.១ គោលបំណងនៃវិធានការបណ្តោះអាសន្ន ៤៣

៣.២.២.២. លក្ខខណ្ឌនៃវិធានការបណ្តោះអាសន្ន ៤៤

៣.២.២.៣ នីតិវិធីបន្ទាប់..........៤៤
៣.២.៣ ការដោះស្រាយវិវាទដោយនាយកដ្ឋានសិទ្ធិកម្មបញ្ញា..........៤៥
៣.២.៣.១ ការិយាល័យដោះស្រាយវិវាទ..........៤៦
៣.២.៣.២ តួនាទី និង នីតិវិធីដោះស្រាយវិវាទ..........៤៧
៣.២.៣.៣ ផលប្រយោជន៍នៃនីតិវិធីការដោះស្រាយវិវាទបឋមក្រៅប្រព័ន្ធតុលាការ..........៤៨
៣.២.៤ ទោសប្បញ្ញត្តិ..........៥០
៣.២.៤.១. ទោសរដ្ឋប្បវេណី..........៥០
៣.២.៤.២ ទោសព្រហ្មទណ្ឌ..........៥១
សេចក្តីសន្និដ្ឋាន..........៥២
អានុសាសន៍..........៥៤
ឯកសារយោង
ឧបសម្ព័ន្ធ

សេចក្ដីផ្ដើម

សេចក្ដីផ្ដើម

ជាដំណាក់កាលនៃការវិវត្តន៍ទៅលើសម័យកាល គេប្រទះឃើញថាពីមួយសម័យកាលទៅសម័យកាលមួយទៀត មនុស្សបានប្រើប្រាស់នូវធនធាន ដែលមានក្នុងសម័យកាលនោះមកប្រើជាប្រយោជន៍សម្រាប់ជីវភាពរស់នៅនាសម័យនោះ។ មួយផ្នែកនៃការប្រើប្រាស់នោះ មនុស្សបានបង្កើតនូវរបកគំហើញថ្មី ដែលគេហៅថាម៉ាក។ ដំបូងឡើយ មនុស្សប្រើប្រាស់ម៉ាកទៅលើវិស័យបសុសត្វ ឬវិស័យបសុពេទ្យ ដើម្បីសម្គាល់ភាពជាម្ចាស់ បន្ទាប់មកទៀតគេបានប្រើប្រាស់ម៉ាកទាំងនោះសម្រាប់សម្គាល់លើកម្មសិទ្ធិរបស់អ្នកផលិតទំនិញ ដែលពួកគេមានកាតព្វកិច្ចស្មើគ្នាទៅលើការងារទាំងនោះ។ ពោលគឺ មនុស្សបានប្រើប្រាស់ម៉ាកដើម្បីសម្គាល់នូវកម្មសិទ្ធិរបស់ខ្លួនដូចជា កម្មសិទ្ធិករនៃម៉ាក ឬជាម្ចាស់ឧស្សាហកម្ម ឬហត្ថករ។

ជំហានដំបូងនៃការប្រើប្រាស់ម៉ាក ដំបូងឡើយគឺមានគោលបំណងក្នុងការសម្គាល់នូវម្ចាស់នៃទំនិញ ឬផលិតផលដែលផលិតឡើងដោយពួកគេតែប៉ុណ្ណោះ ដោយមិនទាន់មានគំនិតគិតដល់ការប្រកួតប្រជែងគ្នាលើផ្នែកទំនិញនោះទេ។ តែដោយសារការវិវត្តន៍នៃសង្គមបានធ្វើផ្នត់គំនិតរបស់មនុសស្សកាន់តែមានភាពខ្លាំងក្លាយល់ដឹងច្រើន ផ្អែកតាមបទពិសោធន៍សង្គម មានគំនិតច្នៃប្រឌិតខ្ពស់លើម៉ាកសញ្ញារបស់ពួកគេ ជាពិសេសសារសំខាន់នៃម៉ាកសញ្ញាទាំងនោះដែលគេបានប្រើប្រាស់។ ភាពខ្លាំងក្លានៃផ្នត់គំនិតរបស់មនុស្សលើការប្រើប្រាស់ម៉ាកនេះ ទើបមានប្រទេសជាច្រើនបានចូលរួមបង្កើតឱ្យមានលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តណា និងច្បាប់ជាតិរបស់ខ្លួនដើម្បីជាវិធានក្នុងគ្រប់គ្រងទៅលើការប្រើប្រាស់ម៉ាក។ ក្រោយមកទៀត ដោយច្បាប់ ឬលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តទាំងនោះមានការប្រែប្រួលទៅតាមសម័យកាលតម្រូវ ទើបនាំឱ្យមានបរិបទថ្មីនោះគឺ «ការចុះបញ្ជីម៉ាក ដើម្បីទទួលបានការការពារលើម៉ាក នឹងសិទ្ធិជាម្ចាស់នៃម៉ាក និងការពារពីការរំលោភបំពានពីបុគ្គលដែលមិនមែនជាម្ចាស់នៃទំនិញ ឬផលិតផលនោះនៅក្នុងដែនដីរបស់ខ្លួន» ជាដើម។ បុព្វហេតុ ដែលនាំឱ្យម៉ាកមានការវិវត្តន៍ដល់បរិបទនេះដោយសារម៉ាក ដើរតួនាទីកាន់តែសំខាន់ឡើងក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្ម។ យ៉ាងណាមិញ មនុស្សបានចាប់ផ្ដើមគិតពីតម្លៃនៃម៉ាកសម្គាល់ទាក់ទងជាមួយកេរ្ដិ៍ឈ្មោះ កិត្តិយសដ៏ល្បីល្បាញ ដែលបានដឹងតាមម៉ាកសម្គាល់ និងដឹងពីប្រភពពិតប្រាកដនៃទំនញទាំងនោះ ហេតុដូច្នេះហើយគេចាប់ផ្ដើមចុះបញ្ជីទទួលស្គាល់ជាផ្លូវការទៅលើម៉ាក និងពាណិជ្ជនាម ដើម្បីការពារតម្លៃនៃកេរ្ដិ៍ឈ្មោះ កិត្តិយសរបស់ម្ចាស់កម្មសិទ្ធិដែលទាក់ទងដល់សេដ្ឋកិច្ចពាណិជ្ជកម្មជាតិរបស់ពួកគេ។

ទន្ទឹមគ្នានេះ ម៉ាកត្រូវបានបែងចែកជាច្រើនប្រភេទ ហើយគោលបំណងនៃការបែងចែកនេះគឺដើម្បីកំណត់ឱ្យនូវថា ម៉ាកណាដែលអាចចុះបញ្ជីបាន និងម៉ាកណាខ្លះដែលមិនអាចចុះបញ្ជីបាន។ ពោល ប្រសិនបើម្ចាស់ម៉ាកមានគោលបំណងក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ខ្លួន នោះម្ចាស់ត្រូវមានភាពច្បាស់លាស់លើម៉ាកខ្លួន ហើយពិសេសនោះគឺត្រូវបំពេញឱ្យគ្រប់ទៅតាមលក្ខខណ្ឌដែលច្បាប់តម្រូវ។ ដូច្នេះ គេអាចលើកជាទស្សនៈក្នុងការចោទសួរបានថា៖

តើនីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីការពារត្រូវប្រព្រឹត្តទៅយ៉ាងដូចម្តេច ដើម្បីប្រាកដថាម៉ាកមួយអាចទទួលបាននូវកិច្ចការពារម៉ាក?

តើម្ចាស់ម៉ាក ដែលទទួលស្គាលដោយច្បាប់ នឹងទទួលបានសិទ្ធិអ្វី?

តើម្ចាស់ម៉ាកអាចចាត់វិធានការអ្វីខ្លះចំពោះការរំលោភបំពានម៉ាក?

ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងសំណួរទាំងនេះ យើងនឹងធ្វើការសិក្សាស្វែងយល់ ដោយផ្តោតសំខាន់ទៅលើ៖

ជំពូកទី១ ៖ ការការពារម៉ាក ឬពាណិជ្ជសញ្ញា

ជំពូកទី២៖ សិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាក

ជំពូកទី៣៖ ការរំលោភបំពានម៉ាក វិធានការទប់ស្កាត់ និងដំណោះស្រាយវិវាទ

ជំពូកទី១

ការការពារម៉ាក ឬពាណិជ្ជសញ្ញា

ជំពូកទី១

ការការពារម៉ាក ឬពាណិជ្ជសញ្ញា

ពាណិជ្ជកម្មគឺជាវិស័យ ដែលកំពុងមានការរីកចម្រើនយ៉ាងឆាប់រហ័ស ក្នុងទីផ្សារប្រកួតប្រជែង។ ម៉ាកបានចូលរួមចំណែកយ៉ាងមានសក្តានុពលក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្ម ដែលបានបើកឱកាសឱ្យមានការប្រកួតប្រជែងគ្នាទាំងផ្នែកទំនិញ ផលិតផល ឬសេវា រវាងពាណិជ្ជករ និងពាណិជ្ជករ រវាងសហគ្រាស និងសហគ្រាស។ ម៉ាកត្រូវស្ថិតក្រោមការគ្រប់គ្រងដោយច្បាប់ជាតិ និងលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តអន្តរជាតិ ដើម្បីទទួលបានការការពារលើការរំលោភបំពានលើម៉ាកនេះ។ ច្បាប់បានពន្លិចនូវគោលការណ៍ក្នុងការផ្តល់ចំពោះម្ចាស់ម៉ាកនូវកម្មសិទ្ធិ តាមរយៈការចុះបញ្ជីម៉ាក។[1] ជំពូកនេះនឹងធ្វើការបកស្រាយដោយផ្តោតសំខាន់លើកិច្ចការពារម៉ាក ក៏ប៉ុន្តែ ដើម្បីការសិក្សាលើកិច្ចការពារម៉ាកឱ្យមានភាពច្បាស់លាស់ ការបកស្រាយខាងក្រោមនេះនឹងបង្ហាញអំពីចំណុចមួយចំនួនទាក់ទងនឹងម៉ាកជាមុនសិន រួមមាននិយមន័យ និងប្រភេទនៃម៉ាក។

១.១ លក្ខណៈសម្បត្តិក្នុងការទទួលបានការការពារ

ម៉ាកត្រូវបានកំណត់ ក្នុងប្រភេទច្បាប់ផ្សេងគ្នា ដូចជាច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ កិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ១៩៩៤ ជាដើម ដោយវាប្រៀបដូចនឹងមូលដ្ឋានគ្រឹះម៉ាក។ ហើយវាក៏បាននឹងបង្ហាញពីលក្ខខណ្ឌ ដើម្បីទទួលបានការការពារ និងម៉ាកដែលត្រូវបានហាមឃាត់ ជាដើម។

១.១.១ និយមន័យ និងម៉ាកដែលអាចទទួលបានការការពារ

១.១.១.១ និយមន័យម៉ាក

យោងតាមច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ម៉ាកគឺជាសញ្ញាដែលមើលឃើញ និងអាចសំគាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវានៃសហគ្រាសនីមួយៗ។[2] ម៉ាកដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់ទំនិញហៅថាពាណិជ្ជសញ្ញា (Trademark) ហើយម៉ាកដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់សេវាហៅថាសេវាសញ្ញា (Service mark)។

---

[1] មាត្រា ១៥ (១) នៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ១៩៩៤។ មាត្រា ៣ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[2] មាត្រា ២ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

ផ្ទុយទៅវិញ បើពិនិត្យទៅលើកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ១៩៩៤ បានកំណត់ថាសញ្ញាណាមួយ ឬបង្គុំណាមួយ ដែលអាចញែកដាច់ពីគ្នានូវទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសមួយ ពីទំនិញ សេវារបស់សហគ្រាសផ្សេងទៀតអាចបង្កើតបានជាម៉ាក។ សញ្ញាទាំងនេះរួមមាន ឈ្មោះបុគ្គល អក្សរ លេខ សមាសធាតុ រូបភាពនិងបង្គុំនៃពណ៌ ព្រមទាំងបង្គុំនៃសញ្ញាទាំងនេះ អាចត្រូវទទួលបានការចុះបញ្ជីម៉ាក។[3]

ក្នុងបរិបទនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ ប្រភេទផលិតផល ឬសេវាជាច្រើន ដែលមានលក្ខណៈស្រដៀងគ្នា ឬជាប្រភេទដូចគ្នាដែលធ្វើឱ្យអតិថិជន ឬអ្នកប្រើប្រាស់ មានភាពពិបាកក្នុងការបែងចែងនូវប្រភេទនៃទំនិញ ឬសេវាទាំងនោះថាតើទំនិញ ឬផលិតផលមួយណាជាប្រភេទទំនិញដើម មួយណាជាប្រភេទក្លែងក្លាយ ឬអាចជាសេវាមួយណាពិត ឬសេវាមួយណាក្លែងក្លាយ ប្រសិនបើប្រភេទទំនិញ ផលិតផល ឬសេវាទាំងនោះមានលក្ខណៈដូចគ្នា ឬស្រដៀងគ្នាបែបនេះ។ ជាមួយគ្នានេះដែរ អតិថិជនគួរយល់ពីប្រភេទទំនិញ ផលិតផល ឬសេវាដែលមានភាពដូចគ្នា គឺសំដៅទៅលើទំនិញ ផលិតផល ឬសេវាដែលស្ថិតនៅក្នុងក្រុម ឬប្រភេទដូចគ្នា ឧទាហរណ៍ដូចជាស្បែកជើង កាបូប ទឹកអប់ សាប៊ូ ទូរស័ព្ទដៃ ឬអាចជាសេវាទូរស័ព្ទ សេវាអប់រំ សេវាថែទាំសុខភាពជាដើម។ ហេតុនេះហើយ ទោះបីជាទំនិញ ផលិតផល ឬសេវាទាំងនោះស្ថិតនៅក្នុងប្រភេទដូចគ្នា ក៏គេនៅតែអាចបែងចែកបានតាមរយៈម៉ាកដូចជា ទូរស័ព្ទដៃម៉ាក Apple ដែលមានសញ្ញារូបផ្លែប៉ោមឆែប ឬម៉ាកទូរស័ព្ទ Samsung ដែលមានសញ្ញាសម្គាល់ជាពាក្យ Samsung ដើម្បីបញ្ជាក់ពីទំនិញជាប្រភេទម៉ាកទូរស័ព្ទបែបនេះ។ ចំណែកសេវាវិញ សេវាអាចមានជាឈ្មោះជាម៉ាកសញ្ញាសម្គាល់ធ្វើឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់អាចធ្វើការបែងចែកបាន ឧទាហរណ៍ដូចជាសេវាកម្មផ្ទេរប្រាក់ Wing ដែលមានអក្សរ Wing ជាម៉ាកសម្គាល់សេវា ឬសេវាកម្មដឹកជញ្ជូន J&T ជាដើម។

ទន្ទឹមនឹងនេះ ម៉ាកធ្វើឱ្យគេអាចដឹងពីគុណភាពនៃទំនិញ ផលិតផល ឬសេវាទាំងនោះបាន។ ឧទាហរណ៍ នៅក្នុងហាងលក់ទូរស័ព្ទមានលក់នូវប្រភេទទូរស័ព្ទ ដែលមានគុណភាពជាច្រើនដូចជា Apple, Samsung, Nokia, Oppo, Sony, Lenovo ជាដើម ដែលជាទូទៅអ្នកប្រើប្រាស់ អាចមានជម្រើសច្រើនក្នុងការជ្រើសរើសប្រភេទម៉ាកទូរស័ព្ទ ដែលខ្លួនពេញចិត្តដោយផ្អែកទៅលើទំនុកចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ លើគុណភាពនៃម៉ាកនោះ និងតម្លៃក្នុងកម្រិតសមរម្យណាមួយ។

[3] មាត្រា ១៥ នៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ១៩៩៤។

ជាគោលការណ៍ម៉ាក គឺជាអត្តសញ្ញាណសម្គាល់ប្រភពផលិត ឬសេវាកម្មមួយ។ ជាពិសេស វាសំដៅទៅដល់លើអ្នកផលិត ដូចជា ក្រុមហ៊ុន សហគ្រាស ឬទីតាំងតំបន់ ដែលបានផលិតនូវទំនិញទាំងនោះ។ ដូច្នេះ ម៉ាកមានសារៈសំខាន់ ដោយដើរតួនាទីនៅក្នុងទំនាក់ទំនងផ្នែកពាណិជ្ជកម្ម។

១.១.១.២ ម៉ាកដែលអាចទទួលបានការការពារ

ម៉ាកត្រូវបានចែកចេញជាពីររួមមាន ពាណិជ្ជសញ្ញា និង សេវាសញ្ញា។[4] ច្បាប់អន្តរជាតិបានបែងចែងម៉ាកជា ៤៥ ចំណាត់ថ្នាក់។[5] ក្នុងនោះចំណាត់ថ្នាក់ទី១ ដល់ថ្នាក់ទី៣៤ ត្រូវបានហៅថា ម៉ាកនៃទំនិញ និង ចំណាត់ថ្នាក់ទី៣៥ ដល់ទី៤៥ ហៅថាសេវាសញ្ញា។[6] ឧទាហរណ៍ទី១៖ ពាណិជ្ជសញ្ញាមាន Coca-Cola, Sting សម្រាប់សម្គាល់ថាជាគ្រឿងភេសជ្ជៈ។ ឧទាហរណ៍ទី២៖ សេវាសញ្ញា មានដូចជា Wing, Truemoney, Smart, Cellcard សម្គាល់ថាជាសេវាកម្ម។

ម៉ាកត្រូវបានកំណត់ឱ្យស្របទៅនឹងទម្រង់បែបបទនៃទំនិញ ឬសេវាទាំងនោះដោយវាអាស្រ័យទៅលើច្បាប់កម្ពុជាដែលមានចែងជាធរមាន។ ក្នុងករណីដែលមានម៉ាកណាមួយ ដែលមានបង្កើតឡើងដោយខុស ឬមិនគោរពទៅតាមបទបញ្ញត្តិនៃច្បាប់ម៉ាក ពោលគឺម៉ាកទាំងនោះមិនត្រូវបានអនុញ្ញាតឱ្យចុះបញ្ជីម៉ាកបាននោះទេ។[7] ដោយហេតុនេះទើបម៉ាកត្រូវបានបង្កើតឡើងជាច្រើនប្រភេទ ដោយគេបានបែងចែកម៉ាកនៃទំនិញ ឬសេវា ជា៖

- ម៉ាកដែលអាចជាលេខ ជាអក្សរ ជាពាក្យ
- ម៉ាកដែលអាចជារូបសញ្ញា និងស្លាកសញ្ញា
- ម៉ាកជាការរួមបញ្ចូលនៃពាក្យ និងលេខ
- ម៉ាកជាការរួមបញ្ចូលនៃអក្សរ និងរូបសញ្ញា
- ម៉ាកជាឈ្មោះ ម៉ាកជាពណ៌
- ម៉ាកជាពណ៌ច្រើនចម្រុះគ្នា
- ម៉ាកជាសញ្ញាដែលមើលឆ្លុះបីជ្រុង
- ម៉ាកជាហត្ថលេខា។

---

[4] មាត្រា ២ (ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[5] World Intellectual Property Organization, *International Classification of Goods and Services* (2001) page. 5-6។

[6] World Intellectual Property Organization, *International Classification of Goods and Services* (2001) page. 5-6។

[7] មាត្រា ៤ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

១.១.២ លក្ខខណ្ឌគតិយុត្តនៃម៉ាក

១.១.២.១ ធាតុផ្សំនៃម៉ាក

រាល់ការទទួលបានសិទ្ធិបានផ្ដាច់មុខចំពោះការប្រើប្រាស់ម៉ាកអាចធ្វើទៅបាន លុះត្រាតែម្ចាស់ម៉ាកនោះបានធ្វើចុះបញ្ជី។ ពោលគឺ សិទ្ធិផ្ដាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាក ត្រូវបានទទួលស្គាល់តាមរយៈការចុះបញ្ជីម៉ាកប៉ុណ្ណោះ ដោយត្រូវបានអនុលោមតាមបទបញ្ញត្តិទាំងឡាយនៃច្បាប់ខាងលើនេះ។[8] ម្យ៉ាងវិញទៀត ធាតុផ្សំសំខាន់ត្រូវមានលក្ខណស្របទៅនឹងច្បាប់ មុនពេលទទួលបានការចុះបញ្ជី។ ក្នុងករណីនេះ ម្ចាស់ម៉ាកមុននឹងដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីក៏គួរពិនិត្យផងដែរ ចំពោះលក្ខណៈសម្បត្តិតម្រូវការសម្រាប់ការចុះបញ្ជីម៉ាក៖[9]

- **ភាពលេចធ្លោនៃម៉ាក៖** ម៉ាកត្រូវតែមានលក្ខណៈលេចធ្លោ ឬអាចញែកដាច់បានចំពោះទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសមួយទៅនឹងទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសមួយទៀត។
- **ភាពមិនផ្ទុយនឹងផលប្រយោជន៍សាធារណៈ សីលធម៌ និងទំនៀមទំលាប់ល្អ៖** ម៉ាកមិនត្រូវមានឥទ្ធិពលប្រកបដោយគ្រោះថ្នាក់ណាមួយដោយសារតែលក្ខណៈ ដែលធ្វើឱ្យភាន់ច្រឡំ ឬការរំលោភលើសណ្ដាប់ធ្នាប់សាធារណៈ សីលធម៌ ឬប្រពៃណី។
- **សញ្ញាដែលមើលឃើញ៖** សញ្ញាមួយអាចត្រូវបានចុះបញ្ជីជាសញ្ញាពាណិជ្ជកម្មលុះត្រាតែសញ្ញានោះអាចមើលឃើញតែប៉ុណ្ណោះ។[10] ហេតុផលដែលនៅពីក្រោយរឿងនេះគឺសាមញ្ញណាស់ គឺម៉ាកសញ្ញាសម្គាល់មួយត្រូវតែចុះបញ្ជីនិងបោះពុម្ពផ្សាយនៅក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការនៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ដើម្បីឱ្យម្ចាស់ម៉ាកបម្រុងផ្សេងទៀតដឹងថាមានម៉ាកសញ្ញាអ្វីខ្លះដែលត្រូវបានចុះបញ្ជី ដើម្បីឱ្យពួកគេអាចចៀសវាងការប្រើប្រាស់ម៉ាកសញ្ញាទាំងនោះដោយមានការរំលោភបំពាន។[11] ដូច្នេះ បើមិនបង្ហាញច្បាស់លាស់ នោះវានឹងពិបាកក្នុងការសម្គាល់ថាតើសញ្ញាអាចស្រដៀងគ្នានឹងសញ្ញាមួយផ្សេងទៀតបាន។
- **ភាពខុសប្លែកពីគ្នា៖** ភាពខុសគ្នា គឺជាធាតុដ៏សំខាន់មួយក្នុងការចុះបញ្ជី ក្នុងករណីដែលវាអាចអនុញ្ញាតឱ្យអតិថិជនសម្គាល់ទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសមួយពីសហគ្រាសផ្សេងទៀត និងជា

---

[8] មាត្រា ៣ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[9] មាត្រា ២ (ក) នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[10] មាត្រា ២ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[11] មាត្រា ៥៥ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

លក្ខខណ្ឌក្នុងការចុះបញ្ជី។ ផ្ទុយទៅវិញ ម៉ាកសញ្ញាទាំងអស់មិនមានលក្ខណៈជាក់លាក់ស្មើគ្នានោះទេ។ ដូច្នេះយើងអាចបែងចែកម៉ាកសញ្ញាទៅជាប្រភេទដូចខាងក្រោម៖

i. ម៉ាកទូទៅ (Generic)៖ ភាពទូទៅនៃម៉ាកសំដៅលើភាព ដែលត្រូវបានស្គាល់ជាផលិតផល ឬសេវាណាមួយជាក់លាក់ ប៉ុន្តែវាមិនអាចយកទៅចុះបញ្ជីម៉ាកពាណិជ្ជកម្មឡើយ។[12] ឧទាហរណ៍ រូបផ្លែឈើជាសញ្ញាសម្គាល់ផលិតផលកសិកម្ម រូបនំប៉័ងសំគាល់ហាងនំប៉័ង និង រូបទូរស័ព្ទសំគាល់ហាងទូរស័ព្ទជាដើម។

ii. ម៉ាកសញ្ញាមានលក្ខណៈពណ៌នា (Descriptive)៖ ម៉ាកសញ្ញាដែលមានលក្ខណៈពិពណ៌នាគឺជាម៉ាកសញ្ញាមួយ ដែលពិពណ៌នាអំពីទំនិញឬសេវាដែលវាបង្ហាញពីគុណភាព ឬលក្ខណៈពិសេសរបស់វា។[13] ជាទូទៅ ម៉ាកនេះមិនអនុញ្ញាតឱ្យចុះបញ្ជីម៉ាកពាណិជ្ជកម្មបាន ដោយសារវាមិនអាចសម្គាល់ភាពខុសគ្នានៃទំនិញ ឬសេវាកម្មរបស់សហគ្រាស មួយពីសហគ្រាសមួយផ្សេងទៀតបានទេ ពីព្រោះវាអាចអនុវត្តបានចំពោះទំនិញទាំងអស់បែបនេះ។

iii. ម៉ាកសញ្ញាបង្កប់លក្ខណៈបង្ហាញ (Suggestive)៖ គឺជាសញ្ញាដែលផ្តល់នូវគន្លឹះនៃគុណភាពឬលក្ខណៈនៃទំនិញឬសេវាកម្ម ប៉ុន្តែវាមិនបានពិពណ៌នាដោយផ្ទាល់អំពីទំនិញទាំងនោះទេ។ ម៉ាកបែបនេះគឺខុសគ្នាពីម៉ាក ដែលមានលក្ខណៈពិពណ៌នា ដោយតម្រូវឱ្យអតិថិជនចាំបាច់ត្រូវប្រើការស្រមើស្រមៃបន្តិច ដើម្បីយល់ពីអ្វីដែលផលិតផលឬសេវាគឺជាអ្វី។ ឧទាហរណ៍៖ PayPalនិងPi Pay បង្ហាញជាប្រព័ន្ធទូទាត់ប្រាក់, Facebook បង្ហាញជាការប្រមូលផ្តុំរូបភាពទម្រង់។

១.១.២.២ ម៉ាកមិនអាចទទួលបានការការពារ

ម៉ាកដែលអាចទទួលបានការការពារដោយច្បាប់បាន លុះត្រាតែម៉ាកទាំងនោះមានលក្ខណៈសម្បត្តិសមស្របតាមច្បាប់ ទើបអាចចុះបញ្ជីបាន។ ចំណុចខាងក្រោមនេះនឹងធ្វើការសិក្សាលើសញ្ញា ដែលមិនអាចទទួលបានការការពារ ពោលគឺវាមានការហាមឃាត់មិនអាចឱ្យចុះបញ្ជីបានតាំងដំបូងមកម្ល៉េះ។

---

[12] World Intellectual Property Organization, *Introduction to trademark law and practice* (1993) page.21។

[13] World Intellectual Property Organization, *Introduction to trademark law and practice* (1993) page.21 &22។

ក. ម៉ាកដែលហាមឃាត់ដោយច្បាប់ជាតិ

ម៉ាកដែលមិនអនុវត្តឱ្យចុះបញ្ជីបាន មានដូចក្រោម៖[14]

- ម៉ាកដែលនាំឱ្យសាធារណជន ឬមជ្ឈដ្ឋានពាណិជ្ជកម្ម ភាន់ច្រឡំ ទាក់ទងដល់សារជាតិ គុណភាព និងលក្ខណៈសម្បត្តិផ្សេងទៀតព្រមទាំងប្រភពភូមិសាស្ត្ររបស់ទំនិញ ។
- សញ្ញាទាំងឡាយណាដែលធ្វើឱ្យអតិថិជនភាន់ច្រឡំ ដោយសារប្រើប្រាស់ពាណិជ្ជសញ្ញា ដែលដូច ឬប្រហាក់ប្រហែលចំពោះទំនិញដូចគ្នា ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នា។
- សញ្ញាទាំងឡាយណាដែលសំអាងដល់ ការចង្អុលបង្ហាញប្រភពភូមិសាស្ត្រ ដែលមិនត្រឹមត្រូវចំពោះ ផលិតផលដោយអះអាងថាមានប្រភពមកពីតំបន់នោះ។
- សញ្ញាទាំងឡាយណាដែលប៉ះពាល់ដល់រូបភាព និងរូបសញ្ញារបស់អាជ្ញាធរសាធារណៈ ឬរបស់ភាគី ណាមួយដែលត្រូវហាមឃាត់។
- សញ្ញាទាំងឡាយដែលប្រើប្រាស់ ដោយរដ្ឋ ស្ថាប័នសាធារណៈ ឬអង្គការអន្តរជាតិ។ល។

ខ. ម៉ាកដែលហាមឃាត់ដោយលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តអន្តរជាតិ

នៅក្នុងអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសស្តីពីកិច្ចការពារកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម ឆ្នាំ១៩៨៣ បានចែងថា៖[15]

(ក) ការបង្កើតឱ្យមានការភាន់ច្រឡំ៖ អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសកំណត់ថា អំពើទាំងឡាយណាដែលបង្កើត ឱ្យមានការភាន់ច្រឡំ តាមមធ្យោបាយណាមួយជាមួយ សហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មជាមួយទំនិញ ឬជាមួយ សកម្មភាពឧស្សាហកម្ម ឬពាណិជ្ជកម្ម នៃដៃគូប្រកួតប្រជែង គឺជាអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។

(ខ) ការអះអាងមិនត្រឹមត្រូវដល់សាធារណជន៖ ការអះអាងមិនត្រឹមត្រូវក្នុងពាណិជ្ជកម្ម ដែលធ្វើឱ្យមាន ការយល់ខុស ឬភាន់ច្រឡំទៅលើសហគ្រាស ទំនិញ ឬសកម្មភាពឧស្សាហកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម ឬសេវាកម្មនៃការ ប្រកួតប្រជែង ឬការអះអាងដែលបានប្រើប្រាស់នៅក្នុងពាណិជ្ជកម្ម ហើយដែលអាចធ្វើឱ្យសាធារណជនមានការ ភាន់ច្រឡំ អំពីប្រភេទដំណើរការផលិត លក្ខណៈភាពសមស្រប គោលបំណងរបស់គេ ឬបរិមាណនៃទំនិញ។[16]

---

[14] មាត្រា ៤ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[15] មាត្រា ១០ នៃអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសស្តីពីកិច្ចព្រមព្រៀងការពារកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម ១៨៨៣។

[16] មាត្រា ១០ (៣.៣) នៃអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសស្តីពីកិច្ចព្រមព្រៀងការពារកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម ១៨៨៣។

១.២ នីតិវិធីក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាក

ម៉ាកមួយអាចទទួលបាននូវកិច្ចការពារស្របច្បាប់បាន លុះត្រាតែម៉ាកទាំងនោះត្រូវបានចុះបញ្ជីនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។[17] នៅក្នុងអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសស្ដីពីកិច្ចការពារកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម ១៨៨៣ អ្នកដែលបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីមុនគេ អ្នកនោះនឹងទទួលបានអត្ថិភាពសិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាកមុនគេ។ ម្ចាស់ម៉ាកអាចដាក់ពាក្យសុំចុះបញ្ជីម៉ាកនៅនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា នៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ដោយតម្រូវឱ្យបំពេញលក្ខខណ្ឌទាំងឡាយតាមច្បាប់កំណត់។ ដោយលក្ខខណ្ឌតម្រូវទាំងនោះ រួមមាន លក្ខខណ្ឌគ្រឹះ និងលក្ខខណ្ឌទម្រង់។[18]

១.២.១ លក្ខខណ្ឌគ្រឹះនៃការចុះបញ្ជី

មុននឹងម្ចាស់ម៉ាកធ្វើការដាក់ស្នើសុំចុះបញ្ជីការពារម៉ាករបស់ខ្លួន គេត្រូវពិនិត្យឱ្យបានគ្រប់លក្ខណៈសម្បត្តិនៃម៉ាករបស់ខ្លួនជាមុនសិន ថាម៉ាកនោះនឹងចុះបញ្ជីការពារនេះមានលក្ខណៈសមស្របហើយឬនៅ។ ម៉ាកទាំងនោះមិនមានលក្ខណៈផ្ទុយនឹងប្រយោជន៍សង្គមសាធារណៈ សីលធម៌ និងប្រពៃណីទំនៀមទំលាប់ល្អ ឬគ្មានរូបភាពណាមួយដែលបង្ហាញពីលក្ខណៈផ្ទុយនឹងបទប្បញ្ញត្តិ ដែលបានចែងក្នុងច្បាប់ម៉ាកស្ដីពីម៉ាកដែលមិនអាចចុះបញ្ជីបាន»។[19] ម៉ាកមួយអាចទទួលបានចុះបញ្ជីការពារម៉ាកបានឬទេ នោះវាអាស្រ័យទៅលើមន្ត្រីត្រួតពិនិត្យការចុះបញ្ជីម៉ាក ដែលមានសមត្ថកិច្ចត្រូវត្រួតពិនិត្យ ដោយឈរលើលក្ខខណ្ឌទាំងបីរួមមាន លក្ខខណ្ឌនីត្យានុកូលភាពនៃម៉ាក លក្ខណៈខុសប្លែកគ្នានៃម៉ាក និងភាពទំនេរនៃម៉ាក។

១.២.១.១ នីត្យានុកូលភាពនៃម៉ាក

ធាតុនីត្យានុកូលភាពនៃម៉ាក គឺសំដៅលើបញ្ញត្តិទាំងឡាយដែលបានកំណត់លើភាពដែលអាចចុះបញ្ជីការពារម៉ាកបាន និងភាពដែលហាមឃាត់មិនអាចចុះបញ្ជីបាន។ ពោលគឺ ម៉ាកមួយចំនួន វាត្រូវបានហាមឃាត់ដោយអនុលោមតាមបទបញ្ញត្តិដែលមានចែងជាធរមានក្នុងច្បាប់ ដូចដែលមានក្នុងច្បាប់ម៉ាក គឺបានបញ្ញត្តិថាមានតែម៉ាកដែលអាចមើលឃើញប៉ុណ្ណោះ ទើបអាចចុះបញ្ជីក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។[20]

ស្របតាមទិដ្ឋភាពម៉ាកក្នុងច្បាប់អន្តរជាតិ ម៉ាកអាចជាម៉ាកមើលឃើញនិងម៉ាកដែលមើលមិនឃើញ។ ម៉ាកដែលមិនអាចមើលឃើញនោះមានដូចជា ម៉ាកជាក្លិន សម្លេង ឬរសជាតិ ជាដើម ម៉ាកទាំងនោះមានម៉ាកខ្លះក៏

---

[17] មាត្រា ៣ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[18] មាត្រា ៥ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[19] មាត្រា ៤ (ខ) នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[20] មាត្រា ២ (ក) នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

ត្រូវបានហាមឃាត់មក្នុងការចុះបញ្ជីការពារ រីឯម៉ាកមួយចំនួនទៀតគឺស្ថិតនៅក្នុងដំណាក់ការសិក្សានូវឡើយ។ ក្នុងច្បាប់អន្តរជាតិ អនុសញ្ញាមួយចំនួនបានចែងអំពីលក្ខខណ្ឌហាមឃាត់មួយចំនួន ក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាកដូចជា៖ អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសស្តីពីកិច្ចការពារកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម ឆ្នាំ១៨៨៣ កិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ឆ្នាំ១៩៩៤ និង កិច្ចព្រមព្រៀងអន្តរជាតិផ្សេងទៀត ដូចជាអនុសញ្ញាទីក្រុងស្សឺណែវ ឆ្នាំ១៩០៦ ដែលបានបញ្ញត្តិអំពីការហាមឃាត់ការចុះបញ្ជីម៉ាក។

១.២.១.២.លក្ខណៈខុសប្លែកគ្នានៃម៉ាក

ចំពោះម៉ាកទំនិញ ឬសេវារបស់ក្រុមហ៊ុនមួយ គឺមិនត្រូវមានលក្ខណៈដូច ឬស្រដៀងដែលធ្វើឱ្យមានការភាន់ច្រឡំទៅម៉ាកទំនិញ ឬសេវារបស់ក្រុមហ៊ុនមួយផ្សេងទៀតឡើយ។ រាល់ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកដែលមានលក្ខណៈដូចបានរៀបរាប់ខាងលើ អាចត្រូវបានបដិសេធដោយមិនអនុញ្ញាតឱ្យចុះបញ្ជីក្នុងប្រទេសកម្ពុជាដោយមន្ត្រីចុះបញ្ជី។[21]

ម៉ាកមួយនឹងត្រូវទទួលបានការពារលើទឹកដីនៃប្រទេសមួយបាន លុះត្រាតែម៉ាកនោះត្រូវបានចុះបញ្ជីស្របច្បាប់។ ការការពារលើម៉ាកនោះត្រូវបានយកមកអនុវត្តនៅលើដែនដីកម្ពុជា ពោលគឺសិទ្ធិផ្តាច់មុខលើម៉ាកត្រូវទទួលបានតាមរយៈការចុះបញ្ជីនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ ប៉ុន្តែចំពោះការប្រកាន់យកប្រព័ន្ធនៃការប្រើប្រាស់ម៉ាកមិនត្រូវបានលើកជាបញ្ហាចោទនោះទេ ក្នុងទិសដៅដើម្បីធ្វើជាលក្ខខណ្ឌក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាកមួយឡើយ។[22]

ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីមុនគេនៅកម្ពុជានឹងទទួលបាននូវកិច្ចការពារមុនគេ ពោលគឺម៉ាកដែលបានដាក់ពាក្យសុំចុះបញ្ជីក្រោយ ដែលបង្កាប់លក្ខណៈដូច ឬស្រដៀងទៅនឹងម៉ាកដែលចុះបញ្ជីរួច នោះនឹងមិនត្រូវអនុញ្ញាតឱ្យចុះបញ្ជីឡើយ។[23] គោលការណ៍នេះបានឱ្យគេស្គាល់ថាជា «គោលការណ៍ចុះបញ្ជីមុនគេ» ប៉ុន្តែគោលការណ៍នេះមិនត្រូវយកមកអនុវត្តចំពោះម៉ាកល្បីឡើយ។

---

[21] មាត្រា ៤ (ង) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[22] មាត្រា ១០ នៃអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកពាណិជ្ជនាមនិងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០៦។

[23] មាត្រា ៤ (ឆ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

១.២.១.៣ ភាពទំនេរនៃម៉ាក

សញ្ញាដែលអាចប្រើប្រាស់ និងចុះបញ្ជីជាម៉ាកបាន លុះត្រាតែសញ្ញានោះ គោរពលក្ខខណ្ឌនៃការចុះបញ្ជី និងជាសញ្ញាដែលនៅទំនេរ ពោលគឺសញ្ញានោះពុំមែនជាកម្មសិទ្ធិរបស់តតិយជនណាឡើយ។ ក្នុងន័យនេះ សញ្ញាដែលចុះបញ្ជីជាម៉ាកបានត្រូវមានភាពថ្មីនៃម៉ាកទាំងនោះ។

ដើម្បីឱ្យដឹងថាម៉ាកមួយជាកម្មសិទ្ធិរបស់តតិយជន អ្នកដាក់ពាក្យសុំអាចធ្វើការស្រាវជ្រាវ លើភាពទំនេរនៃម៉ាកនោះ និងសុំយោបល់ពីមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។[24] បន្ទាប់ពីបានទទួលនូវពាក្យស្នើសុំបញ្ជាក់ពីម៉ាកហើយ នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានឹងចេញលិខិតបញ្ជាក់បានថា ម៉ាកដែលបានដាក់ពាក្យស្នើសុំជាម៉ាកដែលនៅទំនេរ ឬដែលជាកម្មសិទ្ធិរបស់តតិយជន។

១.២.២ លក្ខខណ្ឌទម្រង់នៃការចុះបញ្ជី

ក្រៅពីលក្ខខណ្ឌគ្រឹះនៃម៉ាក ម្ចាស់ម៉ាកត្រូវបំពេញបែបបទក្នុងការដាក់ពាក្យ សុំចុះបញ្ជីម៉ាកដែលត្រូវបានកំណត់ដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ ការបំពេញទម្រង់នៃពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវបានកំណត់លម្អិតនៅក្នុងអនុក្រឹត្យលេខ៦៤ ស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ម៉ាក។

ដើម្បីទទួលបានការការពារលើម៉ាក ម្ចាស់ម៉ាកត្រូវដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ដោយមានភ្ជាប់ជាមួយនូវរាល់សំណុំឯកសារចាំបាច់មួយចំនួន ទៅអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចដែលជាមន្ត្រីមានតួនាទីធ្វើការពិនិត្យ និងសម្រេចថាតើគួរផ្តល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខដល់អ្នកស្នើសុំនោះដែរឬយ៉ាងណា។

១.២.២.១ ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី

ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ បានកំណត់ប្រភេទម៉ាកដែលមិនអនុញ្ញាតឱ្យចុះបញ្ជីបានទេ។[25] ម៉ាកអាចចុះបញ្ជីបាន លុះត្រាតែម្ចាស់ម៉ាក ឬអ្នកតំណាងស្របច្បាប់របស់ម្ចាស់ម៉ាក បានធ្វើការដាក់ពាក្យសុំចុះបញ្ជីការពារម៉ាក ហើយម្ចាស់ម៉ាក ឬអ្នកតំណាង ត្រូវធ្វើតាមរយៈគំរូពាក្យស្នើសុំដូចដែលមានចែងក្នុងប្រកាសរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ដោយក្នុងពាក្យនោះត្រូវចុះហត្ថលេខាដោយម្ចាស់ម៉ាក ឬអ្នកតំណាងស្របច្បាប់។ ពាក្យស្នើសុំមួយអាចស្នើសុំចំពោះទំនិញ ឬសេវាក្នុងចំណាត់ថ្នាក់តែមួយ ឬច្រើន ស្របតាមចំណាត់ថ្នាក់អន្តរជាតិ។

---

[24] មាត្រា ៣០ នៃអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកពាណិជ្ជនាមនិងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០៦។

[25] មាត្រា ៤ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

នីតិវិធីក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំត្រូវមានឯកសារចាំបាច់មួយចំនួន ដូចជាការបញ្ជាក់លើ (ក) បុគ្គល ឬបុគ្គលតំណាងស្របច្បាប់ ដែលមានសិទ្ធិដាក់ពាក្យស្នើសុំ និង (ខ) ឯកសារចាំបាច់ និងអាជ្ញាធរ ដែលមានសមត្ថកិច្ចក្នុងការទទួលពាក្យស្នើសុំ និងសម្រេចពីការចុះបញ្ជីនេះ។

ក អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ

ក.១ គ្រប់បុគ្គលទាំងអស់អាចដាក់ពាក្យស្នើសុំ

ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ បានកំណត់ពីនិយមន័យនៃម៉ាកថា ជាសញ្ញាសម្គាល់នូវលក្ខណៈខុសប្លែកគ្នានៃទំនិញ ឬសេវារបស់សហគ្រាសនីមួយៗ ប៉ុន្តែការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកពុំបានរក្សាសិទ្ធិសម្រាប់តែសហគ្រាស ឬតែជានីតិបុគ្គលនោះឡើយ។ ដោយពុំបានកំណត់ការរឹតត្បិតណាមួយដល់គុណភាពនៃអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ នៅក្រោមទម្រង់ជាវិធាន ដោយឡែកនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកនេះ យើងអាចបកស្រាយបានថាច្បាប់ស្តីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ បើកសិទ្ធិទូលាយក្នុងការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកឱ្យដល់គ្រប់បុគ្គលដែលមានគុណសម្បត្តិធ្វើជាម្ចាស់សិទ្ធិ តាមបញ្ញត្តិនៃវិធានរួម។ ទោះបីជារូបវន្តបុគ្គល ឬជានីតិបុគ្គលសុទ្ធសឹងតែអាចដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកបានទាំងអស់ លើកលែងជនបរទេស ដែលពុំអាចមានសិទ្ធិទទួលបានការការពាពីច្បាប់ជាតិប៉ុណ្ណោះ។

ក.២ ស្ថានភាពនៃជនបរទេសជាអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ

ជាគោលការណ៍ ជនបរទេសទាំងឡាយពុំអាចទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ ដែលផ្តល់ឱ្យដោយច្បាប់ជាតិខ្មែរនោះឡើយ។ ប៉ុន្តែអាចមានលក្ខខណ្ឌពីរយ៉ាង ដែលនឹងនាំឱ្យជនបរទេសអាចដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកដើម្បីទទួលបានការពារពីច្បាប់ម៉ាករបស់ប្រទេសមួយៈ[26]

ទី១ ជនបរទេសនោះ ទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍អាចចុះបញ្ជីម៉ាកបាន ក៏ដោយសារតែការអនុវត្តសន្ធិសញ្ញាអន្តរជាតិដែលប្រទេសអ្នកទទួលចុះបញ្ជីនោះ ជាហត្ថលេខី (ដូចជាកម្ពុជា ជាភាគីនៃអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសឆ្នាំ១៨៨៣)។ តាមរយៈសន្ធិសញ្ញានេះ កម្ពុជាត្រូវទទួលចុះបញ្ជីឱ្យដល់ជនបរទេសទាំងឡាយដែលជាជនជាតិប្រទេសសមាជិករបស់សន្ធិសញ្ញានេះ។ ជនបរទេសអាចទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍នៃរយៈពេលសិទ្ធិអាទិភាព ក្នុងអំឡុង ៦ខែ ដូចមានចែងអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស។

[26] មាត្រា ៦ (ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

ទី២ ជនបរទេសអាចសំអាងលើសិទ្ធិ ដែលខ្លួនទទួលបានពីការចុះបញ្ជីម៉ាក ក្នុងប្រទេសនៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីការយល់ព្រមចុះបញ្ជីឱ្យគ្នាទៅវិញទៅមកជាមួយប្រទេសអ្នកទទួលចុះបញ្ជីនោះ។

ប៉ុន្តែបន្ថែមពីលើនេះ ជនបរទេស ដែលពុំមានលំនៅអចិន្ត្រៃយ៍ ឬទីតាំងធ្វើអាជីវកម្មនៅកម្ពុជាត្រូវតែជ្រើសរើសជាចាំបាច់នូវយន្តការនៃអ្នកតំណាងសិទ្ធិក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក។

ក.៣ អ្នកតំណាងសិទ្ធិក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំ

ការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកអាចធ្វើដោយម្ចាស់ម៉ាកផ្ទាល់ក៏បាន ឬមួយអាចដាក់ពាក្យស្នើសុំតាមរយៈភ្នាក់ងារតំណាងក៏បាន។ យន្តការនៃអ្នកតំណាងក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកនេះ ត្រូវបែងចែកជាពីរករណីផ្សេងពីគ្នា ពោលគឺករណីនៃអ្នកស្នើសុំដែលមានសិទ្ធិដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកគ្រប់គ្រាន់ ប៉ុន្តែពុំអាចទៅអនុវត្តការចុះបញ្ជីនេះដោយផ្ទាល់ និងករណីនៃអ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីពុំមានគុណសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាក។

ក្នុងករណីទី១ យន្តការនៃអ្នកតំណាង គឺគ្រាន់តែជាជម្រើសរបស់ម្ចាស់ម៉ាកដែលជាអ្នកមានបំណងចុះបញ្ជីសម្គាល់ម៉ាកណាមួយជាម៉ាកខ្លួន អាចធ្វើការផ្ទេរសិទ្ធិក្នុងការចុះបញ្ជីនេះដល់បុគ្គលដទៃទៀត។ ពួកគេត្រូវតែជាបុគ្គលដែលមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ ដើម្បីធ្វើការចុះបញ្ជីក្នុងនាម និងផលប្រយោជន៍របស់ខ្លួន។

ផ្ទុយទៅវិញ ក្នុងករណីទី២ អ្នកតំណាងមានកាតព្វកិច្ចត្រូវធ្វើជំនួសម្ចាស់ម៉ាក កាលបើអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីឬម្ចាស់ម៉ាកនោះ ជាបុគ្គលដែលពុំមានទីលំនៅ ឬទីតាំងធ្វើសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មណាមួយនៅកម្ពុជា។ ក្នុងករណី ដែលលំនៅអចិន្ត្រៃយ៍ ឬទីតាំងអាជីវកម្មសំខាន់របស់អ្នកស្នើសុំស្ថិតនៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា អ្នកស្នើសុំនោះក៏ត្រូវមានអ្នកតំណាងជាភ្នាក់ងារ ដែលមានទីលំនៅនិង កំពុងប្រកបរបរ នៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។[27] លើកលែងតែមានលក្ខខណ្ឌតម្រូវចំពោះគុណភាពនៃអ្នកតំណាងដោយច្បាប់ស្តីពីម៉ាកនេះ លក្ខខណ្ឌលំនៅ និងកំពុងប្រកបវិជ្ជាជីវៈនៅកម្ពុជា លក្ខខណ្ឌតម្រូវសម្រាប់ភ្នាក់ងារតំណាងសិទ្ធិទូទៅ ដែលមានចែងនៅក្នុងនីតិរួមអាចយកមកអនុវត្តបានក្នុងករណីនៃអ្នកតំណាងសិទ្ធិក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាក។[28] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់បានកំណត់អំពីលក្ខណៈសម្បត្តិ នៃភ្នាក់ងារតំណាង ដល់ប្រកាសរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។[29]

[27] មាត្រា ៥៨ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[28] មាត្រា ៥៨ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[29] មាត្រា ៥៩ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

ក.៤ អ្នកដាក់ពាក្យចុះបញ្ជីលើម៉ាកប្រហាក់ប្រហែល ឬដូចគ្នា

ម៉ាកមួយនឹងអាចត្រូវបានផ្តល់ការការពារដោយការចុះបញ្ជី លើកលែងតែម៉ាកនោះជាម៉ាកល្បី។ តាមការបកស្រាយលើនេះ បើមានអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីលើម៉ាកដែលស្រដៀង ឬដូចគ្នា សម្រាប់ទំនិញ ឬសេវាដែលដូច ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នាក្នុងចំនួនច្រើននាក់ផ្សេងពីគ្នា នោះយើងគប្បីត្រូវផ្តល់អាទិភាពដល់ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានរួសរាន់មកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីមុនគេ។ នេះគឺជាគោលការណ៍នៃអ្នកមកចុះបញ្ជីបានមុនគេ នឹងទទួលការការពារមុនគេ។ ប៉ុន្តែ អត្ថន័យ ដូចដែលបានបកស្រាយខាងលើនេះ ពុំត្រូវបានប្រកាន់ខ្ជាប់ដោយច្បាប់ខ្មែរយើងដោយតឹងរឹងនោះទេ ពិសេសគឺនៅក្នុងដំណាក់កាលការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីស្របពេលគ្នាតែម្តង។

ក្នុងករណី អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំមានចំនួនច្រើន នោះការសម្រេចទទួលការចុះបញ្ជី គឺអាស្រ័យទៅនឹងការបែងចែករវាងសម្មតិកម្មនៃពេលវេលាដែលមកដាក់ពាក្យស្នើសុំនោះ ពោលគឺក្នុងពេលខុសគ្នា ឬក្នុងពេលជាមួយគ្នា។[30] កាលណាបើពួកគេមកធ្វើការដាក់ពាក្យស្នើសុំក្នុងពេលខុសគ្នានោះ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីធ្វើការសម្រេចផ្តល់សិទ្ធិដល់ម្ចាស់ពាក្យស្នើសុំណាមួយអាយឱ្យចុះបញ្ជី និងបដិសេធអ្នកស្នើសុំផ្សេងទៀតដោយអំណាចឆន្ទានុសិទ្ធិរបស់ខ្លួន ឬអាចចាត់ឱ្យមានការសម្រុះសម្រួលគ្នាមួយ រវាងម្ចាស់ពាក្យស្នើសុំទាំងនោះ រួចទើបខ្លួនធ្វើការសម្រេចយល់ព្រម ឬអត់ជាក្រោយ។[31] ប៉ុន្តែសេចក្តីសម្រេចនេះនៅតែអាចជាកម្មវត្ថុនៃការប្តឹងជំទាស់។

ដោយឡែក ការស្នើសុំក្នុងត្រូវបានធ្វើឡើងក្នុងពេលវេលាជាមួយគ្នាវិញ នោះមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីពុំអាចធ្វើការសម្រេចជ្រើសយកអ្នកស្នើសុំរួចណាមួយ ដោយឆន្ទានុសិទ្ធិរបស់ខ្លួនឡើយ ប៉ុន្តែត្រូវចាត់ឱ្យមានកិច្ចពិគ្រោះយោគយល់គ្នាទៅវិញទៅមករវាងអ្នកស្នើសុំទាំងអស់ ដើម្បីជ្រើសរើសយកអ្នកស្នើសុំតែមួយរូបគត់សម្រាប់ការដាក់ពាក្យសុំនេះ។ ទោះជាពុំមានអំណាចសម្រេចក៏គ្មានអត្ថបទច្បាប់ណាមួយហាមឃាត់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ក្នុងការដើរតួនាទីជាអ្នកសម្របសម្រួលនោះដែរ។

---

[30] មាត្រា ៩ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[31] មាត្រា ៩ (ក) នៃ ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២ ចែងថា«កាលណាមានពាក្យបណ្តឹងសុំចុះបញ្ជីច្រើនទាក់ទងនឹងម៉ាកដែលដូច ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នា[...]ហើយបានដាក់ពាក្យស្នើសុំមានពេលវេលាខុសគ្នា មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីបដិសេធការចុះបញ្ជីម៉ាកណាមួយនៃម៉ាកទាំងនោះ រហូតដល់ពេលដែលសិទ្ធិនៃអ្នកស្នើសុំទាំងនោះត្រូវបានកំណត់ដោយអ្នកកាន់កាប់បញ្ជីឬត្រូវបានដោះស្រាយដោយការព្រមព្រៀងគ្នា និងមានការយល់ព្រមពីមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ។ ក្នុងន័យមាត្រានេះមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីពុំត្រូវតែចចុះទទួលស្គាល់សិទ្ធិដាក់ពាក្យស្នើសុំដែលមកដល់មុននោះទេ ប៉ុន្តែគាត់អាចសម្រេចផ្សេង ដោយឆន្ទានុសិទ្ធិរបស់គាត់ដោយផ្ទាល់តែម្តង ឬក៏នៅក្រោយពេលមានការដោះស្រាយក្នុងចំណោមអ្នកស្នើសុំទាំងនេះសិនក៏បាន ។

យន្តការសម្រុះសម្រួលគ្នា ឬការសម្រេចដោយឆន្ទានុសិទ្ធិរបស់មន្ត្រីចុះបញ្ជីខាងលើនេះនឹងពុំអាចត្រូវបានយកមកប្រើប្រាស់ឡើយ បើក្នុងចំណោមអ្នកស្នើសុំមានអ្នកស្នើសុំណាម្នាក់ជាម្ចាស់នៃសិទ្ធិអាទិភាព។

ខ. ឯកសារតម្រូវចាំបាច់ក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំ

ខ.១ ច្បាប់តម្រូវ

សំណុំឯកសារ ដែលចាំបាច់សម្រាប់ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ត្រូវបានបំពេញបន្ថែមដោយអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់នេះ។[32] យោងតាមខ្លឹមសារនៃមាត្រានេះ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកទាំងឡាយត្រូវបំពេញនូវពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីមួយច្បាប់ ផ្តល់ជូនមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនូវគំរូម៉ាក ដែលស្នើសុំចុះបញ្ជី និងបញ្ជាក់ឱ្យច្បាស់លាស់នូវប្រភេទនៃទំនិញ ឬសេវាដែលត្រូវសម្គាល់លើម៉ាកនោះ ក្រោមទម្រង់ជាបញ្ជីមួយផងដែរ។ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំត្រូវបញ្ជាក់ជាមុនអំពីការប្រើប្រាស់ ឬមិនប្រើប្រាស់ចំពោះម៉ាកដែលខ្លួនស្នើសុំចុះបញ្ជីនោះ នៅពេលដាក់ពាក្យស្នើសុំនោះ។[33]

ខ.២ ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក

អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីនឹងទទួលបានគំរូនៃពាក្យស្នើសុំមួយច្បាប់ ដោយឥតគិតថ្លៃ ពីមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនៃអាជ្ញាធរទទួលបន្ទុកចុះបញ្ជីម៉ាកនេះ។ ក្រោយពីទទួលបានពាក្យស្នើសុំ អ្នកស្នើសុំត្រូវបំពេញពាក្យស្នើសុំ និងចុះហត្ថលេខាមុននឹងដាក់ត្រឡប់ទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីវិញ។

ខ.៣ គំរូម៉ាក

អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំត្រូវផ្តល់ជូនមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនូវគំរូម៉ាក ដែលចង់ចុះបញ្ជី។ គំរូម៉ាក ដែលត្រូវផ្តល់នេះត្រូវតែស្របលក្ខខណ្ឌនៃទំហំ សណ្ឋាន សម្លេងអាន ការបកប្រែ និងចំនួនកំណត់។[34] គំរូម៉ាកនេះត្រូវប្រើប្រាស់ជាភស្តុតាង ដើម្បីបញ្ជាក់នូវសិទ្ធិលើម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជីរួច ព្រមទាំងប្រឆាំងនឹងការក្លែងបន្លំទាំងឡាយ។ ដូចនេះ ការបញ្ជាក់ពីលក្ខណៈពិសេសរបស់ម៉ាកដោយអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំនាពេលចុះបញ្ជីនេះ គឺពិតជាមានសារៈសំខាន់ដល់កិច្ចការពារម៉ាកនាពេលអនាគត។

---

[32] មាត្រា ៥ (ក) នៃអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកពាណិជ្ជនាមនិងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០៦។

[33] មាត្រា ១៥ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[34] មាត្រា ១១ និងមាត្រា១២ នៃអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកពាណិជ្ជនាមនិងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០៦។

ខ.៤ ភាសាប្រើប្រាស់ក្នុងឯកសារស្នើសុំចុះបញ្ជី

ភាសាប្រើប្រាស់ក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី និងការបកប្រែ គឺពាក្យស្នើសុំអាចអនុញ្ញាតឱ្យធ្វើជាភាសាខ្មែរ ឬជាភាសាអង់គ្លេសប៉ុណ្ណោះ។[35] ក្នុងករណីនេះ រាល់ឯកសារចាំបាច់ក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកដូចបានបញ្ជាក់ជូនខាងលើ ដែលពុំត្រូវបានធ្វើឡើងជាភាសាខ្មែរ ឬអង់គ្លេសទេ នោះអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំត្រូវធ្វើការបកប្រែជាភាសាណាមួយនៅចំណោមភាសាទាំងពីរ ដូចដែលច្បាប់កំណត់។

ខ.៥ ឯកសារចាំបាច់ផ្សេងទៀត

ក្រៅពីឯកសារតម្រូវ ដូចដែលកំណត់ខាងលើ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំត្រូវភ្ជាប់នូវឯកសារចាំបាច់ផ្សេងទៀត ដូចជា៖ ឯកសារបញ្ជាក់ ឈ្មោះ អត្តសញ្ញាណអ្នកដាក់ពាក្យ អាសយដ្ឋាន សញ្ជាតិ និងវេសនដ្ឋានជាដើម។[36]

- ឈ្មោះ៖ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំអាចជារូបវន្តបុគ្គល ឬនីតិបុគ្គល។ ប្រសិនបើអ្នកស្នើសុំជារូបវន្តបុគ្គល ឈ្មោះរបស់រូបវន្តបុគ្គលនោះត្រូវមានដាក់នាមត្រកូល និងនាមខ្លួន។ រីឯអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីជានីតិបុគ្គល គឺត្រូវបញ្ជាក់ឈ្មោះផ្លូវការរបស់នីតិបុគ្គលនោះ ដូចមានចែងនៅក្នុងលក្ខន្តិកៈរបស់ក្រុមហ៊ុន ដែលបានចុះបញ្ជីនៅក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។
- សញ្ជាតិ៖ សញ្ជាតិត្រូវបញ្ជាក់នូវឈ្មោះរបស់រដ្ឋ ឬប្រទេសដែលបុគ្គលនោះ ជាពលរដ្ឋនៃរដ្ឋ ឬប្រទេសនោះ។ នីតិបុគ្គលត្រូវបញ្ជាក់ឈ្មោះប្រទេស ដែលនីតិបុគ្គលនោះបានបង្កើតឡើងតាមច្បាប់របស់ប្រទេសនោះព្រមទាំងមានការិយាល័យនៃនីតិបុគ្គលនោះ ដែលបានចុះបញ្ជីរួច។

លើសពីនេះទៅទៀត កាលបើអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី និងជាអ្នកដែលត្រូវទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍អំពីសិទ្ធិអាទិភាព ដូចមានចែងក្នុង អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីស ឆ្នាំ១៨៨៣ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំត្រូវបង្ហាញមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនូវប្រកាសស្តីពីអាទិភាព ដែលខ្លួនមានតាមរយៈការស្នើសុំនៅប្រទេសណាមួយដែលជាសមាជិកនៃអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសក្នុងរយៈពេលអាទិភាព ៦ខែ។[37]

---

[35] មាត្រា ៤ នៃអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកពាណិជ្ជនាមនិងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០៦។

[36] មាត្រា ៥ នៃអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកពាណិជ្ជនាមនិងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០៦។

[37] មាត្រា ៤ នៃអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសស្តីពីកិច្ចព្រមព្រៀងការពារកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម ១៨៨៣។

១.២.២.២ អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាក

ក. ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច ដែលត្រូវទទួលបន្ទុកលើកិច្ចការចុះបញ្ជីម៉ាក គឺក្រសួងពាណិជ្ជកម្មដោយមានអ្នកតំណាងជាមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។ ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មមានសិទ្ធិអំណាចក្នុងការកាន់កាប់លើកិច្ចការចុះបញ្ជីម៉ាក ការចុះបញ្ជីសារឡើងវិញ ការបដិសេធមិនចុះបញ្ជី ការលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជី និងការងារផ្សេងៗទៀត ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងនីតិវិធីចុះបញ្ជីម៉ាក ដូចជាការផ្តល់នូវសវនាការជាដើម។[38] ការចុះបញ្ជីម៉ាកនេះត្រូវអនុវត្តដោយនាយកដ្ឋានចំណុះមួយ ដែលមានឈ្មោះថា«នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា»។ ប្រធាននៃនាយកដ្ឋានជាមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីម៉ាក ស្របតាមច្បាប់ និងអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។

ខ. ការទទួលបានពាក្យស្នើសុំ

អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ ដែលមានគ្រប់គ្រាន់នូវឯកសារចាំបាច់ សម្រាប់ការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកនេះរួចរាល់ហើយ ត្រូវបញ្ជូនសំណុំឯកសារចាំបាច់ទាំងនោះ ទៅកាន់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីម៉ាកនៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ដើម្បីធ្វើការពិនិត្យ និងសម្រេចថាទទួលព្រមចុះបញ្ជី ឬបដិសេធ។ ការដាក់ពាក្យស្នើសុំ ដើម្បីឱ្យមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីធ្វើការពិនិត្យ និងសម្រេចនេះ ក៏ត្រូវបង់កម្រៃផងដែរ។ កម្រៃនេះគឺគិតទៅលើថ្លៃពន្ធអាករនៃការការពារម៉ាកដែលម្ចាស់ម៉ាកនឹងត្រូវបង់នាពេលចុះបញ្ជីរួចរាល់។ ក្នុងដំណាក់កាលនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំ អ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីអាចដកពាក្យស្នើសុំរបស់ខ្លួននៅពេលណាក៏បាន។[39] ការដកពាក្យស្នើសុំទៅវិញ ត្រូវធ្វើឡើងតាមរយៈលិខិតជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ និងដោយមានការចុះហត្ថលេខានៃម្ចាស់ម៉ាក ឬអ្នកតំណាងសិទ្ធិ ប៉ុន្តែកម្រៃនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំដែលបានបង់រួចហើយ ពុំត្រូវអនុញ្ញាតសងត្រឡប់ទៅអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំនោះវិញឡើយ។[40]

១.៣ ការត្រួតពិនិត្យ និងការសម្រេចលើពាក្យស្នើសុំ

ដើម្បីអាចធ្វើការសម្រេចសេចក្តីលើពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីនៃសញ្ញាសម្គាល់ណាមួយជាម៉ាក បាន មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវធ្វើការត្រួតពិនិត្យលើពាក្យស្នើសុំនោះ ដោយផ្អែកលើមូលដ្ឋានច្បាប់ជាធរមាន ពោលគឺមិនត្រូវសម្រេចដោយឆន្ទានុសិទ្ធិរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនោះឡើយ។ នៅក្នុងករណីដែលមានមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីសម្រេចធ្វើការចុះបញ្ជីឱ្យ នោះនីតិវិធីនៃការប្រកាសផ្សាយអំពីការយល់ព្រមចុះបញ្ជីនេះ និងការបើកផ្លូវឱ្យមានការប្តឹង

---

[38] មាត្រា ៥៣ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[39] មាត្រា ៧ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[40] មាត្រា ១៥ (២) នៃអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកពាណិជ្ជនាមនិងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០៦។

ជំទាស់នឹងការសម្រេចនេះ នឹងត្រូវបានដាក់ឱ្យដំណើរការ នៅមុនពេលដែលមានការទទួលស្គាល់សុពលភាពនៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីនោះ ដើម្បីជៀសវាងការចុះបញ្ជីដោយបំពានសិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាកណាមួយផ្សេងទៀត។

១.៣.១ ការត្រួតពិនិត្យលើពាក្យស្នើសុំ

១.៣.១.១ មូលដ្ឋាននៃការត្រួតពិនិត្យ

មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី នឹងសម្រេចធ្វើការចុះបញ្ជី ឬសម្រេចបដិសេធការចុះបញ្ជីម៉ាកដល់បណ្តាពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីទាំងឡាយណាដែលស្រប ឬពុំស្របតាមលក្ខខណ្ឌតម្រូវនៅក្នុងច្បាប់និងបទបញ្ញត្តិផ្សេងទៀតស្តីពីម៉ាក។ ការត្រួតពិនិត្យជាកាតព្វកិច្ចរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី តាមរយៈការបង្កើតឱ្យមានមូលដ្ឋានគតិយុត្តនៃការត្រួតពិនិត្យ និងសម្រេចក្នុងកិច្ចការចុះបញ្ជីម៉ាកនេះ។ កិច្ចការពិនិត្យនេះមានលក្ខខណ្ឌពីរ ដែលមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវផ្អែកលើដើម្បីធ្វើការត្រួតពិនិត្យថាពាក្យស្នើសុំនោះឱ្យបានត្រឹមត្រូវ និងអាចទទួលចុះបញ្ជីបាន ឬខុសឆ្គងដែលត្រូវបដិសេធ។[41] ជាដំបូងមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវពិនិត្យមើលលើភាពត្រឹមត្រូវខាងទម្រង់ និងបែបបទនៃសំណុំឯកសារដាក់ពាក្យស្នើសុំ ថាតើមានភាពខ្វះខាតណាមួយកើតឬទេ មុននឹងពិនិត្យទៅលើភាពត្រឹមត្រូវខាងខ្លឹមសារនៃម៉ាកដែលជាកម្មវត្ថុនៃការស្នើសុំចុះបញ្ជីម្តងទៀត។

១.៣.១.២ ការត្រួតពិនិត្យលើពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី

ដំណាក់កាលនៃការពិនិត្យលើពាក្យស្នើសុំ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនឹងត្រួតពិនិត្យទៅលើនីត្យានុកូលភាពនៃម៉ាក ដែលបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ដើម្បីឱ្យដឹងថាតើម៉ាកនោះគោរពទៅតាមលក្ខខណ្ឌដែលច្បាប់បានកំណត់ហើយឬនៅ។ លក្ខខណ្ឌនីត្យានុកូលភាពនៃម៉ាករួមមាន ភាពខុសប្លែកគ្នានៃម៉ាក និងភាពទំនេរនៃម៉ាក។

ក្រៅពីមូលដ្ឋាននៃការត្រួតពិនិត្យ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ត្រូវត្រួតពិនិត្យមើលពាក្យស្នើសុំនោះឱ្យបានត្រឹមត្រូវតាមលក្ខខណ្ឌនៃមាត្រា៩ និងបទប្បញ្ញត្តិដែលទាក់ទង ក្រោយពេលទទួលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី។ ការកំណត់លើការពិនិត្យលក្ខខណ្ឌទម្រង់ ដែលមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវធ្វើការត្រួតពិនិត្យ គឺសំដៅលើបណ្តាលក្ខខណ្ឌតម្រូវខាងរដ្ឋបាល នៃសំណុំលិខិតដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកនេះ។ ក្នុងករណីដែលអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកបានបំពេញបានត្រឹមត្រូវនូវរាល់សំណុំឯកសារចាំបាច់នេះ ហើយមន្ត្រីចុះបញ្ជីសម្រេចទទួលពាក្យស្នើសុំទុក ដើម្បីធ្វើការត្រួតពិនិត្យលើភាពត្រឹមត្រូវខាងខ្លឹមសារម៉ាកនោះបន្តទៀត។ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវផ្តល់នូវពាក្យស្នើសុំ និង

[41] មាត្រា ៨ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, លេខ នស/រកម/០២០២/០០៦, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២

លេខរៀងនៃពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកតាមទម្រង់ ដែលបានកំណត់ក្នុងអនុក្រឹត្យស្តីពីច្បាប់ និងធ្វើសេចក្តីបញ្ជាក់ជាលាយលក្ខណ៍អក្សរស្តីពីការទទួលយកពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកនេះជូនទៅអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំវិញ។[42]

១.៣.១.៣ ការត្រួតពិនិត្យលើខ្លឹមសារម៉ាក

មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីទទួលពាក្យសុំចុះបញ្ជីនីមួយៗ និងពិនិត្យមើលនូវព័ត៌ឱ្យបានត្រឹមត្រូវ និងគ្រប់គ្រាន់ដូចបានបង្ហាញខាងលើ។ បន្ទាប់មក មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីពិនិត្យចំណុចដូចក្រោម៖[43]

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

បន្ទាប់ពីការត្រួតពិនិត្យលើពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីសព្វគ្រប់រួចមក ប្រសិនបើយល់ឃើញថាម៉ាកនោះពិតជាត្រឹមត្រូវតាមទម្រង់ និងបែបបទខាងលើរួចហើយ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីម៉ាកយល់ព្រមចុះបញ្ជីម៉ាកនោះ ហើយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវចុះបញ្ជីម៉ាក និងចេញវិញ្ញាបនបត្រនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកជូនអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី។ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីម៉ាកត្រូវបោះពុម្ពផ្សាយការចុះបញ្ជីម៉ាកនោះ នៅក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។

យ៉ាងណាមិញ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីពុំមានកាតព្វកិច្ចត្រួតពិនិត្យលើភាពស្រដៀង ឬដូចគ្នា នៃម៉ាកដែលកំពុងស្នើសុំចុះបញ្ជី ឬដែលបានចុះបញ្ជី និងដែលទទួលបានការការពាររួចរាល់ហើយនោះទេ។ ក្នុងន័យនេះ គឺច្បាប់ស្តីពីម៉ាក មិនបានបញ្ញត្តិថា ពុំទទួលបានការការពារដល់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច និងបង់ពន្ធរួច ដល់រដ្ឋដើម្បីទទួលបានសិទ្ធិផ្តាច់មុខលើម៉ាកមួយនោះទេ។[44] ប៉ុន្តែ ចំណុចនេះ គឺមានគោលបំណងទុកសិទ្ធិប្តឹងជំទាស់លើការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ដែលមានលក្ខណៈស្រដៀង ឬដូចគ្នានឹងម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយនោះ ថាជា

---

[42] មាត្រា ១៦ នៃអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកពាណិជ្ជនាមនិងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, លេខ៦៤អនក្រ.បក, ១២ កក្កដា ២០០៦។

[43] មាត្រា ៨ (ខ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[44] មាត្រា ៣ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

សិទ្ធិផ្តាច់មុខរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ដែលបានចុះម៉ាករបស់ខ្លួនទៅស្នើសុំចុះបញ្ជី ព្រោះនេះគឺជាការការពារផលប្រយោជន៍ផ្ទាល់របស់ខ្លួន។

ដោយផ្អែកលើមូលដ្ឋានត្រួតពិនិត្យខាងលើ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនឹងត្រូវធ្វើការសម្រេចសេចក្តីថាត្រូវបដិសេធការចុះបញ្ជី ឬពិតជាអាចចុះបញ្ជីបានដល់ម៉ាកដែលបានស្នើសុំនោះ។

១.៣.១.៤ ការសម្រេចលើពាក្យស្នើសុំ

ក. ការបដិសេធពាក្យស្នើសុំ

មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនឹងបដិសេធការចុះបញ្ជីលើម៉ាកទាំងឡាយណា ដែលអ្នកស្នើសុំពុំអាចបំពេញតាមបាននូវរាល់លក្ខខណ្ឌតម្រូវ។ ក្នុងករណីនេះមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីឱ្យអ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីធ្វើការកែតម្រូវក្នុងរយៈពេល ៤៥ថ្ងៃ បន្ទាប់ពីថ្ងៃជូនដំណឹងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរអំពីការឱ្យកែតម្រូវ ដោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។[45] រយៈពេលនេះអាចនឹងត្រូវពន្យាឱ្យបាន ដោយអំណាចឆន្ទានុសិទ្ធិរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។[46] ការមិនធ្វើការកែតម្រូវកំហុសឆ្គងក្នុងរយៈពេលកំណត់ខាងលើ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីអាចចាត់ទុកថា អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំនោះថាបានបោះបង់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកវិញហើយ។ ការសំណើរសុំជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំអាចស្នើសុំមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីឱ្យមានសវនាការមួយមុននឹងសម្រេចបដិសេធការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីនេះ។[47]

ខ. លទ្ធភាពប្តឹងទាស់នឹងសេចក្តីសម្រេច

សេចក្តីសម្រេចក្នុងការចុះបញ្ជី ឬការបដិសេធចុះបញ្ជី ដែលធ្វើឡើងដោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវបានចាត់ទុកដូចជាសេចក្តីសម្រេចរដ្ឋបាលទូទៅមួយ និងអាចជាកម្មវត្ថុនៃការប្តឹងទាស់បាន។ នេះគឺជាវិវាទ រវាងអ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជី និងអាជ្ញាធរចុះបញ្ជីម៉ាក។

ដូចគ្នាទៅនឹងសេចក្តីសម្រេចរដ្ឋបាលដទៃ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ ដែលមិនពេញចិត្តនឹងការសម្រេចរបស់អាជ្ញាធរចុះបញ្ជី អាចជ្រើសរើសការធ្វើបណ្តឹងរដ្ឋបាលទៅកាន់អ្នកចេញសេចក្តីសម្រេច ឬទៅកាន់អាជ្ញាធរនោះក៏បាន និងការធ្វើបណ្តឹងទៅកាន់តុលាការមានសមត្ថកិច្ច។ ដើម្បីបដិសេធសេចក្តីសម្រេចរដ្ឋបាលនោះចោលតែម្តងក៏បាន។ បណ្តឹងទាស់ខាងរដ្ឋបាលត្រូវដាក់ទៅក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ាចំណុះឱ្យក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

[45] មាត្រា ១០ (ខ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[46] មាត្រា ៥៦ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[47] មាត្រា ១៧ នៃអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកពាណិជ្ជនាមនិងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០៦។

ដើម្បីប្រឆាំងនឹងសេចក្តីសម្រេចបដិសេធមិនចុះបញ្ជីម៉ាករបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។[48] រីឯបណ្តឹងទៅកាន់តុលាការវិញ គឺត្រូវធ្វើឡើងនៅក្នុងរយៈពេល ៣ខែ គិតចាប់ពីថ្ងៃចេញសេចក្តីសម្រេច បើពុំដូច្នេះទេ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំនឹងត្រូវបាត់បង់សិទ្ធិ។[49]

គ. ការយល់ព្រមចុះបញ្ជី

ប្រសិនបើមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីពិនិត្យឃើញថា ពាក្យស្នើសុំបានបំពេញតាមត្រឹមត្រូវតាមលក្ខខណ្ឌតម្រូវនានាដោយច្បាប់ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវធ្វើចុះបញ្ជីម៉ាក និងចេញវិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីជូនអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ ហើយត្រូវធ្វើការចុះផ្សាយនៅក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មស្តីពីការចុះបញ្ជីម៉ាកថ្មី។[50] ចំពោះការយល់ព្រមចុះបញ្ជីនេះ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីក៏មានសិទ្ធិអំណាចក្នុងការសម្រេចយល់ព្រមដោយមានភ្ជាប់លក្ខខណ្ឌឱ្យមានការកែតម្រូវ ការកែសម្រួល ការឈប់ទាមទារសិទ្ធិ ឬការកម្រិតសិទ្ធិណាមួយដែល បើលក្ខខណ្ឌភ្ជាប់នេះពុំត្រូវបានយល់ព្រមឱ្យមានដោយអ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីទេនោះ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីអាចសម្រេចច្រានចោលការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកនោះបាន។ ប៉ុន្តែសិទ្ធិអំណាចក្នុងការយល់ព្រមចុះបញ្ជីម៉ាក ដោយមានលក្ខខណ្ឌនេះ ពុំឃើញមានចែងទទួលស្គាល់ ឬចែងបើកផ្លូវណាមួយ ដោយច្បាប់ស្តីពីម៉ាកសោះឡើយ។ ដូចនេះ វាបានចោទជាសំណួរថាតើការចែងបន្ថែមសិទ្ធិអំណាចណាមួយដោយអនុក្រឹត្យនេះ អាចជាការរំលោភបំពានអំណាចនៃអង្គនីតិបញ្ញត្តិ ដោយអង្គនីតិប្រតិបត្តិដែរឬទេ។

ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក និងអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តហាក់ពុំបានខ្វាយខ្វល់អំពីការបញ្ញត្តិនូវរយៈពេលចងមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ក្នុងការចេញសេចក្តីសម្រេចយល់ព្រម ឬបដិសេធការចុះបញ្ជីទាល់តែសោះ។ ហេតុនេះចំណោទនៃរយៈពេលនៃការចុះបញ្ជីអាចនឹងកើតមាន ហើយចម្លើយរបស់វាគឺប្រហែលជាអាស្រ័យនឹងការអនុវត្តជាក់ស្តែងនិងក៏អាចពុំទៀតទាត់នោះផងដែរ។

---

[48] មាត្រា ១៨ នៃអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកពាណិជ្ជនាមនិងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០៦។

[49] មាត្រា ៦២ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[50] មាត្រា ១០ (ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

១.៣.២ យន្តការប្រកាសផ្សាយ នីតិវិធីការប្ដឹងជំទាស់

១.៣.២.១ ភាតព្វកិច្ចក្នុងការប្រកាសផ្សាយ

ក្រោយពីសម្រេចទទួលព្រមចុះបញ្ជីដល់ម៉ាក ដែលបានស្នើសុំនោះរួចមកក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម (តាមរយៈមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីម៉ាក) មានកាតព្វកិច្ចក្នុងការប្រកាសផ្សាយនូវសេចក្ដីសម្រេចរបស់ខ្លួន អំពីការចុះបញ្ជីម៉ាកទៅក្នុងសៀវភៅព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការរបស់ក្រសួង។[51] នៅក្នុងន័យនេះគឺ «ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មត្រូវបោះពុម្ពនៅក្នុងព្រឹត្តបត្រផ្លូវការនូវគ្រប់ការចុះបញ្ជី ការចុះបញ្ជីសារឡើងវិញ ការបដិសេធ ការលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជី នឹងការងារផ្សេងទៀតដែលកំណត់ដោយអនុក្រឹត្យ»។[52] ការប្រកាសផ្សាយក្រោយការសម្រេចចុះបញ្ជីម៉ាកនេះ ពុំមែនមានន័យថា ម៉ាកនោះត្រូវបានចុះបញ្ជី និងមានសុពលភាពនោះឡើយចាប់ពីថ្ងៃប្រកាសផ្សាយនេះឡើយ។ ប៉ុន្តែការប្រកាសផ្សាយគ្រាន់តែជាផ្នែកមួយនៃនីតិវិធីចុះបញ្ជីប៉ុណ្ណោះ ដូចនេះសម្រេចចុះបញ្ជីឱ្យដោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវតែរង់ចាំបញ្ចប់នីតិវិធីប្រកាសផ្សាយនេះទៀតសិន ទើបអាចចាត់ទុកថាបានចុះបញ្ជីម៉ាកចប់សព្វគ្រប់ត្រឹមត្រូវទៅតាមផ្លូវច្បាប់បាន។

ការប្រកាសផ្សាយជាសាធារណៈនេះមានគោលបំណងសំខាន់ ដោយចង់បើកលទ្ធភាព ឱ្យដល់តតិយជនទាំងឡាយ ដែលមានផលប្រយោជន៍ អាចធ្វើការប្ដឹងប្រឆាំងជំទាស់នឹងការចុះបញ្ជីម៉ាកនោះ នៅចំពោះមុខមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីម៉ាកនាពេលនោះតែម្ដង។ ហើយនេះក៏ជាយន្តការដ៏មានប្រសិទ្ធភាព ក្នុងការផ្ទៀងផ្ទាត់ភាពទំនេរនៃម៉ាកដែលបានការពាររួចដោយម្ចាស់ម៉ាកខ្លួនឯង ប្រឆាំងទល់នឹងការយកទៅចុះបញ្ជីម្ដងទៀត ដោយអ្នកផ្សេងផងដែរ។

១.៣.២.២ នីតិវិធីនៃការប្ដឹងជំទាស់

បណ្ដឹងជំទាស់អាចធ្វើឡើងដោយតតិយជន ដើម្បីប្រឆាំងជំទាស់នឹងការចុះបញ្ជីម៉ាកនោះ។ នីតិវិធីនៃការធ្វើបណ្ដឹងប្រភេទនេះ គឺត្រូវធ្វើឡើងនៅចំពោះមុខមន្ត្រីចុះបញ្ជីពុំមែនធ្វើទៅតុលាការមានសមត្ថកិច្ចទេ។[53] អាជ្ញាយុកាល ៩០ថ្ងៃ បន្ទាប់ពីបានចុះផ្សាយក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការ សម្រាប់បើកលទ្ធភាពដល់បណ្ដឹងជំទាស់នឹងការចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ជនទាំងឡាយណា ដែលមានការពាក់ព័ន្ធផលប្រយោជន៍ក្នុងការចុះបញ្ជីនេះ។[54] ប្រសិនបើផុតរយៈ

---

[51] មាត្រា ៣៧ នៃអនុក្រឹត្យស្ដីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្ដីពីម៉ាកពាណិជ្ជនាមនិងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០៦។

[52] មាត្រា ៥៥ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[53] មាត្រា ១០ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[54] មាត្រា ១០ (គ) នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

ពេល ៩០ថ្ងៃ នេះ ការចុះបញ្ជីម៉ាកនឹងត្រូវបានចាត់ទុកថាមានសុពលភាព ហើយបណ្តឹងជំទាស់ប្រឆាំងនឹងម៉ាកអាចជាបណ្តឹងសុំមោឃភាពម៉ាកនោះចោលតែប៉ុណ្ណោះ។

ក្នុងរយៈពេលកំណត់ ៩០ថ្ងៃ នេះ ប្រសិនបើមានបណ្តឹងជំទាស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវបញ្ជូននូវសេចក្តីជូនដំណឹងពីបណ្តឹងនេះទៅអ្នកសុំចុះបញ្ជី ដើម្បីឱ្យអ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីធ្វើការបញ្ជាក់នូវមូលដ្ឋានបង្អែកនៃការចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ខ្លួន។ អវត្តមាននៃការឆ្លើយតបរបស់អ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីនឹងត្រូវចាត់ទុកថាបានបោះបង់ការចុះបញ្ជីរបស់ខ្លួនចោលទៅវិញ។

១.៣.៣ ដំណាក់កាលបន្ថែមនៃបណ្តឹងទាក់ទងនឹងបញ្ហាម៉ាក

១.៣.៣.១ នីតិវិធីដំណាក់កាលសវនាការ

ក្នុងករណី ប្រសិនបើអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកមិនយល់ស្រប ឬចង់បដិសេធនឹងសេចក្តីសម្រេចរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ម្ចាស់ម៉ាកអាចដាក់ពាក្យស្នើសុំសវនាការមួយ ឬផ្តល់នូវការយល់ឃើញរបស់ខ្លួនជាលាយលក្ខណ៍អក្សរទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ក្នុងរយៈពេល ៦០ថ្ងៃ បន្ទាប់ពីបានទទួលសេចក្តីសម្រេចរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។[55] បន្ទាប់ពីបានទទួលពាក្យបណ្តឹងរបស់អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំបើកសវនាការរួច មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវជូនដំណឹងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរទៅអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកយ៉ាងយូរ ១ខែ មុនកាលបរិច្ឆេទ ដែលអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកចូលក្នុងសវនាការ។

បន្ទាប់ពីមានសវនាការ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនៅតែបដិសេធមិនទទួលចុះបញ្ជី ហើយច្រានចោលពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីនោះទៀត មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវជូនដំណឹងអំពីសេចក្តីបដិសេធរបស់ខ្លួនជាលាយលក្ខណ៍អក្សរទៅអ្នកដាក់ស្នើសុំ។ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំមានសិទ្ធិទាមទារឱ្យមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីបញ្ជាក់ពីមូលហេតុ និងឯកសារដែលពាក់ព័ន្ធដែលមន្ត្រីកានកាប់បញ្ជីសម្រេចមិនព្រមចុះបញ្ជីក្នុងរយៈពេល ១ខែ បន្ទាប់ពីទទួលបានសេចក្តីសម្រេច។

១.៣.៣.២ នីតិវិធីដំណាក់កាលក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ា

ប្រសិនបើមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនៅតែបដិសេធមិនព្រមទទួលចុះបញ្ជី ដែលអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីនៅតែមិនឯកភាពនឹងសេចក្តីសម្រេចរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីមានសិទ្ធិប្តឹងទៅក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ាក្នុងរយៈពេល ៣ខែ គិតចាប់ពីថ្ងៃដែលទទួលបានសេចក្តីសម្រេចរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។ ប្រសិនបើក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ានៅតែបដិសេធការចុះបញ្ជី អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំអាចប្តឹងតវ៉ាលើសេច

[55] មាត្រា ១៧ (២) នៃអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកពាណិជ្ជនាមនិងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០៦។

ក្តីសម្រេចរបស់ក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយវិវាទនោះ ប៉ុន្តែនៅកម្ពុជាយើងមិនទាន់មានក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ានៅឡើយទេ ហើយគេនៅតែទុកសិទ្ធិអាចបន្តប្តឹងទៅតុលាការបន្តទៀត។[56]

១.៣.៣.៣ បណ្តឹងទៅតុលាការមានសមត្ថកិច្ច

ក្រោយពីក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ាបដិសេធមិនព្រមទទួលចុះបញ្ជី ដែលអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីមិនឯកភាព ឬចង់បដិសេធទៅនឹងការសម្រេចសេចក្តីរបស់ក្រុមប្រឹក្សាដោះស្រាយបណ្តឹងតវ៉ានោះ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំអាចប្តឹងទៅតុលាការ ដែលមានសមត្ថកិច្ច ដើម្បីឱ្យតុលាការដោះស្រាយនូវពាក្យបណ្តឹង ក្នុងរយៈ ៣ខែ គិតចាប់ពីថ្ងៃ ដែលចេញសេចក្តីសម្រេចរបស់ក្រុមប្រឹក្សាបណ្តឹងតវ៉ា។

[56] មាត្រា ៦២ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

ជំពូកទី២
សិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាក

ជំពូកទី២
សិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាក

២.១ សិទ្ធិដែលទទួលបានពីការចុះបញ្ជី

តាមរយៈការចុះបញ្ជី ម្ចាស់ម៉ាកទទួលបានសិទ្ធិ និងការពារពីច្បាស់ចំពោះកម្មសិទ្ធិបញ្ញារបស់ខ្លួនលើម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជីនោះ។ នៅក្នុងអំឡុងពេលដែលទទួលបានការការពារលើម៉ាក ម្ចាស់មានអាចប្ដឹងទៅកាន់តុលាការមានសមត្ថកិច្ច រាល់ពេលដែលមានការរំលោភបំពានលើម៉ាក។[57] វិធានការបណ្ដោះអាសន្ន ដែលជួយទប់ស្កាត់ការរំលោភបំពានលើម៉ាក ក៏ស្ថិតក្នុងសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកដែរ។[58]

ស្របតាមកិច្ចព្រមព្រៀងស្ដីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ១៩៩៤ ក្នុងការការពារលើម៉ាករដ្ឋសមាជិកត្រូវកំណត់អំឡុងពេលមិនឱ្យតិចជាង ៧ ឆ្នាំ និងត្រូវតែអនុញ្ញាតឱ្យមានការចុះបញ្ជីសារជាថ្មី។[59] ច្បាប់បានផ្ដល់នូវការការពារចំពោះម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរយៈពេល ១០ ឆ្នាំ និងអនុញ្ញាតឱ្យម្ចាស់ម៉ាកចុះបញ្ជីសារជាថ្មីក្នុងរយៈពេលដប់ឆ្នាំម្ដង ដោយបង់អាករតាមការកំណត់។[60] ក្នុងរយៈពេល ៦ ខែ បន្ទាប់ពីថ្ងៃអស់សុពលភាពនៃការការពារម៉ាក ម្ចាស់សិទ្ធិត្រូវទៅចុះបញ្ជីសារជាថ្មី[61] បើមិនដូច្នេះទេក្រសួងពាណិជ្ជកម្មនឹងលុបម៉ាកនោះចេញពីបញ្ជី[62]។

២.១.១ សិទ្ធិផ្ដាច់មុខ

សិទ្ធិផ្ដាច់មុខរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ត្រូវបានទទួលស្គាល់ដោយច្បាប់ជាតិ[63] និងអន្តរជាតិ[64]។ ម៉ាកដែលត្រូវបានចុះបញ្ជីរួចហើយសម្រាប់ទំនិញ និងសេវា មិនអាចប្រើប្រាស់ដោយបុគ្គលណាម្នាក់ឡើយក្រៅពីម្ចាស់ម៉ាក ឬ

---

[57] មាត្រា១១(ខ) នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[58] ជំពូកទី ៨ និង ទី៩ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[59] មាត្រា ១៨ នៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្ដីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ១៩៩៤។

[60] មាត្រា ១២(ក)(ខ) នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[61] មាត្រា ១២(ឃ) នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[62] ១៤(ក) នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[63] មាត្រា ៣ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[64] មាត្រា ១៦ នៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្ដីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ១៩៩៤។

គ្មានការអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាក។[65] យោងតាមសិទ្ធិផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាក ម្ចាស់សិទ្ធិអាចប្តឹងរាល់បុគ្គលដែលបានប្រើប្រាស់ម៉ាករបស់ខ្លួនដោយគ្មានការអនុញ្ញាត ឬ ការប្រើប្រាស់ម៉ាកប្រហាក់ប្រហែលនឹងម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ និងការប្រើប្រាស់ម៉ាកដែលទាក់ទិនទៅនឹងទំនិញ និងសេវា ដែលប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងទំនិញ ឬសេវានៃម៉ាកដែលចុះបញ្ជីរួចហើយ នៅហើយដែលអាចបណ្តាលឱ្យមានការភាន់ច្រឡំជាសាធារណៈ។[66]

ចំណែកឯ ការការពារម៉ាកល្បីមានពីររូបភាព រួមមាន ការការពារម៉ាកល្បីដែលបានចុះបញ្ជីនៅកម្ពុជា និងការការពារម៉ាកល្បីមិនបានចុះបញ្ជីនៅកម្ពុជា។ ការពារការការការពារម៉ាកល្បីដែលបានចុះបញ្ជីនៅកម្ពុជា មានលក្ខណៈធំទូលាយជាងការការពារម៉ាកធម្មតាដែលបានចុះបញ្ជីនៅកម្ពុជា។ ម៉ាកល្បីដែលបានចុះបញ្ជីនៅកម្ពុជាត្រូវបានការពារលើការប្រើប្រាស់សញ្ញា ដែលប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងម៉ាកល្បី ដែលធ្វើឱ្យមានការភាន់ច្រឡំជាសាធារណៈ ទោះបីជាទំនិញ ឬ សេវា ដែលប្រើប្រាស់ដោយសញ្ញានោះ មិនដូច ឬប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងម៉ាកល្បីក៏ដោយ ក៏ប៉ុន្តែ ទំនិញ ឬ សេវា ដែលប្រើនៃប្រាស់ដោយសញ្ញានោះ តម្រូវឱ្យមានភាពពាក់ព័ន្ធគ្នារវាងនឹងទំនិញ និងសេវាទៅនឹងម្ចាស់ម៉ាកល្បី និងផលប្រយោជន៍របស់ម្ចាស់ម៉ាកល្បីត្រូវបានខូចខាត។[67] ម៉ាកល្បីដែលបានមិនបានចុះបញ្ជីត្រូវបានការពារលើការប្រើប្រាស់នូវសញ្ញាដែលដូច ឬប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងម៉ាកល្បី ដោយគ្មានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាក ប្រសិនបើការសញ្ញានោះប្រើប្រាស់ទាក់ទងទៅនឹងទំនិញ ឬសេវា ឬប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងទំនិញ ឬសេវានៃម៉ាកល្បីនោះ។[68]

ម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធិពេញលេញក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាករបស់ខ្លួន ដែលរួមទាំងការបិទភ្ជាប់ម៉ាកសញ្ញានោះទៅលើផលិតផល ស្រោមសំបកវេចខ្ចប់ និងប្រើប្រាស់នៅក្នុងការឃោសនាពាណិជ្ជកម្មផ្សេងៗ និង រាល់ការផ្តល់សិទ្ធិទៅឱ្យតតិយជន ឬការផ្ទេរផ្សេងៗ ម្ចាស់ម៉ាកអាចធ្វើទៅបានតាមឆន្ទៈរបស់ខ្លួន។[69]

២.១.២ សិទ្ធិបេតិកភណ្ឌ

សិទ្ធិលើម៉ាក ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការកំណត់អត្តសញ្ញាណនៃផលិតផល ហើយវាក៏បង្កើតជាទ្រព្យសកម្មមួយក្នុងបេតិកភណ្ឌរបស់ម្ចាស់សិទ្ធិផងដែរ។ សិទ្ធិលើម៉ាកអាចបង្កើតបានជាតម្លៃសេដ្ឋកិច្ចដល់ម្ចាស់ម៉ាក

---

[65] មាត្រា ១១(ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[66] មាត្រា ១១(ខ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[67] មាត្រា ២៥ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[68] មាត្រា ២៦ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[69] លោកសាស្ត្រាចារ្យ ទេព សុខ, *នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា*. ២០២០, ទំព័រ ៧៤។

ដូចនេះម្ចាស់ម៉ាកអាចប្រើប្រាស់សិទ្ធិនេះ ធ្វើជាកម្មវត្ថុនៃកិច្ចសន្យាជាមួយតតិយជនផ្សេងបាន។ សិទ្ធិបេតិកភណ្ឌរបស់ម្ចាស់ម៉ាក សំដៅលើសិទ្ធិក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មតាមគ្រប់រូបភាព និងសិទ្ធិក្នុងការផលិតឡើងវិញនូវម៉ាករបស់ខ្លួនតាមប្រភេទនៃទំនិញ ឬសេវា ស្របតាមប្រភេទនៃទំនិញ ឬសេវាដែលបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី។[70] ជាក់ស្តែងសិទ្ធិបេតិកភណ្ឌនេះរួមមាន ការធ្វើអនុប្បទានក្នុងការផ្ទេរសិទ្ធិលើម៉ាក និង ការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណសិទ្ធិលើម៉ាក។

២.១.២.១ កិច្ចសន្យាអនុប្បទាន

ការធ្វើអនុប្បទានសិទ្ធិសំដៅលើការប្តូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិលើម៉ាក។[71] ការផ្លាស់ប្តូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិម៉ាកកើតឡើងនៅពេលដែល ភាពជាម្ចាស់កម្មសិទ្ធិម៉ាក ត្រូវបានផ្ទេរពីភាគីមួយ ទៅភាគីមួយផ្សេងទៀត ឬ ម្ចាស់សិទ្ធិចូលរួមជាមួយអង្គភាពផ្សេងទៀត ឬ ម្ចាស់សិទ្ធិលក់ ឬផ្ទេរសិទ្ធិកាន់កាប់ម៉ាករបស់ខ្លួនទៅឱ្យអង្គភាពផ្សេងទៀត។[72] ដូច្នេះ សិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកនឹងត្រូវបានជំនួសដោយតតិយជន ដែលជាដៃគូនៃកិច្ចសន្យាអនុប្បទាននេះ។ ការផ្លាស់ប្តូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិម៉ាក អាចស្ថិតក្រោមជាទម្រង់ពេញលេញ ឬមួយផ្នែក។ ការផ្លាស់ប្តូរកម្មសិទ្ធិម៉ាកពេញលេញគឺ ទាក់ទងគ្រប់ទំនិញ ឬសេវាទាំងឡាយណា ដែលគ្របដណ្តប់ដោយ ពាណិជ្ជសញ្ញានោះ។[73] ការផ្លាស់ប្តូរកម្មសិទ្ធិម៉ាកមួយផ្នែក ទាក់ទងតែទៅនឹងមុខទំនិញ ឬសេវា មួយចំនួនតែប៉ុណ្ណោះ។[74]

ក. លក្ខខណ្ឌនៃការបង្កើត

ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកក៏បានកំណត់ នូវលក្ខខណ្ឌពិសេសនៃសុពលភាព របស់កិច្ចគតិយុត្តមួយនេះផងដែរ។ យើងអាចបែងចែកជាពីរ មានដូចជាលក្ខខណ្ឌជាទម្រង់ និង លក្ខខណ្ឌជាគ្រឹះ។ ក្នុងលក្ខខណ្ឌគ្រឹះទូទៅ កិច្ចសន្យាពាក់ព័ន្ធនឹងម៉ាកគឺតម្រូវឱ្យម៉ាកនោះមានសុពលភាព និងស្ថិតនៅជាធរមាននៅឡើយ។ ការធ្វើអនុប្បទាននូវម៉ាក ដែលមោឃៈ ឬអស់សុពលភាពនៃសិទ្ធិហើយ ត្រូវចាត់ទុកជាមោឃៈ ដោយអវត្តមានកម្មវត្ថុនៃកិច្ចសន្យា។

---

[70] លោកសាស្ត្រាចារ្យ ទេព សុខ, *នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា*. ២០២០, ទំព័រ ៤៥។

[71] មាត្រា ៤៨ និង៥១ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[72] នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, *ការកែសម្រួលម៉ាក*,
http://www.cambodiaip.gov.kh/TemplateTwo.aspx?parentId=34&menuid=205&childMasterMenuId=35

[73] នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, *ការកែសម្រួលម៉ាក*,
http://www.cambodiaip.gov.kh/TemplateTwo.aspx?parentId=34&menuid=205&childMasterMenuId=35

[74] នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, *ការកែសម្រួលម៉ាក*,
http://www.cambodiaip.gov.kh/TemplateTwo.aspx?parentId=34&menuid=205&childMasterMenuId=35

ក្រៅពីនេះ រាល់ការបង្កើតកិច្ចក៏ត្រូវអនុលោមតាមលក្ខខណ្ឌទូទៅនៃកិច្ចសន្យា ដែលបានចែងក្នុងក្រមរដ្ឋប្បវេណី ដូចជា ជំនួបរវាងសំណើ និងស្ទីការ សមត្ថភាពបុគ្គលក្នុងការធ្វើសកម្មភាព វិការៈ និងមោឃៈភាពនៃកិច្ចសន្យាជាដើម។ ម៉្យាងវិញទៀត ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ក៏បានកំណត់មូលហេតុ ដែលនាំឱ្យមានមោឃភាពនៃការប្តូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធនៃម៉ាកនេះដែរ។ ការប្តូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធនៃម៉ាកនឹងត្រូវចាត់ទុកថាមោឃៈ ប្រសិនបើម៉ាកនោះទំនងជាមានលក្ខណៈបោកបញ្ឆោត ឬបណ្តាលឱ្យមានការភាន់ច្រឡំ ដែលពាក់ព័ន្ធទៅនឹងប្រភេទ ប្រភពដើម ដំណើការ ផលិតកម្ម ចរិកលក្ខណៈ ភាពសមស្រប ដើម្បីគោលបំណងនៃទំនិញ ឬសេវា ដែលម៉ាកនោះបម្រុងប្រើប្រាស់ ឬកំពុងប្រើប្រាស់។

លក្ខខណ្ឌជាទម្រង់តម្រូវឱ្យការធ្វើអនុប្បទានសិទ្ធិត្រូវធ្វើជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ និងចុះបញ្ជីនិងចុះផ្សាយក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការនៃក្រសួង និង បង្កើតជាលក្ខខណ្ឌលាយលក្ខណ៍អក្សរតតាំងចំពោះតតិយជន។ សំណើសុំប្តូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធត្រូវធ្វើឡើងតាមគំរូ ក្នុងប្រកាសរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម រួចផ្ញើជូនមកមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីដែលស្ថិតក្នុងការិយាល័យចុះបញ្ជីនៃនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា និងត្រូវទូទាត់កម្រៃ ដូចមានចែងក្នុងប្រកាសអន្តរក្រសួងរបស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និងក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ លក្ខខណ្ឌខាងលើនេះជាលក្ខខណ្ឌពិសេសនៃអនុប្បទានសិទ្ធិចំពោះម៉ាកមួយ ដែលបានបញ្ញត្តិនៅក្នុងច្បាប់ស្តីពីម៉ាក។

ដើម្បីកត់ត្រា ការប្តូរម្ចាស់កម្មសិទ្ធិម៉ាក ម្ចាស់សិទ្ធិត្រូវ[75]៖

- ជូនដំណឹងមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ
- បញ្ជាក់ឱ្យបានច្បាស់ ពីពាណិជ្ជសញ្ញា ដែលត្រូវផ្លាស់ប្តូរ
- ផ្តល់ឯកសារភស្តុតាងបញ្ជាក់ពីភាពជាម្ចាស់សិទ្ធិ
- វាយមុខទំនិញ ឬសេវា ដែលត្រូវផ្ទេរសិទ្ធិ ក្នុងករណីនៃការផ្ទេរសិទ្ធិដោយផ្នែក។

ខ. អានុភាពនៃកិច្ចសន្យា

ការផ្ទេរសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិលើម៉ាកត្រូវមានអនុភាព នៅពេលការចុះបញ្ជីត្រូវបានធ្វើរួចរាល់ជាស្ថាពរប៉ុណ្ណោះ។[76] ការធ្វើអនុប្បទានលើម៉ាកអាចមានអានុភាពបង្កើត ជាសិទ្ធិ និងកាតព្វកិច្ចរវាងភាគី ដូចទៅនឹងកិច្ចសន្យាទិញលក់

---

[75] នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, *ការកែសម្រួលម៉ាក*,

http://www.cambodiaip.gov.kh/TemplateTwo.aspx?parentId=34&menuid=205&childMasterMenuId=35

[76] មាត្រា ៥១ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

ដែរ ប្រសិនបើកិច្ចសន្យានេះធ្វើឡើងតាមរូបភាពនៃការទិញលក់ហើយវាចាប់ផ្ដើមមានអានុភាពចាប់តាំងពីពេលដែលភាគីបានចុះកិច្ចសន្យា។[77] ច្បាប់ និងបទដ្ឋានគតិយុត្តពាក់ព័ន្ធម៉ាកមិនបានកំណត់សិទ្ធិ និងកាតព្វកិច្ចភាគីនោះទេ។ តាមរូបភាពជាក់ស្ដែង អនុប្បទានបង្កើតនូវកាតព្វកិច្ចផ្ទេរនូវសិទ្ធិលើម៉ាករបស់អនុប្បទាយី ទៅឱ្យអនុប្បទានិក។[78] ចំណែកឯ អនុប្បទានិកត្រូវបង់កម្រៃដូចដែលបានព្រមព្រៀងគ្នានៅក្នុងកិច្ចសន្យាអនុប្បទាន ទៅឱ្យអនុប្បទាយីវិញ។ ក្រៅពីនេះ កាតព្វកិច្ច និងសិទ្ធិអាចកើតមាននៅក្នុងកិច្ចសន្យាអនុប្បទាននេះតាមការព្រមព្រៀងរវាងភាគី។

២.១.២.២ កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ និងកិច្ចសន្យាផ្ដល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្ម

ការផ្ដល់អាជ្ញាប័ណ្ណសំដៅលើការព្រមព្រៀង ដែលម្ចាស់ម៉ាកអនុញ្ញាតឱ្យបុគ្គលម្នាក់ ឬច្រើននាក់ប្រើប្រាស់ម៉ាក ដោយយក ឬមិនយកកម្រៃ និងស្របតាមការព្រមព្រៀង រវាងអ្នកផ្ដល់អាជ្ញាប័ណ្ណ និងអ្នកទទួលអាជ្ញាប័ណ្ណ។[79] ចំណែក កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ (License Contract)ជាប្រភេទកិច្ចសន្យាដែលម្ចាស់ម៉ាកដែលចុះបញ្ជីនៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា បានផ្ដល់អាជ្ញាប័ណ្ណ ឬសិទ្ធិប្រើប្រាស់ម៉ាករបស់ខ្លួនទៅឱ្យបុគ្គលណាម្នាក់។[80]

ចំណែកកិច្ចសន្យាផ្ដល់សិទ្ធិអាជីវកម្ម (Franchise Agreement) សំដៅដល់កិច្ចសន្យាមួយ ដែលម្ចាស់អាជីវកម្មបានបង្កើតម៉ូឌែលអាជីវកម្ម អនុញ្ញាតឱ្យបុគ្គលណាម្នាក់ប្រើប្រាស់ម៉ូឌែលអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន ដោយរួមបញ្ចូលទាំងការប្រើប្រាស់ម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជី សម្រាប់ដំណើរការអាជីវកម្មនោះ ដោយយកកម្រៃ ឬមិនយកកម្រៃ និងគោរពតាមលក្ខខណ្ឌដែលបានព្រមព្រៀងគ្នា។[81] នៅក្នុងន័យនេះ ការព្រមព្រៀងនៃកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ និង កិច្ចសន្យាផ្ដល់សិទ្ធិអាជីវកម្ម មិនត្រូវបានកម្រិតសិទ្ធិក្នុងការព្រមព្រៀងនោះទេ ក៏ប៉ុន្តែ ប្រសិនបើកិច្ចសន្យានោះជាកម្មវត្ថុនៃការស្នើសុំកត់ត្រា កិច្ចសន្យាប្រភេទនេះត្រូវលម្អិតលើចំនុចមួយចំនួន។[82]

---

[77] កាន់សុទ្ធប៉ូលីន, *នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា សិទ្ធិអ្នកនិពន្ធ ម៉ាក ប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម*, ទំព័រ១២៥។

[78] សទ្ទានុក្រមផ្នែករដ្ឋប្បវេណី នៃក្រមរដ្ឋប្បវេណី។

[79] មាត្រា ៤(១) នៃប្រកាសស្ដីពីការកត់ត្រាកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណចំពោះម៉ាក និងកិច្ចសន្យាផ្ដល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្ម។

[80] មាត្រា ៤(១)(៥) នៃប្រកាសស្ដីពីការកត់ត្រាកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណចំពោះម៉ាក និងកិច្ចសន្យាផ្ដល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្ម។

[81] មាត្រា ៤(៧) នៃប្រកាសស្ដីពីការកត់ត្រាកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណចំពោះម៉ាក និងកិច្ចសន្យាផ្ដល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្ម។

[82] មាត្រា ៦ ប្រកាសស្ដីពីការកត់ត្រាកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណចំពោះម៉ាក និងកិច្ចសន្យាផ្ដល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្ម។

កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ និងកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្មមិនបានផ្ទេរកម្មសិទ្ធិលើម៉ាកទៅឱ្យអ្នកទទួលសិទ្ធិនោះទេ វាគ្រាន់តែបង្កើតជាការប្រើប្រាស់លើម៉ាក តាមការអនុញ្ញាតរបស់ម្ចាស់សិទ្ធិ និងការព្រមព្រៀងរវាងភាគីទាំងពីរតែប៉ុណ្ណោះ។

ក. លក្ខខណ្ឌនៃការបង្កើត

លក្ខខណ្ឌគ្រឹះនៃកិច្ចសន្យាប្រភេទនេះត្រូវមានលក្ខណៈដូចគ្នាទៅនឹង លក្ខខណ្ឌគ្រឹះនៃកិច្ចសន្យានៃកិច្ចសន្យាអនុប្បទានដែរ។

ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពីនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ មិនបានចែងពីទម្រង់ជាក់លាក់នៃកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណនោះឡើយ ថាអាចត្រូវធ្វើឡើយជាទម្រង់លាយលក្ខណ៍អក្សរ ឬដោយផ្ទាល់មាត់។ ប៉ុន្តែដោយយោងតាម ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពីនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ និងប្រកាសស្តីពីការកត់ត្រាកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណចំពោះម៉ាក និងកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្ម លេខ០៣៦ ព.ណកសប.ប្រក របស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម យើងអាចសន្ទត់បានថាកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណចាំបាច់ត្រូវធ្វើជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ដើម្បីបន្តនីតិវិធីនៃការដាក់ពាក្យស្នើស្នើសុំកត់ត្រាកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ និង កិច្ចន្យាផ្តល់សិទ្ធិអាជីវកម្មនោះ ទៅការិយាល័យចុះបញ្ជីម៉ាកពាណិជ្ជកម្ម នៃនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ក្នុងការទទួលបាននូវសិទ្ធិតតាំងជាមួយនឹងតតិយជន។[83]

កិច្ចសន្យា ដែលជាកម្មវត្ថុនៃការស្នើសុំកត់ត្រាត្រូវស្របទៅតាមលក្ខខណ្ឌដែលបានកំណត់ដោយច្បាប់។ សម្រាប់លក្ខខណ្ឌតម្រូវពាក់ព័ន្ធនឹងកិច្ចសន្យា កិច្ចសន្យានេះត្រូវលម្អិតលើ អត្តសញ្ញាណរបស់ភាគី ព័ត៌មានលម្អិតអំពីម៉ាក ប្រភេទនៃកិច្ចសន្យា រយៈពេលនៃការផ្តល់សិទ្ធិ លក្ខខណ្ឌនៃការត្រួតពិនិត្យលើប្រសិទ្ធភាព និងគុណភាពទំនិញ ឬសេវា ដែលព្រមព្រៀងរវាងភាគី ហត្ថលេខារបស់ភាគី និងមានការបញ្ជាក់ដោយសារការី ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច។ ការស្នើសុំកត់ត្រាត្រូវធ្វើឡើង ដោយអ្នកផ្តល់ និង/ឬ អ្នកទទួល ឬដោយអ្នកតំណាងស្របច្បាប់របស់អ្នកផ្តល់ និង/ឬ អ្នកទទួល។[84]

[83] មាត្រា៥២ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពីនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។ មាត្រា ៨(២) នៃប្រកាសស្តីពីការកត់ត្រាកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណចំពោះម៉ាក និងកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្ម។ មាត្រា ៦ នៃប្រកាសស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ មាត្រា ១៤ (១) និង មាត្រា ៦ នៃប្រកាសស្តីពីការកត់ត្រាកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណចំពោះម៉ាក និងកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្ម។

[84] មាត្រា ៥ នៃប្រកាសស្តីពីការកត់ត្រាកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណចំពោះម៉ាក និងកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្ម។

ខ. អានុភាពនៃកិច្ចសន្យា

កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ និងកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្មបង្កើតឱ្យមានការប្រើប្រាស់ម៉ាក តាមរយៈការអនុញ្ញាតរបស់ម្ចាស់សិទ្ធិ ដោយតាមគោលបំណងនៃកិច្ចសន្យា និងការព្រមព្រៀងរវាងភាគីទាំងពីរតែប៉ុណ្ណោះ។ ច្បាប់ និងបទដ្ឋានគតិយុត្តពាក់ព័ន្ធនឹងម៉ាកមិនបានកម្រិតអំពីសិទ្ធិ និងកាតព្វកិច្ចរបស់ភាគី ក្រៅពីនិយមន័យនៃកិច្ចសន្យាទាំងពីរខាងលើឡើយ។ ដូចនេះ កិច្ចសន្យាទាំងពីរនេះនាំឱ្យមានអានុភាពចងកាតព្វកិច្ច និងផ្តល់នូវសិទ្ធិទៅកាន់ភាគីទាំងពីរ ដោយយោងតាមការព្រមព្រៀងរបស់ភាគី។ ដូចនេះ អ្នកផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណ និងអ្នកផ្តល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្ម ត្រូវអនុញ្ញាតលើការប្រើប្រាស់ម៉ាក និងប្រើប្រាស់ម៉ូឌែលអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនទៅភាគីម្ខាងទៀតនៃកិច្ចសន្យា។ ចំណែកឯ អ្នកទទួលអាជ្ញាប័ណ្ណ និងអ្នកទទួលសិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្មត្រូវបង់កម្រៃជាតម្លៃតបស្នង ឬមិនបង់កម្រៃ តាមរយៈការព្រមព្រៀង។

២.២ ព្រំដែននៃសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក

២.២.១ ការដាក់លក់ក្នុងទីផ្សារកម្ពុជាដោយម្ចាស់ម៉ាក

ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ សិទ្ធិដែលទទួលបានតាមរយៈការចុះបញ្ជីខាងលើ មិនអនុវត្តលើការដាក់លក់ទំនិញ នៅក្នុងទីផ្សាររបស់ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជានោះទេ ប្រសិនបើការដាក់លក់នោះធ្វើឡើងដោយម្ចាស់ម៉ាក ឬមានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាក។[85] ការកម្រិតសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកនេះ គឺមានន័យថា ម្ចាស់ម៉ាកនឹងបាត់បង់សិទ្ធិលើផលិតផល ឬសេវារបស់ខ្លួន នៅពេលម្ចាស់ម៉ាកបានលក់ ឬអនុញ្ញាតឱ្យលក់ផលិតផលនោះនៅក្នុងទីផ្សារនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។[86] អ្នកទិញ ឬដេប៉ូលក់ចែកចាយបន្តអាចទិញទំនិញពីអ្នកចែកចាយប្រចាំបណ្តាលខេត្ត រាជធានី ឬតំបន់ផ្សេងៗ ក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាដោយគ្មានការរើសអើង។[87] ក្រុមហ៊ុនណាអនុវត្តសិទ្ធិដោយមានការរើសអើង និងបង្កើតជាមូលហេតុនៃមោឃភាពនៃការទទួលស្គាល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខ។[88]

២.២.២ ការប្រើប្រាស់ឯកជន

ការប្រើប្រាស់ម៉ាកដោយពុំមានការអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាក ក្នុងគោលដៅបម្រើផលប្រយោជន៍ផ្ទាល់ខ្លួនពុំត្រូវបានចាត់ទុកថាជាអំពើរំលោភម៉ាកទេ។ ដូច្នេះការប្រើប្រាស់ ផលិតផលជាលក្ខណៈឯកជន ការនាំចូលទំនិញ

---

[85] មាត្រា ១១(គ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[86] Phin Sovathç *Introduction to Cambodian*: Chapter 11 Ecomonic Law:Intellectual Property Rights, page 282.

[87] ចំណុច ៤ នៃសារាចរណែនាំស្តីពីការទទួលស្គាល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាក។

[88] ចំណុច ៤ នៃសារាចរណែនាំស្តីពីការទទួលស្គាល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាក។

ដែលមិនមានលក្ខណៈពាណិជ្ជកម្ម ដែលដាក់នៅក្នុងអីវ៉ាន់ផ្ទាល់ខ្លួននៃអ្នកដំណើរ មិនត្រូវបានចាត់ទុកថាជាអំពើរំលោភម៉ាកទេ។

២.៣ ការផុតរលត់នៃសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក

មូលហេតុនៃការបញ្ចប់សិទ្ធិម៉ាកជាពីរ រួមមាន មោឃភាពនៃម៉ាក និងការលុបចេញពីបញ្ជី។ ក្នុងករណីនេះ ទោះការបញ្ចប់សិទ្ធិកើតឡើងដោយមូលហេតុណាក៏ដោយ ការសម្រេចលើការបញ្ចប់សិទ្ធិលើម៉ាកត្រូវធ្វើឡើងដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។[89] សេចក្តីសម្រេចធ្វើរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មអាចជាកម្មវត្ថុនៃការប្តឹងតវ៉ាទៅតុលាការមានសមត្ថកិច្ចបាន ក្នុងរយៈពេល៣០ថ្ងៃ គិតចាប់ពីពេលចេញសេចក្តីសម្រេច។[90]

២.៣.១ មោឃភាពនៃម៉ាក

មោឃភាពនៃម៉ាកបានបែងចែកជាពីរ មានមោឃភាពដាច់ខាត និងមោឃភាពមិនដាច់ខាត។ មោឃភាពដាច់ខាតរួមមាន ម៉ាកដែលពាក់ព័ន្ធនឹង និយមន័យនៃច្បាប់ម៉ាក ការហាមឃាត់ក្រោមច្បាប់ម៉ាក ម៉ាកដែលផ្ទុយនឹងសណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ និង ម៉ាកមិនអាចសម្គាល់ភាពខុសគ្នា។[91] មោឃភាពមិនដាច់ខាតរួមមានការបដិសេធលើម៉ាក ដោយឈរលើមូលដ្ឋាននៃភាពមិនទំនេរនៃម៉ាក។[92] ជនពាក់ព័ន្ធអាចប្តឹងពាក់ព័ន្ធនឹងមោឃភាពនេះបានទៅក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។[93]

២.៣.២ ការលុបចេញពីបញ្ជី

ការលុបចេញពីបញ្ជីមានលក្ខណៈខុសគ្នាពីមោឃភាពនៃម៉ាក។ ការលុបចេញពីបញ្ជីពុំបង្កើតនូវអានុភាពប្រតិសកម្មឡើយ ពោលគឺគ្រាន់តែចាត់ទុកថាម៉ាកនោះពុំមានសុពលភាព និងពុំទទួលបានកិច្ចការពារចាប់តាំងពីកាលបរិច្ឆេទនៃការលុបចោលនោះប៉ុណ្ណោះ។ យើងអាចនិយាយថា មុនការលុបចោលពីបញ្ជី ម៉ាកនោះគឺនៅតែមានសុពលភាព និងទទួលបានការការពារដដែរ។ ទោះជាតាមសម្មតិកម្មណាក៏ដោយ ការលុបម៉ាកនេះគឺជាសេច

[89] មាត្រា ១៣ ១៤ និង ១៥ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[90] មាត្រា ៦២ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[91] មាត្រា ២(ក) និង មាត្រា ៤ (ក)(ខ)(គ)(ឃ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។ លោក កាន់សុទ្ធប៉ូលីន, *នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា សិទ្ធិអ្នកនិពន្ធ ម៉ាក ប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម,* ទំព័រ១៤៥-១៤៦។

[92] មាត្រា ៤ (ង)(ច)(ឆ)នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។ លោក កាន់សុទ្ធប៉ូលីន, *នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា សិទ្ធិអ្នកនិពន្ធ ម៉ាក ប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម,* ទំព័រ១៤៥។

[93] មាត្រា ១៣(គ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

ក្តីសម្រេចរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មដែលត្រូវតែអាចធ្វើជាកម្មវត្ថុនៃបណ្តឹងប្រឆាំងទាស់ទៅតុលាការ និងត្រូវបោះពុម្ពផ្សាយដូចករណីនៃមោឃភាពផងដែរ។

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មមានសិទ្ធិលុបចោលម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចក្នុងករណីដូចខាងក្រោម៖[94]

- អ្នកសុំចុះបញ្ជីមិនបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីសាជាថ្មីនូវម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ តាមរយៈពេលដែលបានកំណត់ដោយច្បាប់ ដែលរយៈពេល១០ឆ្នាំ និងអាចយឺតយ៉ាវក្នុងការចុះបញ្ជីជាថ្មីយ៉ាងយូររយៈពេល ៦ខែ។
- ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ ស្នើសុំលុប។
- ក្នុងរយៈពេល ៩០ (កៅសិប) ថ្ងៃ ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ មិនគោរពលក្ខខណ្ឌ ការផ្តល់ឯកសារគាំទ្រ ឬការកម្រិតដែលបានកំណត់នៅក្នុងមាត្រា ៨។
- ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ លែងមានអាសយដ្ឋាននៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។
- ជឿជាក់ដោយផ្អែកលើភស្តុតាងថា ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី ហើយមិនមែនជាម្ចាស់ស្របច្បាប់។
- ជឿជាក់ថា ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ ប្រហាក់ប្រហែល ឬដូចគ្នាទៅនឹងម៉ាកល្បី ដែលជាកម្មសិទ្ធិរបស់ភាគីទីបី ។
- ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច ប៉ុន្តែមិនបានប្រើប្រាស់សោះក្នុងរយៈពេល ៥ ឆ្នាំ ត្រូវលុបចេញពីបញ្ជី។

២.៣.២.១ ការមិនអនុវត្តសិទ្ធិប្រើប្រាស់

ម្ចាស់ម៉ាកត្រូវប្រើម៉ាកលើផលិតផល ឬសេវា តាមការស្នើសុំ ដើម្បីទាញយកប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ច បន្ទាប់ពីទទួលបានការអនុញ្ញាតឱ្យចុះបញ្ជីហើយ។ សិទ្ធិដែលទទួលបានពីការចុះបញ្ជីម៉ាកអាចត្រូវបានបាត់បង់ ឬ ម៉ាកអាចត្រូវបានលុបចេញពីបញ្ជីម៉ាក ប្រសិនបើម្ចាស់ម៉ាកមិនបានអនុវត្តនូវសិទ្ធិរបស់ខ្លួនតាមការកំណត់ច្បាប់។ បើការប្រើប្រាស់ត្រូវតម្រូវដើម្បីរក្សាការចុះបញ្ជី ការចុះបញ្ជីអាចត្រូវលុបចោលតែបន្ទាប់ពីរយៈពេលយ៉ាងហោចណាស់ ៣ឆ្នាំ ជាប់គ្នារហូតនៃការមិនប្រើប្រាស់ លើកលែងតែមានហេតុផលសមរម្យ ដោយសំអាងលើឧបសគ្គនៃការប្រើប្រាស់ ដែលលើកឡើងដោយម្ចាស់ម៉ាក។[95] នៅកម្ពុជា ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចប៉ុន្តែមិនបានប្រើប្រាស់សោះ ក្នុងរយៈពេល៥ (ប្រាំ) ឆ្នាំ ត្រូវបានលុបចេញពីបញ្ជី ប៉ុន្តែប្រសិនបើម្ចាស់ម៉ាកបង្ហាញថាកាលៈទេសៈពិសេស

---

[94] មាត្រា១៤ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[95] មាត្រា ១៩(១) នៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ១៩៩៤។

បានរារាំងការប្រើប្រាស់ម៉ាក ហើយគ្មានបំណងមិនប្រើឬបានបង់ចោលម៉ាកទេ ម៉ាកនោះនឹងមិនត្រូវបានលុបចេញពីបញ្ជីឡើយ។[96] ស្ថានភាពនានាដែលកើតឡើងក្រៅពីឆន្ទៈរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ដែលជាឧបសគ្គក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាកដូចជាការរឹតត្បិតការនាំចូល ឬលក្ខខណ្ឌតម្រូវផ្សេងទៀត របស់រដ្ឋាភិបាលចំពោះទំនិញ ឬសេវាដែលបានការពារដោយម៉ាក ត្រូវទទួលស្គាល់ថាជាហេតុផលសមរម្យចំពោះការមិនប្រើប្រាស់នេះ។[97]

ជនណាដែលពាក់ព័ន្ធអាចស្នើសុំឱ្យក្រសួងពាណិជ្ជកម្មលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជី ក្នុងរយៈពេលមួយខែមុនកាលបរិច្ឆេទ ៥ (ប្រាំ) ឆ្នាំ នៃការមិនបានប្រើប្រាស់ឬក្រោយកាលបរិច្ឆេទនេះ។[98]

២.៣.២.២ ការចុះបញ្ជីសារឡើងវិញ

ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយទទួលបានការការពាររយៈពេល ១០ ឆ្នាំ ប៉ុណ្ណោះ ដូចនេះ ប្រសិនបើម្ចាស់ម៉ាកចង់បន្តការការពារលើសិទ្ធិម៉ាករបស់ខ្លួនឱ្យស្របតាមច្បាប់ ត្រូវស្នើសុំចុះបញ្ជីសារជាថ្មី។[99] ក្នុងរយៈពេល ៦ ខែ បន្ទាប់ពីថ្ងៃអស់សុពលភាពនៃការការពារម៉ាក ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចត្រូវបានលុបចេញពីបញ្ជីម៉ាក ប្រសិនបើម្ចាស់ម៉ាកមិនបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីសាជាថ្មី។[100] ក្នុងករណី ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកសាជាថ្មីមិនត្រូវបានដាក់ស្នើសុំទេនោះ ត្រូវចាត់ទុកថាម្ចាស់ម៉ាកបោះបង់សិទ្ធិលើម៉ាករបស់ខ្លួន។ ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីឡើងវិញត្រូវភ្ជាប់ជាមួយនឹងហត្ថលេខារបស់ម្ចាស់ម៉ាក ឬដោយភ្នាក់ងារតំណាងរបស់ខ្លួន។ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវចេញវិញ្ញាបនបត្រ នៃការចុះបញ្ជីសាជាថ្មីឡើងវិញ ទៅឱ្យម្ចាស់ម៉ាក។

---

96 មាត្រា១៥ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

97 មាត្រា ១៩(១) នៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ១៩៩៤។

98 មាត្រា ១៥ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

99 មាត្រា ១២(ខ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

100 មាត្រា១២(ឃ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

ជំពូកទី៣
ការរំលោភបំពានលើម៉ាក
វិធានការទប់ស្កាត់ និងដំណោះស្រាយវិវាទ

ជំពូកទី៣

ការរំលោភបំពានលើម៉ាក វិធានការទប់ស្កាត់ និងដំណោះស្រាយវិវាទ

៣.១ ចរិតលក្ខណៈនៃការរំលោភបំពានសិទ្ធិលើម៉ាក

៣.១.១ លក្ខណៈរួមនៃការរំលោភបំពានម៉ាក

យោងតាមរយៈសៀវភៅមួយក្បាល ដែលរៀបរៀងឡើងដោយអង្គការកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពិភពលោក បានកំណត់លក្ខណៈរួមមួយនៃការរំលោភបំពានសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក។ ការរំលោភសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកមានធាតុទូទៅជាច្រើន រួមមាន៖[101]

- ពាណិជ្ជសញ្ញាត្រូវតែជាពាណិជ្ជសញ្ញាដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ។
- អំពើនៃការរំលោភបំពានដែលត្រូវបានចោទប្រកាន់ត្រូវតែជាការប្រើក្នុងការធ្វើពាណិជ្ជកម្ម។
- ការប្រើប្រាស់គ្មានការអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាក។
- អំពើនៃការរំលោភបំពានត្រូវប្រព្រឹត្តនៅក្នុងដែនសមត្ថកិច្ចនៃរដ្ឋ ដែលម្ចាស់សិទ្ធិបានចុះបញ្ជី។
- ការរំលោភបំពានលើម៉ាកត្រូវតែមានដូចគ្នា (រឺ ករណីការនាំឱ្យមានការភាន់ច្រឡំនឹងសញ្ញាដែលបានចុះបញ្ជី)។

៣.១.២ ប្រភេទនៃការរំលោភបំពាន

៣.១.២.១ ការរំលោភបំពានបឋម (Primary infringement)

ការរំលោភបំពានបឋមត្រូវបានចាត់ទុកថាជា ការប្រើប្រាស់សញ្ញាដែលដូចគ្នានឹងម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីហើយ និងមានទំនាក់ទំនងទៅនឹងទំនិញ ឬសេវា ដែលប្រើប្រាស់ដោយម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចនោះ ហើយការប្រើប្រាស់នៅធ្វើឡើងក្នុងបំណងប្រកបអាជីវកម្ម ដោយមិនមានការយល់ព្រមពីម្ចាស់សិទ្ធិ។[102]

---

[101] L.T.C. Harms. 2018. *A Casebook on the Enforcement of Intellectual Property Rights.* page 29.

[102] មាត្រា ១១(ក) នៃនៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។ L.T.C. Harms. 2018. *A Casebook on the Enforcement of Intellectual Property Rights.* page 28; L.C.T Harm, *SUBSTANTIAL ELEMENTS OF COUNTERFEITING AND PIRACY*, https://www.wipo.int/edocs/mdocs/aspac/en/wipo_ipr_tyo_17/wipo_ipr_tyo_17_t11.pdf.

៣.១.២.២ ការរំលោភបំពានបន្ទាប់បន្សំ

ការរំលោភបំពានបន្ទាប់បន្សំ គឺជាការប្រើប្រាស់សញ្ញា ដែលមានភាពស្រដៀងគ្នារបស់វាទៅនឹងម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជីហើយ និងប្រើប្រាស់ទាក់ទងនឹងទំនិញ និងសេវាកម្មដែលស្រដៀងនឹងម៉ាកដែលត្រូវបានចុះបញ្ជី ហើយជាលិទ្ធផល វានាំឱ្យមានការភាន់ច្រឡំជាសាធារណៈ។[103] ភាពស្រដៀងគ្នានៃម៉ាក និងភាពស្រដៀងគ្នានៃទំនិញ និងសេវាកម្មមានលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យពឹងផ្អែកលើគ្នា ប្រសិនបើភាពស្រដៀងគ្នានៃទំនិញនិងសេវាកម្មមានបន្តិចបន្តួច នោះក៏នាំឱ្យកម្រិតនៃភាពស្រដៀងគ្នានៃម៉ាកមានភាពថយចុះដែរ។[104] លក្ខណៈខុសគ្នានៃការ ការរំលោភបំពានបន្ទាប់បន្សំ និងការរំលោភបំពានបឋម គឺជាតុនៃភាពភាន់ច្រឡំ ដែលមិនបានត្រូវយកមកពិចារណាក្នុងការរំលោភបំពានបឋមទេ។

ការកំណត់លើការភាន់ច្រឡំ គឺផ្អែកទៅលើការយល់ឃើញរបស់អតិថិជនធម្មតា ដែលនឹងមិនពិនិត្យឱ្យល្អិតល្អន់ក្នុងការប្រៀបធៀបសញ្ញា ជាមួយនឹងម៉ាកនោះទេ[105] និងអាស្រ័យលើការប្រកួតប្រជែងនៃទំនិញ ឬសេវារបស់សញ្ញាស្រដៀង ទៅនឹងទំនិញ ឬសេវារបស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី។[106] ក្នុងករណី នៅពេលដែលទំនិញ ឬសេវារបស់សញ្ញា និងម៉ាកមានការប្រកួតប្រជែងដោយផ្ទាល់ នោះតុលាការនឹងពិចារណាលើម៉ាក និងសញ្ញានោះផ្ទាល់ថា តើវាភាពស្រដៀងគ្នាវាគ្រប់គ្រាន់ ក្នុងការនាំឱ្យមានការភាន់ច្រឡំរបស់សាធារណជនដែរឬទេ។ ចំណែកនៅពេលដែលទំនិញ ឬសេវារបស់សញ្ញា និងម៉ាកមិនមានការប្រកួតប្រជែងនឹងគ្នាទេ តុលាការជាទូទៅមិនបានរកឃើញថាវាមានការភាន់ច្រឡំសម្រាប់សាធារណជននោះទេ ដូចនេះនាំឱ្យគ្មានការរំលោភបំពានឡើយ។ ការកំណត់លើការភាន់ច្រឡំអាចធ្វើឡើងតាម ការបញ្ចេញសំលេង ការមើលឃើញ និងការគិត។[107]

---

103 មាត្រា ១១(ខ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។
A Casebook on the Enforcement of Intellectual Property Rights, page 28; LTC Harms, SUBSTANTIAL ELEMENTS OF COUNTERFEITING AND PIRACY, 2017, https://www.wipo.int/edocs/mdocs/aspac/en/wipo_ipr_tyo_17/wipo_ipr_tyo_17_t11.pdf.

104 Bundesgerichtshof, C-39/97 29 September 1998, paragraph 17.

105 Bundesgerichtshof, C-215/97 11 November 1997paragraph 23.

106 Cornel Law School. Trademark infringements. https://www.law.cornell.edu/wex/trademark_infringement

107 Ewelina Sliwinska, ‶CarIPL Likelihood of confusion webinar″. 08 July 2020. Bundesgerichtshof, C-215/97 11 November 1997, paragraph 23.

ឧទាហរណ៍៖ ក្នុងសំណុំរឿង Milords International Limited vs. Canadelle Limited Partnership ដែលពាក់ព័ន្ធទៅនឹង ការរំលោភបំពានបន្ទាប់បន្សំ ឬ Likely hood of confusion ភាគីមានទំនាស់ពាក់ព័ន្ធនឹងភាពស្រដៀង ដែលនាំឱ្យមានការភ័ន្តច្រលំនៃម៉ាករបស់អ្នកទាំងពីរ។ ម៉ាកទាំងពីរនោះមាន WUNDERPANTS និង FUNDERPANTS។ ម៉ាកទាំងពីរបានប្រើប្រាស់តំណាងឱ្យខោអាវក្នុងរបស់បុរស ស្ត្រី និងកូនក្មេង។ គណៈកម្មាធិការយល់ឃើញថា ការស្តាប់លឺនៃម៉ាកគឺមានសារៈសំខាន់ ចំពោះការប្រើប្រាស់ម៉ាកលើ ទំនិញប្រភេទនេះ។[108] គណៈកម្មាធិការបានយល់ថា ការបញ្ចេញសំលេងរបស់ម៉ាកទាំងពីរគឺមានភាពស្រដៀងគ្នា។[109] អក្សរដែលប្រើសម្រាប់បង្កើតម៉ាកទាំងពីរនេះ គឺមានភាពខុសគ្នាត្រឹមតែតួអក្សរមួយប៉ុណ្ណោះ ដែលវានាំឱ្យមានភាពស្រដៀងគ្នាក្នុងការគិតរបស់អតិថិជន។[110] ប្រសិនបើទំនិញ និងសេវារបស់ម៉ាកទាំងពីរកាន់តែស្រដៀងគ្នា និងម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីមុនកាន់តែមានកម្រិតនៃភាពខុសគ្នាខ្ពស់ វានាំឱ្យកម្រិតនៃការភាន់ច្រឡំកាន់តែខ្លាំង។[111]

៣.១.២.៣ ការរំលោភបំពានលើម៉ាកល្បី

ម៉ាកល្បីត្រូវបានការពារ ទោះបីជាមិនបានចុះបញ្ជីក៏ដោយ។[112] ការការពារម៉ាកល្បីគឺប្រឆាំងទៅនឹងការប្រើប្រាស់សញ្ញា ដោយទាញយកផលប្រយោជន៍មិនត្រឹមត្រូវ ឬការពារដល់ការខូចខាត់ ឬលក្ខខណៈខុសគ្នានៃម៉ាក ឬកេរ្តិ៍ឈ្មោះនៃម៉ាកដែលល្បី។[113] ការកំណត់ថាម៉ាកមួយជាម៉ាកល្បីមានលក្ខណៈខុសៗគ្នា ស្របតាមច្បាប់ជាតិ។[114] ការកំណត់អំពីម៉ាកល្បីត្រូវពិចារណាទៅលើការយល់ដឹងអំពីម៉ាករបស់សាធារណជន ចំពោះវិស័យពាក់ព័ន្ធ ដោយរួមបញ្ចូល ជាមួយការយល់ដឹងរបស់សមាជិកនៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទង

---

[108] Intellectual Property office, O/344/01 9 August 2001, paragraph 10.

[109] Intellectual Property office, O/344/01 9 August 2001, paragraph 11.

[110] Intellectual Property office, O/344/01 9 August 2001, paragraph 11.

[111] Intellectual Property office, O/344/01 9 August 2001, paragraph 11. Landgerich Munchen I, C-342/97 22 June 1999.

[112] Art. 6bis នៃអនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសស្តីពីកិច្ចព្រមព្រៀងការពារកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម។ Art. 16.2 and 16.3 កិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ មាត្រា ២៦ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។ ។L.T.C. Harms. 2018. *A Casebook on the Enforcement of Intellectual Property Rights,* page46.

[113] L.T.C. Harms. 2018. *A Casebook on the Enforcement of Intellectual Property Rights,* page 28.

[114] L.T.C. Harms. 2018. *A Casebook on the Enforcement of Intellectual Property Rights*

នឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដែលជាលិទ្ធផលនឹងទទួលបានការគាំទ្រទៅលើម៉ាក។[115] នៅក្នុងប្រទេសសិង្ហបុរី ម៉ាកដែលល្បីចំពោះសាធារណជនក្នុងវិស័យពាក់ព័ន្ធណាមួយ ត្រូវបានគេចាត់ទុកថាល្បី។[116] ចំណែកពាណិជ្ជសញ្ញាដែលបានចុះបញ្ជីត្រូវចាត់ទុកជាម៉ាកល្បី បើបានស្គាល់ដោយសាធារណជនមួយផ្នែក ដែលគួរឱ្យកត់សម្គាល់ ក្នុងតំបន់គួរឱ្យកត់សម្គាល់មួយនៃប្រទេស។[117] ប៉ុន្តែ ករណីនៅកម្ពុជា ច្បាប់មិនបានបញ្ជាក់បន្ថែមអំពីការកំណត់លើម៉ាកល្បីនេះទេ។

៣.១.៣ សញ្ញាណទូទៅនៃការរំលោភបំពាន

ការប្រើប្រាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច ត្រូវមានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាកជាមុនសិន។ អំពើរំលោភបំពានសិទ្ធិលើម៉ាកត្រូវបានកំណត់ថា ជាការប្រើប្រាស់ម៉ាកគ្រប់រូបភាពដោយពុំមានការអនុញ្ញាតជាមុនពីម្ចាស់ម៉ាក។[118] អំពើរំលោភសិទ្ធិនៃម្ចាស់ម៉ាក អាចត្រូវបានធ្វើឡើងច្រើនរូបភាព និងច្រើនសណ្ឋាន សុទ្ធសឹងត្រូវបានហាមឃាត់ និងដាក់ទោសដោយច្បាប់ម៉ាក។ លើសពីនេះទៅទៀត ស្ថិតក្រោមការការពារដោយច្បាប់ ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចនឹងទទួលបានវិធានការសមស្របមួយចំនួនសម្រាប់ការពារសិទ្ធិ និងផលប្រយោជន៍ស្របច្បាប់របស់ខ្លួន។ នៅក្នុងក្របខណ្ឌនៃការអនុវត្តច្បាប់ម៉ាក អំពើរំលោភម៉ាកអាចកើតមានឡើងតាមបីរូបភាព៖ គឺការក្លែងបន្លំម៉ាក ការធ្វើត្រាប់តាមម៉ាក និង ការលក់ មានបំណងលក់ ការប្រកាសលក់ ឬការនាំចូលទំនិញក្លែងបន្លំ ឬត្រាប់តាមម៉ាក ដោយចេតនា និងពុំមានការអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាក។[119] ផលិតផលដែលកើតចេញពីអំពើខាងលើនេះ ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាទំនិញដែលពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយ។[120]

ដោយឡែក ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់មិនបានកំណត់និយមន័យ និងភាពខុសប្លែកគ្នានៃអំពើក្លែងបន្លំម៉ាក និងការធ្វើត្រាប់តាមម៉ាក ដែលនាំឱ្យមានការលំបាកក្នុងការ

---

[115] មាត្រា ១៦(២) នៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ១៩៩៤។

[116] Section 2 (8) of Singapore Trade Marks Act

[117] The Tribunal de Commerce de Tournai, C-375/97 14 September 1999, paragraph 31.

[118] លោកសាស្ត្រាចារ្យ ទេព សុខ, *នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា*. ២០២០។ លោក នី វិចិត្រ នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ២០១៣ ទំព័២៣០។

[119] មាត្រា ៦៤ ៦៥ និង៦៦ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[120] មាត្រា ៦១ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។ លោក នី វិចិត្រ ,*នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា*. ២០១៣, ទំព័រ ២៣១។

កំណត់ធាតុសត្យានុម័តនៃអំពើទាំងនោះ។ អវត្តមាននៃនិយមន័យគតិយុត្តិនេះអាចបង្កឱ្យមានការលំបាកក្នុងការអនុវត្តច្បាប់ម៉ាកនេះផងដែរ។[121]

` **៣.១.៤ ការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់**

ច្បាប់ចែងយ៉ាងទូលំទូលាយអំពីអំពើនៃ ការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ថាជាអំពើផ្ទុយពីគោលការណ៍នៃការអនុវត្តទៀងត្រង់នៅក្នុងវិស័យឧស្សាហកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម សេវាកម្ម។[122] ទង្វើទាំងឡាយដូចខាងក្រោមត្រូវចាត់ទុកថាបានបង្កើតនូវអំពីនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់៖[123]

- ការបង្កើតឱ្យមានការភាន់ច្រឡំ តាមមធ្យោបាយណាមួយ ជាមួយសហគ្រាស ជាមួយទំនិញ ឬជាមួយសកម្មភាពឧស្សាហកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម ឬសេវាកម្មនៃគូប្រកួតប្រជែង។
- ការពោលអះអាងមិនត្រឹមត្រូវ ក្នុងសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្ម ដែលធ្វើឱ្យខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះសហគ្រាស ទំនិញ ឬ សកម្មភាពឧស្សាហកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម ឬសកម្មភាពសេវាកម្មនៃគូប្រកួតប្រជែង។
- ការបញ្ជាក់ ឬការពោលអះអាង ដែលបានប្រើប្រាស់នៅក្នុងពាណិជ្ជកម្ម ហើយដែលអាចធ្វើឱ្យសាធារណជនភាន់ច្រឡំ អំពីប្រភេទ ដំណើរការផលិត លក្ខណៈ ភាពសមស្របសម្រាប់គោលបំណងរបស់គេ ឬបរិមាណនៃទំនិញ។

៣.២ វិធានការទប់ស្កាត់ និងដោះស្រាយ ចំពោះការរំលោភបំពាន

ដោយអនុលោមតាមកិច្ចព្រមព្រៀង របស់អង្គការពាណិជ្ជកម្មពិភពលោកស្តីពីទិដ្ឋភាពទាក់ទងនឹងពាណិជ្ជកម្មនៃកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញាកម្ពុជាមានបញ្ញត្តិសម្រាប់ការអនុវត្តសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញាប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ លើសពីនេះ ក្រមរដ្ឋប្បវេណី និងក្រមនីតិវិធីរដ្ឋប្បវេណីក៏ផ្តល់នីតិវិធីសម្រាប់ការដោះស្រាយសំណងស៊ីវិលផងដែរ។

៣.២.១ វិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន

វិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែនជានីតិវិធី ដែលអនុញ្ញាតឱ្យម្ចាស់ម៉ាក់ធ្វើការរាំងខ្ទប់ការនាំចូល នូវផលិតផលក្លែងក្លាយបន្លំម៉ាកមកកម្ពុជា។ ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីហើយអាចធ្វើពាក្យបណ្តឹងទៅរដ្ឋបាលគយ

---

[121] លោក នី វិចិត្រ ,*នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា.* ២០១៣, ទំព័រ ២៣១។

[122] មាត្រា ២២ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[123] មាត្រា ២៣ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

និងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច ឬតុលាការ ឱ្យរឹបអូសទុកនូវការធ្វើបែបបទទំនិញណា ដែលសង្ស័យថា មានម៉ាកក្លែងក្លាយ ដោយបង្ហាញនូវភស្តុតាងច្បាស់លាស់ថា គាត់ជាម្ចាស់នៃម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជី។[124] ដូចនេះមានតែម្ចាស់ម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជីម៉ាកតាមនីតិវិធីច្បាប់ប៉ុណ្ណោះ ទើបអាចប្រើប្រាស់វិធានការនេះបាន។ មុខទំនិញជាកម្មវត្ថុនៃការហាមឃាត់ ឬជាប់កម្រិតកំណត់លើការនាំចេញ នាំចូល និងការដឹកជញ្ជូន ឆ្លងកាត់ រាប់បញ្ចូលទំនិញល្មើសច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញា ឬទំនិញក្លែងក្លាយ។[125]

៣.២.១.១ អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច

ដោយយោងទៅច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២ អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចក្នុងការអនុវត្តនូវវិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែនរួមមាន៖ រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច និង តុលាការ។ លើសពីនេះ អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ បានកំណត់បន្ថែមអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចមួយចំនួនទៀត ដូចជា នាយកដ្ឋានកម្ពុជាត្រួតពិនិត្យទំនិញនិហារ័ណ អាហារ័ណ និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ ដែលហៅកាត់ថា កាំកុងត្រូលនៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងនគរបាលមានសមត្ថកិច្ចនៃក្រសួងមហាផ្ទៃ។[126] ចំណាត់ការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន តាមពិតជាយន្តការបណ្តោះអាសន្នមួយ ដែលត្រូវអនុវត្តតាមមាត់ច្រកព្រំដែន និង ភាគច្រើនធ្វើឡើងដោយមន្ត្រីគយដែលប្រចាំការនៅព្រំដែននោះ។

៣.២.១.២ ពាក្យបណ្តឹង

អ្នកដែលអាចដាក់ពាក្យបណ្តឹងបានរួមមាន ម្ចាស់សិទ្ធិម៉ាក (ដើមបណ្តឹង) ដែលបានចុះបញ្ជី ឬ អ្នកទទួលអាជ្ញាប័ណ្ណ ឬ ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់។[127] ពាក្យបណ្តឹងទាំងឡាយ ដែលធ្វើឡើង និងដាក់ជូនអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច ត្រូវធ្វើជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ និងឯកសារតម្រូវមួយចំនួនរួមមាន៖[128]

- វិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីម៉ាក។

---

124 មាត្រា ៣៥ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

125 អគ្គនាយកដ្ឋានគយ និងរដ្ឋាករកម្ពុជា, ទំនិញហាមឃាត់និងទំនិញជាប់កម្រិតកំណត់https://bit.ly/3qG26Y1។ ឧបសម្ព័ន្ធទី១ នៃអនុក្រឹត្យស្តីពីការដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់បញ្ជីទំនិញហាមឃាត់ និងទំនិញជាប់កម្រិតកំណត់។

126 មាត្រា ៣៦ នៃអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។

127 មាត្រា ៣៨ (១) នៃអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។

128 មាត្រា ៣៦ នៃអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។

- ❖ សេចក្តីថ្លែងពីមូលហេតុនៃការប្តឹង និងភស្តុតាងដំបូងដែលបង្ហាញថា ទំនិញនោះពិតជាពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយមែន។
- ❖ ពាក្យរៀបរាប់ដ៏ល្អិតល្អន់លើទំនិញ ដែលម៉ាករបស់វាត្រូវបានប្រើប្រាស់ ព្រមទាំងគំរូនៃផលិតផលពិតប្រាកដផងប្រសិនបើមានសំណូមពរ។
- ❖ ឈ្មោះ និងអាសយដ្ឋានរបស់អ្នកប្តឹង និងតំណាងរបស់គេដែលត្រូវរៀបរាប់ឱ្យបានសព្វគ្រប់តាមការកំណត់។
- ❖ លិខិតអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជីប្រសិនបើពាក្យបណ្តឹងនោះ ត្រូវបានដាក់ដោយតំណាងដែលទទួលសិទ្ធិ។
- ❖ កម្រៃរដ្ឋបាលតាមការកំណត់របស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ។

ម្ចាស់សិទ្ធិនឹងទទួលដំណឹងអំពីការទទួលស្គាល់ ឬការបដិសេធ ឬមួយរក្សាទុកសម្រាប់ពិចារណា ចំពោះពាក្យប្តឹងរបស់ខ្លួន ក្នុងរយៈពេល ១០ ថ្ងៃ នៃថ្ងៃធ្វើការ បន្ទាប់ពីពាក្យបណ្តឹងត្រូវបានទទួលដោយអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច។ តាមពាក្យបណ្តឹងខាងលើនេះ អាជ្ញាធរនឹងពិនិត្យលើពាក្យប្តឹងនោះ។រយៈពេលនៃការព្យួរទុកនេះអាចធ្វើឡើងមិនឱ្យលើសពី ១០ (ដប់) ថ្ងៃទេ។ កាំកុងត្រូល និងរដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ បដិសេធការស្នើសុំឃាត់ទុកទំនិញដែលសង្ស័យ ឬម៉ាកក្លែងក្លាយ តែក្នុងករណីដែលអ្នកដាក់ពាក្យសុំឃាត់ទំនិញ មិនបានអនុវត្តន៍តាមការទាមទារណាមួយរបស់ខ្លួន ដែលស្របតាមមាត្រានានានៃច្បាប់ និងអនុក្រឹត្យនេះប៉ុណ្ណោះ។

៣.២.១.៣ ចំណាត់ការតាមច្រកព្រំដែន

ចំណាត់ការតាមមាត់នឹងមិនអាចត្រូវបានអនុវត្តន៍ឡើយ កាលបើទំនិញពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយនោះ ជាទំនិញដែលមិនមានលក្ខណៈពាណិជ្ជកម្ម ពោលគឺស្ថិតនៅក្នុងអីវ៉ាន់ផ្ទាល់ខ្លួននៃអ្នកដំណើរ។[129] ក្នុងករណីដែលពាក្យបណ្តឹងស្នើឱ្យមានយន្តការតាមមាត់ច្រកព្រំដែននេះ ត្រូវបានឯកភាពដោយរដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ យន្តការនេះ នឹងត្រូវបានដាក់ឱ្យដំណើរការតាមនីតិវិធី ដូចខាងក្រោម៖

(១) ក្នុងករណី ប្រសិនបើមានភស្តុងតាងបញ្ជាក់ថា កំពុងតែមានឬ អាចនឹងមានការនាំចូលនូវទំនិញប្រភេទនេះ រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករអាចព្យួរទុកការធ្វើបែបបទទំនិញ ដែលពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយ ដែលបានពិនិត្យ

[129] មាត្រា ៤៧ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

ឃើញ។[130] រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករត្រូវព្យួរទុកនូវការធ្វើបែបបទទំនិញ ដែលមានទាក់ទងនឹងពាក្យបណ្ដឹង សម្រាប់រយៈពេលដំបូង និងរយៈពេលពន្យារ មិនលើសពី ១០ (ដប់) ថ្ងៃ នៃថ្ងៃធ្វើការ។ បន្ទាប់មក រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករត្រូវជូនព័ត៌មានពីការព្យួរទុកនេះដោយបញ្ជាក់អំពីមូលហេតុនៃការព្យួរ ទៅកាន់ភាគីទាំងពីរ ពោលគឺទាំងអ្នកនាំចូលនិងទាំងអ្នកប្ដឹង ព្រមទាំងបញ្ជាក់នូវឈ្មោះ និងអាសយដ្ឋាននៃអ្នកប្ដឹងឱ្យអ្នកនាំចូលនោះបានដឹងផង។[131]

(២) ក្រោយពីទទួលបានដំណឹងអំពីការព្យួរទុកនូវការធ្វើបែបបទនេះ អ្នកប្ដឹងមានរយៈពេល ១០ ថ្ងៃ នៃថ្ងៃធ្វើការ ដើម្បីបន្តនីតិវិធីទៅដល់ការសម្រេចលើអង្គសេចក្ដីនៃករណីនេះ។[132] ប៉ុន្តែ ក្នុងករណីសមស្រប ការបន្តនីតិវិធីទៅដល់ការសម្រេចលើអង្គសេចក្ដីអាចត្រូវបានពន្យាសម្រាប់រយៈពេល ១០ ថ្ងៃបន្ថែមទៀត នៃថ្ងៃធ្វើការ។[133] កាលបើនៅក្នុងរយៈពេលកំណត់ខាងដើមនេះ រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ បានទទួលព័ត៌មានថា ចំណាត់ការ ដែលនាំដល់ការសម្រេចនូវអង្គសេចក្ដីនៃករណីមិនត្រូវបានផ្ដួចផ្ដើម ដោយភាគីផ្សេងពីចុងចម្លើយ ឬអាជ្ញាធរដែលបានប្រគល់សិទ្ធិត្រឹមត្រូវ មិនបានអនុវត្តន៍នូវវិធានការបណ្ដោះអាសន្ន ដើម្បីពន្យារការដោះលែងទំនិញទេ រដ្ឋបាលគយត្រូវតែដោះលែងទំនិញនោះវិញ លើកលែងតែលក្ខខណ្ឌផ្សេងៗទៀតនៃនីតិវិធីនាំចូល ឬនាំចេញរបស់គយពុំត្រូវបានគោរពតាមដោយត្រឹមត្រូវ។[134]

ក្នុងអំឡុងពេលព្យួរទុកតាមបែបបទគយនេះ ភាគីជាម្ចាស់សិទ្ធិ ឬដើមបណ្ដឹង ក៏ដូចជាអ្នកនាំចូល ឬអ្នកនាំចេញ ឬចុងចម្លើយ អាចស្នើសុំរដ្ឋបាលគយនិងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចផ្សេងៗទៀត ដើម្បីផ្ទៀងផ្ទាត់ឱ្យច្បាស់ថាតើទំនិញនោះ ពិតជាពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយមែន ឬមិនមែន។[135] រីឯ ការសម្រេចអនុញ្ញាត ឬបដិសេធនឹងសំណើសុំពិនិត្យនេះ គឺជាឆន្ទានុសិទ្ធិផ្ទាល់របស់រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ឬរបស់អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចនោះ។[136]

---

[130] មាត្រា ៤៣ មាត្រា ៣៩ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[131] មាត្រា៣៩ នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[132] មាត្រា ៤០(១) នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[133] មាត្រា ៤០(២) នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[134] មាត្រា ៤០(១) នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[135] មាត្រា ៤២ (១) នៃច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[136] លោក កាន់សុទ្ធប៉ូលីន នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា សិទ្ធិអ្នកនិពន្ធ ម៉ាក ប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម ២០១៣ ទំព័ ១៤៤។

(៣) រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ និងអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចមានសិទ្ធិបំផ្លាញចោលនូវទំនិញដែលពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយទាំងនោះ ស្របទៅតាមសេចក្តីសម្រេចរបស់តុលាការ ។[137] រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករមិនត្រូវអនុញ្ញាតឱ្យធ្វើការណែនាំចេញបន្តនូវទំនិញដែលម៉ាកក្លែងក្លាយ ឬដាក់ទំនិញនេះឱ្យនៅក្រោមនីតិវិធីផ្សេងៗទៀតរបស់គយឡើយ។[138]

ម្យ៉ាងទៀត ករណីដែលរកឃើញថាទំនិញដែលព្យួរទុកនីតិវិធីនោះ ពិតជាពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយយ៉ាងប្រាកដមែន រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករអាចជូន ឬមិនជូន ព័ត៌មានទៅម្ចាស់សិទ្ធិអំពីឈ្មោះ និងអាសយដ្ឋាននៃអ្នកនាំចេញ អ្នកនាំចូល អ្នកទទួល ក៏ដូចជាបរិមាណទំនិញ។ ក្នុងចំណុចនេះ ច្បាប់បានប្រើពាក្យថា "អាច" ដែលមានលក្ខណៈផ្តល់ឆន្ទានុសិទ្ធិទៅឱ្យរដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករក្នុងការជូនដំណឹងទាំងនេះទៅកាន់ម្ចាស់សិទ្ធិ ដែលនេះអាចនាំឱ្យម្ចាស់សិទ្ធិអាចនឹងមិនបានទទួលបានព័ត៌មានសំខាន់ពាក់ព័ន្ធទៅនឹងការរំលោភបំពានលើសិទ្ធិម៉ាករបស់ខ្លួន និងការទាមទារតាមផ្លូវបណ្តឹង។

៣.២.១.៤ សិទ្ធិ ភារកិច្ច និងការទទួលខុសត្រូវរបស់ភាគី

ម្ចាស់សិទ្ធិ និងជនសង្ស័យនៃការរំលោភបំពានម៉ាកមានសិទ្ធិមួយចំនួននៅក្នុងនីតិវិធីនៃវិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែននេះ។

ក. សិទ្ធិរបស់ភាគី

ម្ចាស់សិទ្ធិអាចទទួលបាននូវព័ត៌មាន ឬឯកសារទាក់ទងនឹងការនាំចេញ នាំចូល នូវទំនិញប្រហាក់ប្រហែលពីមុន ដោយអ្នកនាំចេញ ឬអ្នកនាំចូល។[139] រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករអាចផ្តល់ឯកសារទាំងនោះ ដោយមិនឱ្យប៉ះពាល់ដល់ព័ត៌មានសម្ងាត់នៃអង្គភាពឡើយ។[140] ម្ចាស់សិទ្ធិអាចនឹងទទួលបានព័ត៌មាន ដូចជា ឈ្មោះ អាសយដ្ឋាន របស់អ្នកនាំចេញ អ្នកនាំចូល អ្នកទទួល និងបរិមាណទំនិញ ពីរដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ នៅពេល

[137] មាត្រា ៤៦ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[138] មាត្រា ៤៦ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[139] មាត្រា ៤២(២) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[140] មាត្រា ៤២(២) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

ដែលបានរកឃើញថា ទំនិញដែលព្យួរនោះជាទំនិញពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយ។[141] ម្ចាស់សិទ្ធិអាចដឹងអំពីទីកន្លែង និងពេលវេលានៃការព្យួរការធ្វើបែបបទរបស់គយ និង រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ។[142]

ក្នុងអំឡុងពេលព្យួរទុកនេះ ភាគីជាម្ចាស់សិទ្ធិ ក៏ដូចជាអ្នកនាំចូល ឬអ្នកនាំចេញ អាចស្នើសុំរដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចផ្សេងៗទៀត ដើម្បីផ្ទៀងផ្ទាត់ឱ្យច្បាស់ថាតើទំនិញនោះ ពិតជាពាក់ម៉ាកក្លែងក្លាយមែន ឬមិនមែន។ ចំណែក ការសម្រេចអនុញ្ញាត ឬការបដិសេធលើសំណើសុំពិនិត្យនេះ គឺជាឆន្ទានុសិទ្ធិផ្ទាល់របស់រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ឬរបស់អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចនោះ។[143]

ផ្ទុយទៅវិញ បើទោះបីជាចំណាត់ការដែលនាំឱ្យមានការសម្រេចនូវអង្គសេចក្តីត្រូវបានផ្តួចផ្តើមឡើងក៏ការពិនិត្យឡើងវិញមានទាំងការធ្វើសវនាការផង ត្រូវបានរៀបចំឡើង តាមការស្នើសុំពីសំណាក់ចុងចម្លើយដើម្បីសម្រេចនៅក្នុងរយៈពេលមួយសមស្របថា តើវិធាននេះត្រូវតម្កល់ កែតម្រូវ ឬលុបចោល។[144]

ខ. កាតព្វកិច្ច

ក្នុងការពិចារណាអំពីបណ្តឹងនេះរដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចផ្សេងៗទៀត ដែលកំណត់ដោយអនុក្រឹត្យ ក៏មានសិទ្ធិស្នើឱ្យអ្នកប្តឹងបង់ប្រាក់ធានា ឬតម្រូវឱ្យមានការធានា ដែលមានតម្លៃស្មើនៃប្រាក់កក់គ្រប់គ្រាន់ សម្រាប់ការពារអ្នកនាំចូល អ្នកទទួល អ្នកនាំចេញ ឬម្ចាស់ទំនិញ និងអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច។ ប្រាក់ធានា ឬការធានាដែលមានតម្លៃស្មើនៃប្រាក់កក់នេះ ត្រូវបានកំណត់តាមរបៀប និងបែបបទមួយ ដែលមិនត្រូវឱ្យរារាំងដល់ការអនុវត្តនីតិវិធីនេះ ដោយមិនសមហេតុផលឡើយ។[145]

ម្ចាស់សិទ្ធិ ត្រូវទទួលខុសត្រូវចំពោះមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន និងឃ្លាំងដាក់ទំនិញ ពេលឃាត់រក្សាទុក។[146] ឃ្លាំងសម្រាប់ដាក់ទំនិញត្រូវស្ថិតនៅបរិវេណមាត់ច្រកនាំចេញ នាំចូល ដែលកំណត់ និងគ្រប់គ្រងដោយអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច។ ការចំណាយនានាក្នុងការបំផ្លាញចោលទំនិញមិនស្របច្បាប់ជាកាតព្វកិច្ចរបស់ម្ចាស់សិទ្ធិ។

[141] មាត្រា ៤២(២) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[142] មាត្រា ៤៤ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[143] លោក កាន់សុទ្ធប៉ូលីន នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា សិទ្ធិអ្នកនិពន្ធ ម៉ាក ប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម ២០១៣ ទំព័ ១៤៤។

[144] មាត្រា ៤០(៣) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[145] មាត្រា ៣៨ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[146] មាត្រា ៤០ នៃអនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។

ម្ចាស់សិទ្ធិកាលណាបានទទួលដំណឹងអំពីការឃាត់ទុកទំនិញ ក្នុងរយៈពេល ១០ ថ្ងៃ ត្រូវបន្តចំណាត់ការលើអង្គសេចក្តី ឬស្នើសុំឱ្យមានវិធានបណ្តោះអាសន្ន បើពុំនោះទេ ទំនិញនោះនឹងត្រូវដោះលែង តែក្នុងករណីលក្ខខណ្ឌផ្សេងៗទៀតស្រាប់ការនាំចេញ ឬនាំចូលត្រូវបានគោរព។[147]

ម្ចាស់សិទ្ធិត្រូវសងរាល់ការខូចខាត ដែលបណ្តាលមកពីការឃាត់ទំនិញមិនត្រឹមត្រូវ ឬការពន្យារទុកការផ្ទេរបែបបទទំនិញរបស់រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ទៅឱ្យអ្នកនាំចេញ អ្នកនាំចូល និងអ្នកទទួលទំនិញ តាមការសម្រេចរបស់អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច។ ម្ចាស់សិទ្ធិត្រូវសហការណ៍ និងផ្តល់រាល់ព័ត៌មានទាំងឡាយណាដែលស្នើសុំដោយរដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ។

៣.២.២ វិធានការបណ្តោះអាសន្ន

ផ្ទុយអំពីយន្តការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន វិធានការបណ្តោះអាសន្នជាយន្តការ ដែលអនុវត្តតាមផ្លូវតុលាការតែប៉ុណ្ណោះ។ យន្តការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន ដើមចោទត្រូវតម្រូវឱ្យបង់ប្រាក់ធានាដើម្បីធានាការខាតបង់របស់ចុងចម្លើយ ក្នុងករណីគ្មានការរំលោភបំពាន ហើយវាជាលក្ខខណ្ឌពិសេសក្នុងការចេញវិធានការបណ្តោះអាសន្ន។[148] ដោយឡែក យន្តការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន ការបង់ប្រាក់ធានានេះ ច្បាប់បានចែងថា វាគឺជាសិទ្ធិរបស់អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចក្នុងការបង្គាប់ឱ្យដើមចោទតម្កល់[149] ហើយវាមិនមែនជាលក្ខខណ្ឌនៃការដាក់ពាក្យសុំនោះទេ។

៣.២.២.១ គោលបំណងនៃវិធានការបណ្តោះអាសន្ន

វិធានការបណ្តោះអាសន្ននេះបង្កើតឡើងក្នុងគោលបំណងចំនួនបី។ ទីមួយ វិធានការបណ្តោះអាសន្នអាចជួយទប់ស្កាត់ការរំលោភបំពានលើសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា និងដើម្បីទប់ស្កាត់ការហូរចូលទំនិញ ក្នុងបណ្តាញពាណិជ្ជកម្ម ដែលស្ថិតក្រោមដែនសមត្ថកិច្ចរបស់តុលាការ រួមទាំងទំនិញនាំចូលដែលត្រួតពិនិត្យដោយគយ។[150] ទីពីរ វិធាននេះអាចជួយរក្សាទុកភស្តុតាង ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការរំលោភបំពាន ។[151] ការពារព្យសនកម្មដែលមិនអាចជួសជុលបានចំពោះម្ចាស់សិទ្ធិ។[152]

---

[147] មាត្រា ៤០ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[148] មាត្រា ៣០(ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[149] មាត្រា ៣៨ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[150] មាត្រា ៥០(ក) នៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ១៩៩៤។

[151] មាត្រា ៥០ (ខ) នៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ១៩៩៤។

[152] លោកសាស្ត្រាចារ្យ ទេព សុខ, *នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា*. ២០២០ ទំព័រ ៨៥។

៣.២.២.២. លក្ខខណ្ឌនៃវិធានការបណ្តោះអាសន្ន

យន្តការនេះអាចនាំឱ្យមានការប៉ះពាល់ធ្ងន់ធ្ងរដល់សិទ្ធិ និងផលប្រយោជន៍របស់ចុងចម្លើយ ហេតុនេះច្បាប់បានចែងដោយដាក់យន្តការនេះ ត្រូវយកមកអនុវត្តតែក្នុងករណី ដែលលក្ខខណ្ឌតម្រូវដោយច្បាប់ត្រូវបានបំពេញប៉ុណ្ណោះ។ ទីមួយ ការអនុវត្តយន្តការបណ្តោះអាសន្ននេះអាចអនុវត្តន៍បានតែនៅក្នុងពេលវេលាចាំបាច់ និងជាពិសេស ពេលដែលបើមានការយឺតយ៉ាវ នោះអាចនឹងបណ្តាលឱ្យមានភាពអន្តរាយមិនអាចជួសជុលបានចំពោះម្ចាស់សិទ្ធិ ឬនៅពេលដែលភស្តុតាងអាចនឹងត្រូវបំផ្លាញ។[153] ទីពីរ ដើមចោទត្រូវតែផ្តល់នូវភស្តុតាងត្រឹមត្រូវដែលមាន ដែលអាចធ្វើឱ្យតុលាការយល់ស្របក្នុងកម្រិតមួយគ្រប់គ្រាន់ សម្រាប់សន្និដ្ឋានបញ្ជាក់ថា ដើមចោទ គឺជាម្ចាស់ពិតប្រាកដ ហើយសិទ្ធិរបស់អ្នកប្តឹងកំពុងត្រូវបានគេរំលោភ ឬការរំលោភនោះអាចនឹងកើតមានក្នុងពេលឆាប់ៗ។[154] ទីបី ដើមចោទត្រូវតម្កល់ប្រាក់កក់ធានា ឬការធានាផ្សេងទៀត តាមការកំណត់របស់តុលាការ ដើម្បីការពារចុងចម្លើយ ក៏ដូចជាទប់ស្កាត់មិនឱ្យមានការរំលោភបំពានសិទ្ធិតាមសំណាក់រយៈបណ្តឹងដើមចោទ។[155] ប្រសិនបើលក្ខខណ្ឌខាងលើត្រូវបានបំពេញតុលាការនឹងដាក់ចេញនូវវិធានបណ្តោះអាសន្ន តាមការស្នើសុំរបស់ម្ចាស់សិទ្ធិ។

៣.២.២.៣ នីតិវិធីបន្ទាប់

ចំពោះនីតិវិធីនៃដំណើរការវិញ កាលបើវិធានការបណ្តោះអាសន្ននេះ ត្រូវបានអនុញ្ញាតឱ្យដាក់ចេញដោយតុលាការ នោះតុលាការត្រូវជូនដំណឹងដល់ចុងចម្លើយអំពីសេចក្តីសម្រេចនេះ។[156] ប៉ុន្តែ ក្នុងករណីមានការច្រានចោលពាក្យសុំរបស់ដើមចោទ ច្បាប់មិនបានកំណត់សិទ្ធិសម្រាប់ការប្តឹងតវ៉ានោះឡើយ។

នៅពេលដែលវិធានការបណ្តោះអាសន្នត្រូវបានដាក់ចេញដោយតុលាការ ចុងចម្លើយដែលទទួលបានការជូនដំណឹង អាចដាក់ពាក្យបណ្តឹងស្នើសុំឱ្យតុលាការពិនិត្យអំពីវិធានការបណ្តោះអាសន្ននេះឡើងវិញនៅក្នុងរយៈ

---

[153] មាត្រា ៣០ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[154] មាត្រា ៣០ (ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។ មាត្រា ៥០(៣) នៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ១៩៩៤។

[155] មាត្រា ៣០ (ខ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។ មាត្រា ៥០(៣) នៃកិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ១៩៩៤។

[156] មាត្រា ៣១ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

ពេល ១៥ថ្ងៃ នៃថ្ងៃធ្វើការ គិតចាប់ពីថ្ងៃបានទទួលបានដំណឹងនេះ។[157] តាមរយៈបណ្តឹងសុំឱ្យពិនិត្យឡើងវិញដោយចុងចម្លើយ តុលាការត្រូវផ្តល់នូវឱកាសសវនាការឱ្យដល់ភាគីដែលពាក់ព័ន្ធ ហើយត្រូវពិនិត្យវិធានការនោះឡើងវិញថាតើត្រូវតម្កល់ កែតម្រូវ ឬលុបចោលនូវសេចក្តីសម្រេចរបស់ខ្លួន ក្នុងរយៈពេលមួយសមស្របតាមកំណត់ច្បាប់។[158]

យន្តការនេះតម្រូវឱ្យដើមចោទ ត្រូវតែផ្តួចផ្តើមបន្តសំណុំរឿងបណ្តឹង លើអង្គសេចក្តីរបស់ខ្លួន (ពោលគឺត្រូវមានយន្តការស្តាពរទៀត) ក្នុងរយៈពេល ២០ថ្ងៃ នៃថ្ងៃធ្វើការ ដោយគិតពីថ្ងៃបានទទួលដំណឹងអំពីការដាក់ចេញនូវវិធានការបណ្តោះអាសន្ន ឬក្នុងរយៈពេលសមស្រប ដែលកំណត់ដោយតុលាការ។[159] ការខកខានណាមួយពុំបានបន្តសំណុំរឿងនេះ ជាមូលហេតុ ដែលអាចនាំឱ្យតុលាការសម្រេចលុបនូវវិធានការបណ្តោះអាសន្ននោះចោលទៅវិញ តាមសំណើរបស់ចុងចម្លើយបាន។[160]

នៅក្នុងករណីដែលវិធានការបណ្តោះអាសន្ន ត្រូវបានលុបចោលទៅវិញ ឬក្នុងករណីដែលតុលាការសម្រេចនូវអង្គសេចក្តីនៃករណីតាមដំណាក់កាលជំនុំជម្រះក្តី តាមការផ្តួចផ្តើមរបស់ដើមចោទ ប៉ុន្តែបែរជាគ្មានការរំលោភ ឬការគំរាមរំលោភ នោះតាមការស្នើសុំរបស់ចុងចម្លើយតុលាការត្រូវសម្រេចឱ្យដើមចោទសងសំណងសមរម្យឱ្យទៅចុងចម្លើយចំពោះ ការខូចខាតដែលកើតមានឡើងដោយការអនុវត្តនូវវិធានការបណ្តោះអាសន្ននោះ។

៣.២.៣ ការដោះស្រាយវិវាទដោយនាយកដ្ឋានសិទ្ធិកម្មបញ្ញា

ការដោះស្រាយវិវាទនៅនាយកដ្ឋានសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា អាចហៅម្យ៉ាងទៀតថា ការដោះស្រាយវិវាទបឋមក្រៅប្រព័ន្ធតុលាការ (Preliminary Alternative Dispute Resolution) ដែលជានីតិវិធីមួយក្នុងចំណោមនីតិវិធីដ៏ទៃទៀត សម្រាប់ការដោះស្រាយវិវាទកម្មសិទ្ធិបញ្ញាប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។[161] ដូច្នេះនៅថ្ងៃទី ១៩ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ ២០០៧ រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្មបានចេញ ប្រកាសបង្កើតការិយាល័យដោះស្រាយវិវាទកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដែល

---

[157] មាត្រា ៣២ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[158] មាត្រា ៣២ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[159] មាត្រា ៣៣ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[160] មាត្រា ៣៣ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[161] Op Rady. 2014 "Cambodia's Preliminary Alternative Dispute Resolution".

ស្ថិតក្រោមនាយកដ្ឋានសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា របស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។[162] នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា គោរពទៅតាមវិធានក្រៅផ្លូវការមួយដែលដើរតួជាអ្នកសម្រុះសម្រួល ឬជាអន្តការីក្នុងការជួយសម្រួលដល់ម្ចាស់សិទ្ធិ និងអ្នករំលោភបំពានសិទ្ធិ។ ការដោះស្រាយវិវាទបឋមក្រៅប្រព័ន្ធតុលាការជាការបកស្រាយរបស់ លោក អុប វ៉ាឌី ដែលជាប្រធាននាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ចំពោះការដោះស្រាយវិវាទបឋមក្រៅប្រព័ន្ធតុលាការ។

៣.២.៣.១ ការិយាល័យដោះស្រាយវិវាទ

ការិយាល័យវិវាទ គឺជាការិយាល័យមួយចំណុះឱ្យនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។[163] ការិយាល័យនេះត្រូវបានបង្កើតឡើង ក្នុងគោលបំណងដើម្បីសម្របសម្រួល និងដោះស្រាយវិវាទកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដែលស្ថិតនៅក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មតាមនីតិវិធីរដ្ឋបាល។ ការិយាល័យវិវាទមានភារៈកិច្ចដូចតទៅ៖[164]

- ❖ រៀបចំនីតិវិធី និងលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្ត ទាក់ទងនឹងការដោះស្រាយវិវាទ
- ❖ រៀបចំសំណើ និងអនុវត្តគម្រោងទាក់ទងនឹងការងារដោះស្រាយវិវាទ
- ❖ ពិនិត្យ និងដោះស្រាយបណ្តឹងជំទាស់នឹង ការចុះបញ្ជី ការធ្វើមោឃភាព និងការលុបម៉ាក ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្រ្តទំនិញ ម៉ាកសមូហភាព និងម៉ាកបញ្ជាក់អំពីចរិត លក្ខណៈទំនិញ និងសេវា (Certification Mark) និងការទទួលស្គាល់សិទ្ធិនាំចូល ទំនិញពាក់ម៉ាកផ្តាច់មុខ
- ❖ ពិនិត្យ និងដោះស្រាយវិវាទ នៃការរំលោភបំពានម៉ាក ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្រ្តទំនិញ ម៉ាកសមូហភាព និងម៉ាកបញ្ជាក់អំពីចរិតលក្ខណៈទំនិញនិងសេវា (Certification Mark) និងការទទួលស្គាល់សិទ្ធិនាំចូលទំនិញពាក់ម៉ាកផ្តាច់មុខ ការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណ និងសិទ្ធិ អាជីវកម្មពិសេស ព័ត៌មានសម្ងាត់ និងការសម្ងាត់ពាណិជ្ជកម្ម តាមនីតិវិធីសម្រុះសម្រួល វិវាទ សហការជាមួយអង្គភាព មន្ទីរពាក់ព័ន្ធពិនិត្យធ្វើការអង្កេត និងបញ្ឈប់ការពិនិត្យ និងដោះស្រាយវិវាទនៃការរំលោភបំពានម៉ាកទំនិញ ឬសេវាទំនិញដែលមានលក្ខណៈសម្គាល់ភូមិសាស្រ្ត ការទទួលស្គាល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខ ការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណ និងសិទ្ធិធ្វើអាជីវកម្ម។

---

[162]នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, *ប្រវត្តិនៃនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា*, https://cambodiaip.gov.kh/TemplateTwo.aspx?parentId=2&menuid=39&childMasterMenuId=29។ មាត្រា ១ នៃប្រកាសស្តីពីការរៀបចំនិងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។

[163] ប្រកាស៣ នៃប្រកាសស្តីពីការរៀបចំនិងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។

[164] ប្រកាស៨ នៃប្រកាសស្តីពីការរៀបចំនិងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។

៣.២.៣.២ តួនាទី និង នីតិវិធីដោះស្រាយវិវាទ

ដោយមើលឃើញពីបញ្ហាប្រឈមរបស់តុលាការ អ្នកអនុវត្តច្បាប់មួយចំនួនជាធម្មតាណែនាំដល់អតិថិជនរបស់ពួកគេឱ្យឈានដល់ដំណោះស្រាយ នៅចំពោះមុខក្រសួងពាណិជ្ជកម្មព្រោះនីតិវិធីរបស់តុលាការអាចមានរយៈពេលវែងចំណាយច្រើន និងមិនមានភាពស្របគ្នានៃសេចក្ដីសម្រេច។ នីតិវិធីនេះមានការចូលរួមជួយសម្របសម្រួលដោយអន្តរការីអព្យាក្រឹត ពីការិយាល័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដើម្បីជួយសម្រួលដល់ការចរចារវាងភាគីដែលមានទស្សនៈខុសគ្នាដើម្បីដោះស្រាយភាពខុសគ្នា។

នីតិវិធីការដោះស្រាយវិវាទបឋមក្រៅប្រព័ន្ធតុលាការត្រូវបានរៀបចំ ដោយការបើកសវនាការសម្រាប់ការចរចា ដែលស្រដៀងទៅនឹងដំណើរការសវនាការ ឬការសម្រុះសម្រួលដែរ។ អន្តរការីរួមមានប្រធាន ឬអនុប្រធានការិយាល័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដែលអមដោយប្រធាន ឬអនុប្រធានការិយាល័យទទួលបន្ទុកកិច្ចការ និងលេខាធិការដែលមានចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍ពាក់ព័ន្ធនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ ក្នុងករណីខ្លះ អន្តរការីជួយដល់ភាគីក្នុងការដោះស្រាយវិវាទរបស់ពួកគេ ដោយផ្អែកលើផលប្រយោជន៍រៀងៗខ្លួនរបស់ភាគី។ លិទ្ធផលនៃការដោះស្រាយជាធម្មតាមានអានុភាពអានុវត្តន៍ដូចទៅនឹងកិច្ចសន្យា។ ប្រសិនបើការផ្សះផ្សាបានបរាជ័យ ម្ចាស់សិទ្ធិក៏អាចដាក់ពាក្យបណ្ដឹងបានដែរ។ ការដោះស្រាយតាមនីតិវិធីនេះអាចនាំឱ្យមានអានុភាពចាប់ចងភាគី ឬក៏មិនចាប់ចងភាគីឡើយ។

ដើមបណ្ដឹងអាចចាត់វិធានការប្រឆាំងនឹងអ្នករំលោភបំពានម៉ាក ទៅការិយាល័យវិវាទដែលដើរតួជាអន្តរការី ដោយភ្ជាប់ជាមួយនឹងរបាយការណ៍ស៊ើបអង្កេត និងភស្តុតាងគាំទ្រ ដែលបង្ហាញពីអ្នករំលោភដែលបានចោទប្រកាន់ចូលរួមនៅក្នុងសកម្មភាពរំលោភ។[165] ភស្តុតាងគាំទ្រអាចរួមបញ្ចូលវិញ្ញាបណ្ណបត្រនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក រូបថតចម្លងនៃម៉ាកដែលប្រើសប្រាស់ រូបថតនៃផលិតផលដាក់លក់ដោយរំលោភបំពាន និងវិក័យបត្រទិញលក់ដែលបង្ហាញឈ្មោះហាងនិងពិពណ៌នាអំពីផលិតផល។[166]

ប្រសិនបើភស្តុតាងគាំទ្រ ក្នុងករណីបឋមនៃការរំលោភបំពានទាក់ទងនឹងនីតិវិធីរដ្ឋបាលលិខិតផ្លូវការនឹងត្រូវបានផ្ញើក្នុងការស្នើសុំឱ្យជនសង្ស័យនៃការរំលោភបំពានចូល វិវាទ ដើម្បីពិភាក្សាអំពីវិវាទនិងចរចាបញ្ចប់ការរំលោភបំពាន។ បន្ទាប់មក ភាគីនឹងចូលរួមក្នុងនីតិវិធីសម្រុះសម្រួលរបស់ការិយាល័យវិវាទ។ ការព្រមព្រៀងរវាង

---

[165] Sokmean Chea. Chandavya Ing. "Administrative trade mark proceedings in Cambodia". April 2016.

[166] Sokmean Chea. Chandavya Ing. "Administrative trade mark proceedings in Cambodia". April 2016.

ភាគីអាចជា ឈប់នាំចូលឬលក់ផលិតផលដែលរំលោភបំពាន បំផ្លាញរាល់បញ្ជីសារពើភណ្ឌនៃផលិតផលរំលោភបំពាននានា និងផ្តល់ភស្តុតាងនៃការបំផ្លាញឬប្រគល់សារពើភណ្ឌទៅម្ចាស់ផ្លាកពាណិជ្ជកម្ម ដើម្បីបំផ្លាញ ការបិតសង្វាក់នៃការផ្គត់ផ្គង់ ការប្រមូលផលិតផលពីទីផ្សារ និងការធ្វើវិសោធនកម្មសញ្ញាសំគាល់របស់អ្នករំលោភប្រសិនបើជម្លោះទាក់ទងនឹងបញ្ហាស្រដៀងគ្នា។

នៅក្នុងការអនុវត្តជាក់ស្តែង ជនសង្ស័យនៃការរំលោភបំពានកម្រនឹងព្រងើយកន្តើយនឹងការអញ្ជើញរបស់នាយកដ្ឋានសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញាណាស់ ព្រោះតាមធម្មតាការស្នើសុំរបស់រដ្ឋាភិបាលវាគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីបង្ខំពួកគេចូលរួមសហការ។ កិច្ចដំណើរការនីតិវិធីរដ្ឋបាលជាធម្មតាបង្កើតលិទ្ធផលវិជ្ជមាន។ ជាធម្មតា លិខិតអញ្ជើញត្រូវធ្វើឡើងយ៉ាងហោចណាស់បីដង។ ប្រសិនបើ អ្នករំលោភបន្តមិនអើពើនឹងសំណើនោះទង្វើនៃការមិនចូលរួម ក្នុងនីតិវិធីទនោះ វាអាចជាភស្តុតាងគាំទ្រនៃការរំលោភបំពាននៅក្នុងនីតិវិធីតុលាការជាបន្តបន្ទាប់។ នេះគឺជាផលវិបាកពិតប្រាកដតែមួយគត់ដែលអ្នករំលោភប្រឈមនឹងការមិនអើពើនឹងលិខិតអញ្ជើញ។

អន្តរការីនឹងដឹកនាំ និងគ្រប់គ្រងដំណើរការនៃនីតិវិធី ប៉ុន្តែលិទ្ធផលនៃការដោះស្រាយគឺត្រូវបានកំណត់ដោយភាគី។ ស្វ័យភាពរបស់ភាគីគ្រប់គ្រងដំណើរការនេះ ដូចនេះអន្តរការីដែលជាអធិបតីមិនមានសិទ្ធិអំណាចក្នុងការសម្រេចចិត្តឡើយ។ ទោះយ៉ាងណា ភាគីអាចស្នើសុំឱ្យអន្តរការីជាប្រធានផ្តល់មតិ។ លើសពីនេះទៅទៀតអន្តរការីដែលដឹកនាំដោយគ្មានអំណាចណាអាចអនុវត្តសេចក្តីសម្រេចនោះទេ។

ក្នុងករណី ជនសង្ស័យនៃការរំលោភបំពានមិនបានចូលរួមនីតិវិធីដោះស្រាយឱ្យបានពេញលេញទេនោះ ឬបដិសេធមិនចូលរួមក្នុងដំណើរការនីតិវិធីដោះស្រាយវិវាទ ម្ចាស់សិទ្ធិអាចដាក់ពាក្យបណ្តឹងព្រហ្មទណ្ឌ និងរដ្ឋប្បវេណី តាមរយៈតុលាការនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។

៣.២.៣.៣ ផលប្រយោជន៍នៃនីតិវិធីការដោះស្រាយវិវាទបឋមក្រៅប្រព័ន្ធតុលាការ

នីតិវិធីការដោះស្រាយវិវាទនេះមានលក្ខណៈសមស្របទៅនឹងវិវាទកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដូចជា៖[167]

- នីតិវិធីអព្យាក្រឹតមួយ៖ កម្មសិទ្ធិបញ្ញាត្រូវបានគេប្រើជាឧបករណ៍ជំនួយ ក្នុងការសហការជាអន្តរជាតិ និងត្រូវបានការពារតាមរយៈនីតិវិធីផ្សេងគ្នាក្នុងយុត្តាធិការច្រើន និងហានិភ័យនៃលិទ្ធផលមិនស្របគ្នា។ ដោយសារតុលាការមានបទពិសោធន៍តិចតួចជាមួយនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា វានឹងមានហានិភ័យ

[167] Op Rady. 2014, "Cambodia's Preliminary Alternative Dispute Resolution", page 4&5.

នៃលិទ្ធផលមិនស្របគ្នា។ តាមសំណើរបស់ភាគីណាមួយនៃជម្លោះ បញ្ហាអាចត្រូវបានដោះស្រាយក្រោមនីតិវិធីការដោះស្រាយវិវាទបឋមក្រៅប្រព័ន្ធតុលាការ ដើម្បីជៀសវាងការចំណាយពេលវេលា ទឹកប្រាក់ និងភាពស្មុគស្មាញនៃវិវាទពហុយុត្តាធិការ។ នីតិវិធីនៃការដោះស្រាយវិវាក្រៅប្រព័ន្ធតុលាការនេះដើរតួជាជម្រើសដ៏ល្អ ដែលចំណាយពេលចន្លោះពី ២ ទៅ ៤ សប្តាហ៍ ដើម្បីឈានដល់ការព្រមព្រៀង។ ចំណែកឯ ការចំណាយក៏មានប្រសិទ្ធិភាព និងបង់ត្រឹមតែថ្លៃរដ្ឋបាលបន្ទាប់បន្សំប៉ុណ្ណោះ។

- ភាគីមានស្វ័យភាព៖ នីតិវិធីការដោះស្រាយវិវាទមានលក្ខណៈជារឿងឯកជនរបស់បុគ្គល។ អន្តរការីផ្តល់ឱ្យភាគីនូវឱកាសក្នុងការគ្រប់គ្រង់របៀបនៃវិធីដោះស្រាយវិវាទ ដូចជាអំណាចចរចារបស់ភាគីក្នុងដំណើរការនៃការចរចា។ ការចរចារទាមទារសំណាង គឺប្រសើរជាងការកាត់ទោសអ្នករំលោភបំពាន ដោយមានលទ្ធភាពនៃការជាប់ពន្ធនាគារក្រោមកិច្ចនីតិវិធីរបស់តុលាការ។
- អព្យាក្រឹតភាពនៃនីតិវិធីការដោះស្រាយវិវាទក្រៅប្រព័ន្ធតុលា៖ វាបានផ្តល់ឱកាសដល់ភាគីទាំងពីរក្នុងការអនុវត្តអំណាចចរចា ដែលផ្តោតលើផលប្រយោជន៍ភាគីទាំងសងខាង។ រីឯ ការដោះស្រាយវិវាទក្នុងប្រព័ន្ធតុលាការវិញ ចៅក្រមធ្វើការវិនិច្ឆ័យ ដែលអាចតែផ្តល់ផលប្រយោជន៍ទៅដល់ភាគីណាម្នាក់តែប៉ុណ្ណោះ។
- ជំនាញច្បាស់លាស់៖ ជាអន្តរការី ដែលចូលរួមក្នុងនីតិវិធីការដោះស្រាយវិវាទក្រៅប្រព័ន្ធតុលាការមានជំនាញពិសេសក្នុងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដែលចាំបាច់ក្នុងការដោះស្រាយជម្លោះ។
- រក្សាការសម្ងាត់៖ នៅក្នុងនីតិវិធីការដោះស្រាយវិវាទក្រៅប្រព័ន្ធតុលាការ ភាគីអាចរក្សាដំណើរការនីតិវិធីនិងលិទ្ធផលណាមួយជាការសម្ងាត់ ទៅតាមការព្រមព្រៀងរបស់ពួកគេ។ ភាគីទាំងពីរអាចអនុវត្តកិច្ចព្រមព្រៀងដូចកិច្ចសន្យាដែរ។
- ប្រសិទ្ធភាព៖ ការទទួលស្គាល់អំពីតម្រូវការសម្រាប់នីតិវិធីដោះស្រាយវិវាទមានប្រសិទ្ធិភាព នីតិវិធីនេះផ្តល់ឱ្យភាគីក្នុងការគ្រប់គ្រងពេលវេលា ដើម្បីឈានដល់លិទ្ធផលយ៉ាងឆាប់រហ័ស ដូចពួកគេចង់បាន។ នៅពេលដែលអ្នករំលោភបំពានសិទ្ធិព្យាយាមពន្យាពេលដំណើរការនៃនីតិវិធីរបស់ម្ចាស់សិទ្ធិ អន្តរការីអាចការពារសិទ្ធិ ក្នុងការកំណត់ពេលវេលាសម្រាប់ការបិទដំណើរការនីតិវិធី។ ដោយមានជំនួយពីអ្នកជំនាញអព្យាក្រឹត្យ កិច្ចព្រមព្រៀងចុងក្រោយរបស់ភាគីអាចបញ្ចាប់ឆាប់រហ័ស។

❖ កិច្ចព្រមព្រៀងចុងក្រោយ៖ សេចក្តីសម្រេចរបស់តុលាការអាចត្រូវបានប្តឹងជំទាស់ ឬប្តឹងឧទ្ធរណ៍។ ចំណែកឯ កិច្ចព្រមព្រៀងនៃនីតិវិធីដោះស្រាយវិវាទបឋមក្រៅប្រព័ន្ធតុលាការ មិនអាចត្រូវបានប្តឹងឧទ្ធរណ៍ឡើយ។ ប៉ុន្តែក្នុងករណីមានការរំលោភបំពានកិច្ចព្រមព្រៀងរបស់ភាគី ភាគីនៃកិច្ចសន្យាអាចប្តឹងឧទ្ធរណ៍ទៅតុលាការបាន។

៣.២.៤ ទោសប្បញ្ញត្តិ

អំពើដែលត្រូវបានកំណត់ថាជា ការរំលោភបំពានទៅលើសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជីជាបទល្មើស ហើយអ្នកដែលប្រព្រឹត្តបទល្មើសទាំងនោះនឹងទទួលខុសត្រូវចំពោះមុខច្បាប់។ ការប្រព្រឹត្តអំពើរំលោភបំពាននឹងត្រូវទទួលខុសត្រូវចំពោះ ទោសរដ្ឋប្បវេណីផង នឹងទោសព្រហ្មទណ្ឌផង។

៣.២.៤.១. ទោសរដ្ឋប្បវេណី

ការរំលោភបំពានលើសិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាក អាចធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ទៅដល់ស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ច ក្នុងទីផ្សាររបស់ម្ចាស់សិទ្ធិ។ ជាក់ស្តែង ករណីដែលតតិយជនណាម្នាក់ប្រើប្រាស់ ឬក្លែងបន្លំម៉ាករបស់ម្ចាស់សិទ្ធិ វានឹងនាំឱ្យមានការប្រគួតប្រជែងនៅក្នុងទីផ្សារ បន្ទាប់មកវានឹងបណ្តាលឱ្យចំនួនការលក់របស់ម្ចាស់សិទ្ធិមានការធ្លាក់ចុះ។ ក្នុងស្ថានភាពបែបនេះ យើងអាចមើលឃើញថាការរំលោភបំពាននេះបានបង្កព្យសនកម្មខាងសេដ្ឋកិច្ចរបស់ម្ចាស់សិទ្ធិ ហើយម្ចាស់សិទ្ធិអាចប្តឹងទាមទារសំណងចំពោះព្យសនកម្មទៅតុលាការបាន។ ម្ចាស់សិទ្ធិត្រូវបង្ហាញភស្តុតាងដោយបញ្ជាក់ថា ព្យសនកម្មដែលកើតមានក្នុងពេលបច្ចុប្បន្នជាព្យសនកម្មផ្ទាល់ខ្លួន ហើយវាជាផលវិបាកផ្ទាល់នៃអំពើល្មើស។[168]

មានមតិមួយបានលើកឡើងថា ការរំលោភបំពានទៅលើសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកមិនត្រឹមតែបង្កព្យសនកម្មក្នុងពេល ដែលមានការរំលោភបំពានទេ ប៉ុន្តែវាអាចនឹងបន្តដល់ពេលអនាគត។ ដោយហេតុថា ម៉ាកត្រូវបានប្រើប្រាស់ក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មសម្រាប់សម្គាល់ផលិតផលណាមួយ ហើយវាក៏ជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់ក្នុងការទាក់ទាញយកទំនុកចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ផងដែរ។ ការខូចខាតនាពេលអនាគត ដោយសារតែការរំលោភបំពានម្ចាស់ម៉ាកក៏អាចទាមទារបានដែរ។

[168] មាត្រា ១៣ នៃក្រមនីតិវិធីព្រហ្មទណ្ឌ ២០០៧។

៣.២.៤.២ ទោសព្រហ្មទណ្ឌ

ទោសព្រហ្មទណ្ឌរួមមានទោសពិន័យជាប្រាក់ និងទោសដាក់ពន្ធនាគារ។ ទោសព្រហ្មទណ្ឌនេះត្រូវបានកំណត់ទៅតាមប្រភេទនៃការរំលោភបំពាន។ ការក្លែងបន្លំពាណិជ្ជសញ្ញា សេវាសញ្ញា ម៉ាកសមូហភាព ឬពាណិជ្ជនាមរបស់សហគ្រាសមួយផ្សេងទៀត ដែលបានចុះបញ្ជី នៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ការនាំចូល លក់ ប្រកាសលក់ ឬមានបំណងលក់ ដោយចេតនានូវទំនិញ ដែលមានម៉ាកក្លែងបន្លំ ឬមានចេតនាផ្តល់សេវា ចំពោះសេវាសញ្ញា ម៉ាកសមូហភាព ឬពាណិជ្ជនាមក្លែងបន្លំត្រូវផ្តន្ទាទោសពិន័យជាប្រាក់ពី ១.០០០.០០០ (មួយលាន) រៀល ដល់ ២០.០០០.០០០ (ម្ភៃលាន)រៀល និងត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី ១ (មួយ) ឆ្នាំ ដល់ ៥ (ប្រាំ) ឆ្នាំ ឬទោសណាមួយនៃទោសទាំងពីរនេះ។[169]

ការត្រាប់តាមពាណិជ្ជសញ្ញា ឬសេវាសញ្ញាម៉ាកសមូហភាព របស់សហគ្រាសមួយ ដែលបានចុះបញ្ជីនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ក្នុងគោលបំណងបំភាន់សាធារណជនឱ្យជឿថា ពាណិជ្ជសញ្ញា សេវាសញ្ញា ម៉ាកសមូហភាព ឬពាណិជ្ជនាមទាំងនោះជារបស់សហគ្រាសមួយផ្សេងទៀតត្រូវពិន័យជាប្រាក់ពី ៥.០០០.០០០ (ប្រាំលាន) រៀល ដល់ ១០.០០០.០០០ (ដប់លាន) រៀល និងត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី ១ (មួយ) ខែ ដល់ ១ (មួយ) ឆ្នាំ ឬទោសណាមួយនៃទោសទាំងពីរនេះ។[170] ការនាំចូល លក់ ប្រកាសលក់ ឬមានបំណងលក់ ដោយចេតនា នូវទំនិញដែលមានម៉ាកត្រាប់តាមគេត្រូវផ្តន្ទាទោសដូចគ្នាដែរ។[171]

ក្នុងករណីមិនរាងចាលចំពោះបទល្មើសត្រូវផ្តន្ទាទោសទ្វេរឡើង ទាំងទោសពិន័យជាប្រាក់ និងទោសដាក់ពន្ធធនាគារ ដែលមានបញ្ញត្តិនៅក្នុងមាត្រានោះ។[172] ការនាំចូល លក់ ផ្តល់ឱ្យសម្រាប់លក់ ឬមានគោលបំណងលក់ទំនិញទាំងឡាយដោយបំពានច្បាប់នេះត្រូវរឹបអូស ឬ/និងបំផ្លាញចោល តាមសេចក្តីសម្រេចរបស់តុលាការទោះជាមាន ឬគ្មានអ្នកណាម្នាក់ត្រូវបានជាប់ទោសចំពោះបទល្មើសក៏ដោយ។[173]

---

[169] មាត្រា ៦៤ និង ៦៦ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[170] មាត្រា៦៥ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[171] មាត្រា៦៦ (២) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[172] មាត្រា ៦៧ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

[173] មាត្រា៦៩ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២០០២។

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

តាមរយៈការសិក្សាលម្អិតអំពីប្រធានបទម៉ាកខាងលើនេះ ម៉ាក ឬពាណិជសញ្ញាពិតជាមានសារៈសំខាន់ក្នុងការធ្វើពាណិជ្ជកម្មលើផលិតផល និងសេវារបស់ម្ចាស់ម៉ាកនោះ។ ម្យ៉ាងវិញទៀត អ្វីដែលរឹតតែមានសារៈសំខាន់ និងជាអ្វីដែលម្ចាស់ម៉ាកមិនគួរមើលរំលង គឺធ្វើយ៉ាងណាដើម្បីឱ្យម៉ាករបស់ខ្លួនត្រូវបានអ្នកដ៏ទៃយកទៅប្រើប្រាស់ដោយគ្មានការយល់ព្រមជាមុនរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ដែលវាទង្វើមិនស្មោះត្រង់ក្នុងសកម្មភាពអាជីវកម្ម។ ការទទួលបានការការពារលើម៉ាកមិនអាចកើតឡើយ ដោយឯកឯងនោះទេ ប៉ុន្តែវាតម្រូវឱ្យមានការបំពេញលក្ខខណ្ឌ ព្រមទាំងនីតិវិធី ដែលច្បាប់បានកំណត់។ ដើម្បីទទួលបានការការពាចំពោះពាណិជ្ជសញ្ញារបស់ខ្លួន ម្ចាស់ម៉ាកត្រូវតែយកសញ្ញានៅទៅចុះបញ្ជីនៅនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា នៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ លើសពីនេះ សញ្ញានោះត្រូវតែប្រាកដថាជាសញ្ញាដែលអាចមើលឃើញ និង អាចសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញ និងសេវារបស់សហគ្រាសដ៏ទៃ។

បន្ទាប់ពីបំពេញតាមល័ក្ខខណ្ឌដែលច្បាប់តម្រូវ ម្ចាស់ម៉ាកនឹងមានសិទ្ធិស្របច្បាប់ និងទទួលបានការការពារចំពោះសិទ្ធិពាក់ព័ន្ធនឹងម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីនោះ។ លក្ខណៈសំខាន់ជាសារវន្តនៃការចុះបញ្ជី គឺដើម្បីទទួលបានសិទ្ធិប្រើប្រាស់ផ្តាច់មុខលើ សិទ្ធិម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីនោះ។ ជាក់ស្តែងស្របតាមច្បាប់ និង បទប្បញ្ញាតិគតិយុត្តស្តីអំពីម៉ាក ម្ចាស់ម៉ាកអាចទាយយកប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ចតាមរយៈការធ្វើកិច្ចសន្យាអនុប្បទានម៉ាក កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ និងកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្ម។ ប៉ុន្តែ ពាក់ព័ន្ធនឹងការប្រើប្រាស់ម៉ាកមួយចំនួនមិនត្រូវបានចាត់ទុកជាការរំលោភបំពានម៉ាកនោះទេ រួមមាន (១)ម្ចាស់ម៉ាកនឹងបាត់បង់សិទ្ធិលើផលិតផលរបស់ខ្លួន នៅពេលម្ចាស់ម៉ាកបានលក់ ឬអនុញ្ញាតិឱ្យលក់ផលិតផលនោះនៅក្នុងទីផ្សារនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា និង (២) ការប្រើប្រាស់សម្រាប់តែបម្រើផលប្រយោជន៍ផ្ទាល់ខ្លួនពុំត្រូវបានចាត់ទុកថាជាអំពើរំលោភម៉ាកទេ។

លើសនេះទៅទៀត សិទ្ធិដែលកើតឡើងពីការចុះបញ្ជីក៏អាចប្រើប្រាស់ប្រឆាំង និង ទុបស្កាត់ចំពោះការរំលោភបំពានលើសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកផងដែល។ ការរំលោភបំពានអាចកើតចេញពីការប្រើប្រាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីហើយ ដោយតតិយជនណាម្នាក់គ្រប់ទម្រង់ក្នុងបំណងដើម្បីទាយយកប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ច។ ម្ចាស់ម៉ាកត្រូវបានផ្តល់ឱ្យនូវវិធានការមួយចំនួនសម្រាប់ទប់ស្កាត់ការរំលោភបំពាន និងដោះស្រាយវិវាទពាក់ព័ន្ធជាមួយនឹងម៉ាក។ វិធានទីមួយជាវិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន ដែលអាចអនុញ្ញាតឱ្យម្ចាស់ម៉ាក់ធ្វើការរារាំងខ្ទប់ការនាំចូលនូវផលិតផលក្លែងក្លាយបន្លំម៉ាកមកក្នុងកម្ពុជា។ វិធានទីពីជាវិធានការបណ្តោះអាសន្នដែលអាចជួយទប់ស្កាត់ការ

រំលោភបំពានលើសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា និងដើម្បីទប់ស្កាត់ការហូចូលទំនិញក្នុងបណ្តាញពាណិជ្ជកម្ម។ ក្រៅពីនេះ ម្ចាស់ម៉ាកអាចប្តឹងទៅតុលាការសម្រាប់ទាមទាសំណងសម្រាប់ព្យសនកម្ម ដែលបានកើតមានចំពោះខ្លួនទៅតុលាការបាន។ ប៉ុន្តែប្រសិន បើម្ចាស់ម៉ាកចង់បានដំណោះស្រាយមួយ ដែលប្រកបដោយការសម្ងាត់ក្នុងការដោះស្រាយវិវាទ ចំណាយថវិកា និងពេលវេលាតិចតួច នោះម្ចាស់ម៉ាកអាចសម្រេចចិត្តយកបញ្ហានៃការការរំលោភបំពានលើសិទ្ធិលើម៉ាកទៅការិយាល័យវិវាទ នៃនាយកដ្ឋានសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា របស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។

ច្បាប់ម៉ាកបានកំណត់យ៉ាងជាក់លាក់ចំពោះល័ក្ខខណ្ឌគ្រឹះ និងលក្ខខណ្ឌទម្រង់ដើម្បីទទួលបានការការពារចំពោះម៉ាក ដែលវាបានផ្តល់ភាពងាយស្រួលសម្រាប់ម្ចាស់ម៉ាក និងអ្នកអនុវត្តច្បាប់អនុវត្តតាមគោការណ៍ទាំងនេះបានត្រឹមត្រូវ និងប្រកបដោយប្រសិទ្ធិភាព។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ចំពោះម្ចាស់ម៉ាក នៅពេលដែលមានការរំលោភបំពានកើតឡើង ការទប់ស្កាត់រារាំងការរំលោភបំពានលើម៉ាកគឺសំខាន់បំផុត ចំពោះការខាតទំនិញក្លែងក្លាយកុំឱ្យចូលក្នុងទីផ្សា និងប្រមូលទុកភស្តុតាងសម្រាប់កសាងសំណុំរឿងទៅតុលាការ។ វិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែនជាវិធានដែលឆាប់រហ័ស និងមានប្រសិទ្ធិភាពបំផុតក្នុងការឃាត់ទុកទំនិញក្លែងក្លាយ។ ការដោះស្រាយវិវាទក្រៅប្រព័ន្ធតុលាការរបស់ការិយាល័យដោះស្រាយវិវាទមានលក្ខណៈសាកសម នឹងវិវាទកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដោយហេតុថាមធ្យោបាយដោះស្រាយវិវាទនេះមានភាពឆាប់រហ័ស ភាពបត់បែន រក្សាការសម្ងាត់ ព្រមទាំងចំណាយថវិកាតិច។

អនុសាសន៍

ច្បាប់ និងវិធានគតិយុត្តដែលគ្រប់គ្រងលើម៉ាកត្រូវបានបង្កើតឡើងតាំងពីឆ្នាំ ២០០២ និងបានអភិវឌ្ឍន៍ជាបន្តបន្ទាប់រហូតដល់ពេលបច្ចុប្បន្ន ក្នុងការផ្តល់ការការពារសិទ្ធិលើម៉ាក និងផ្តល់វិធានការទប់ស្កាត់ និងដោះស្រាយលើការរំលោភបំពានលើម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចរាល់។ ប៉ុន្តែក្រោយពីបានសិក្សាបន្ថែមលើចំនុចពាក់ព័ន្ធទៅនឹងការការពារសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាក វិធានគតិយុត្តដែលគ្រប់គ្រងលើម៉ាក គឺនៅមិនទាន់មានភាពគ្រប់គ្រាន់ និងច្បាស់លាស់នៅឡើយទេ។

ទីមួយ ផ្តល់ការអប់រំផ្សព្វផ្សាយឱ្យមានភាពទូលំទូលាយអំពីចំណេះដឹងនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក និងការរំលោភបំពានលើម៉ាក។ ការយល់ដឹងអំពីការទទួលបានការការពារចំពោះម៉ាក វាពិតជាមានជាផលប្រយោជន៍សម្រាប់អាជីវករ និងអ្នកជំនួញក្នុងស្រុក។ ការយល់ដឹងទាំងនេះនាំឱ្យអាជីវករគ្រប់រូប អាចព្យាករណ៍ដឹងអំពីសិទ្ធិ កាតព្វកិច្ច ក្នុងការចុះបញ្ជីដើម្បីទទួលបានការការពារ និងជៀសវៀងការរំលោភបំពានលើម៉ាកស្របច្បាប់។ ទោះបីជាកម្ពុជាបានអនុវត្តច្បាប់ និងវិធានគតិយុត្តសម្រាប់ការពារសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកក៏ពិតមែន ក៏ប៉ុន្តែ ម៉ាកក្លែងក្លាយនៅតែមានក្នុងទីផ្សារ ហើយវិវាទពាក់ព័ន្ធនិងម៉ាកនៅតែបន្តកើតមាន។[174] ដូចនេះ ការផ្សព្វផ្សាយអំពីសិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាក និងការរំលោភបំពានលើម៉ាកជាគម្រោងបាយល្អបំផុត។

ទីពីរ វាក្យស័ព្ទនៅក្នុងច្បាប់ និងវិធានគតិយុត្តពុំទាន់បានផ្តល់និយមន័យបានច្បាស់លាស់នូវពាក្យគន្លឹះក្នុងការបកស្រាយនៅឡើយ។ ការរំលោភបំពានមិនបានកំណត់និយមន័យច្បាស់លាស់ ពាក្យថា "ការក្លែងបន្លំម៉ាក" "ការច្រកផលិតផល" "ការប្រើប្រាស់ម៉ាក" សុទ្ធសឹងតែមិនបានផ្តល់និយមន័យ និងការកំណត់ភាពខុសគ្នានៅឡើយ ដូច្នេះហើយវាពិតជាមានការលំបាកចំពោះអ្នកអនុវត្តច្បាប់។ ម្យ៉ាងទៀត ច្បាប់ និងវិធានគតិយុត្តក៏មិនបានកំណត់ពន្យល់អំពីម៉ាកល្បីនោះដែរ។ ការការពារចំពោះម៉ាកល្បី គឺមានភាពទូលំទូលាយជាសលកលោកដែលអាចទទួលបានដោយមិនតម្រូវឱ្យមានលក្ខខណ្ឌចុះបញ្ជី។ ការកំណត់អំពីម៉ាកល្បីនេះ វាពិតជាមានផលប្រយោជន៍ណាស់សម្រាប់ម្ចាស់ម៉ាកគ្រប់ៗរូបឱ្យយល់អំពីសិទ្ធិរបស់ពួកគាត់។

ទីបី យន្តការដោះស្រាយវិវាទនៃនាយកដ្ឋានសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញាត្រូវបានពិចារណាថាជាមធ្យោបាយសមស្របមួយសម្រាប់ដោះស្រាយវិវាទកម្មសិទ្ធិ វិវាទកម្មសិទ្ធបញ្ញា ដោយហេតុថា មធ្យោបាយផ្តល់ផលប្រយោជន៍ទាំងការចំណាយថវិការតិច មានភាពឆាប់រហ័ស និងរក្សាការសម្ងាត់របស់ភាគីទៀតផង។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ភាគីក៏

[174] នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា. *របាយការណ៍ការងារប្រចាំឆ្នាំ ២០១២ និងទិសដៅការងារឆ្នាំ២០១៣*, ២០១២។

អាចជ្រើសរើសមធ្យោបាយដោះស្រាយផ្សេងពីនេះនៅពេលណាក៏បាន។ នាយកដ្ឋានសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញាមានវិធាន និងយុត្តសាស្ត្រឱ្យជនសង្ស័យនៃការរំលោភបំពានចូលក្នុងមកដោះស្រាយជាមួយនឹងម្ចាស់សិទ្ធិ។ ដោយឡែក នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពុំទាន់បានដាក់ចេញនូវនីតិវិធីមួយជាផ្លូវការ សម្រាប់ការដោះស្រាយវិវាទនៅឡើយទេ។ ដូចនេះ ការបង្កើតនីតិវិធីនៃការដោះស្រាយវិវាទបបមក្រៅប្រព័ន្ធតុលាការ របស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាបង្កើតនូវភាពច្បាស់លាស់មួយយសម្រាប់នីតិវិធីនេះ ស្របពេលជាមួយគ្នានេះវាក៏បង្កើនការយល់ដឹងបន្ថែមលើមធ្យោបាយ ដោះស្រាយវិវាទនេះថែមទៀតផង។

ឯកសារយោង

ច្បាប់

១. អនុសញ្ញាទីក្រុងប៉ារីសស្តីពីកិច្ចព្រមព្រៀងការពារកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម, ២០ មីនា ១៨៨៣

២. កិច្ចព្រមព្រៀងស្តីពីទិដ្ឋភាពពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, ១៥ មេសា ១៩៩៤

៣. ក្រមរដ្ឋប្បវេណី, លេខ នស/រកម/១២០៧/០៣០, ០៨ ធ្នូ ២០០៧។

៤. ក្រមនីតិវិធីរដ្ឋប្បវេណី, លេខ នស/រកម/០៧០៦/០២១, ១៦ កក្កដា ២០០៦។

៥. ក្រមនីតិវិធីព្រហ្មទណ្ឌ, លេខ នស/រកម/០៨០៧/០២៤, ១១ សីហា ២០០៧។

៦. ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, លេខ នស/រកម/០២០២/០០៦, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២។

៧. Singapore Trade Marks Act, Bill No.42/1998, 12 October 1998.

អនុក្រឹត្យ

១. អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, លេខ៦៤អនក្រ.បក, ១២ កក្កដា ២០០៦។

ប្រកាស

១. ប្រកាសស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, លេខ២០៦ពណបកប្រក., ២៤ កក្កដា ២០១៤។

២. ប្រកាសស្តីពីការកត់ត្រាកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណចំពោះម៉ាក និងកិច្ចសន្យាផ្តល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្ម, លេខ០៣៦ពណកសប.ប្រក., ១៣ មករា ២០២០។

សារាចរ

១. សារាចរណែនាំស្តីពីរការទទួលស្គាល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាក, លេខ០៧សរណន, ០៦ សីហា ២០១៥។

សាលដីកា/សាលក្រម

១. Bundesgerichtshof, C-39/97 29 September 1998.

២. Bundesgerichtshof, C-215/97 11 November 1997.

៣. Intellectual Property office, O/344/01 9 August 2001

៤. Landgerich Munchen I, C-342/97 22 June 1999.

៥. The Tribunal de Commerce de Tournai, C-375/97 14 September 1999.

សៀវភៅ

១. កាន់ សុទ្ធប៉ូលីន ,២០១៣. *នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា សិទ្ធិអ្នកនិពន្ធ ម៉ាក ប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម*។

២. ទេព សុខ, ២០២០. *នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា*។

៣. នី វិចិត្រ ,*នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា.* ២០១៣។

៤. L.T.C. Harms. 2018. *A Casebook on the Enforcement of Intellectual Property Rights* [សៀវភៅស្តីពីការអនុវត្តសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា]. Switzerland: World Intellectual Property

៥. Phin Sovath. 2012. *Introduction to Cambodian*: Chapter 11 Ecomonic Law:Intellectual

៦. Property Rights [សេចក្តីណែនាំអំពីប្រទេសកម្ពុជា ជំពូក១១ ច្បាប់សេដ្ឋកិច្ច៖ កម្មសិទ្ធិបញ្ញា]. Phnom Penh: Konrad-Adenauer-Stiftung.

៧. World Intellectual Property Organization, *International Classification of Goods and Services*, 2001.

៨. World Intellectual Property Organization, *Introduction to trademark law and practice*, 1993.

ឯកសារមិនបានបោះពុម្ពផ្សាយ

១. Ewelina Sliwinska. "CarIPL Likelihood of confusion webinar". 08 July 2020.

២. Op Rady. "Cambodia's Preliminary Alternative Dispute Resolution". March 2014.

៣. Sokmean Chea. Chandavya Ing. "Administrative trade mark proceedings in Cambodia". April 2016.

របាយការណ៍

១. នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា. ២០១២. របាយការណ៍ការងារប្រចាំឆ្នាំ ២០១២ និងទិសដៅការងារឆ្នាំ ២០១៣. ភ្នំពេញ៖ ២៥ ឆ្នូ។

គេហទំព័រ

១. នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, *ការកែសម្រួលម៉ាក*, http://www.cambodiaip.gov.kh/TemplateTwo.aspx?parentId=34&menuid=205&childMasterMenuId=35 (ថតចម្លងថ្ងៃទី ១៥ មិថុនា ២០២១)។

២. L.C.T Harm, SUBSTANTIAL ELEMENTS OF COUNTERFEITING AND PIRACY (2017). https://www.wipo.int/edocs/mdocs/aspac/en/wipo_ipr_tyo_17/wipo_ipr_tyo_17_t11.pdf (ថតចម្លងថ្ងៃទី ១ កក្កដា ២០២១)

៣. Cornel Law School, Trademark infringements, https://www.law.cornell.edu/wex/trademark_infringement

៤. អគ្គនាយកដ្ឋានគយនិងរដ្ឋាករកម្ពុជា, ទំនិញហាមឃាត់និងទំនិញជាប់កម្រិតកំណត់ https://bit.ly/3qG26Y1 (ថតចម្លងថ្ងៃទី ១៥ មិថុនា ២០២១)

៥. នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, *ប្រវត្តិនៃនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា*, https://cambodiaip.gov.kh/TemplateTwo.aspx?parentId=2&menuid=39&childMasterMenuId=29 (ថតចម្លងថ្ងៃទី ១១ មិថុនា ២០២១)

ឧបសម្ព័ន្ធ

តារាងឧបសម្ព័ន្ធ

ល.រ	ឧបសម្ព័ន្ធ
១	រូបភាព ម៉ាក និងសញ្ញាផ្សេងៗ
២	ច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២។
៣	អនុក្រឹត្យស្ដីពីការអនុវត្តន៍ច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, លេខ៦៤អនក្រ.បក, ១២ កក្កដា ២០០៦។
៤	ប្រកាស ១/ ប្រកាសស្ដីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, លេខ២០៦ពណបក.ប្រក, ២៤ កក្កដា ២០១៤។ ២/ ប្រកាសស្ដីពីការកត់ត្រាកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណចំពោះម៉ាក និងកិច្ចសន្យាផ្ដល់សិទ្ធិប្រកបអាជីវកម្ម, លេខ០៣៦ពណកសប.ប្រក., ១៣ មករា ២០២០។
៥	សារាចរណែនាំស្ដីពីការទទួលស្គាល់សិទ្ធិផ្ដាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាក, លេខ០៧សរណន, ០៦ សីហា ២០១៥។
៦	សេចក្ដីជូនដំណឹង លេខ០០១៦ ព.ណ កសប។
៧	ផ្សេងៗ ១/ គំរូពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ២/ លិខិតប្រគល់សិទ្ធិ ៣/ ពាក្យស្នើសុំកែសម្រួលម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច ៤/ ពាក្យស្នើសុំកែតម្រូវមុខទំនិញ ឬសេវាដែលបានចុះបញ្ជីរួច ៥/ ពាក្យស្នើសុំកត់ត្រាការផ្ទេរកម្មសិទ្ធិម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច ៦/ ពាក្យស្នើសុំកត់ត្រាការប្ដូរឈ្មោះម្ចាស់ម៉ាក ៧/ ពាក្យស្នើសុំកត់ត្រាការប្ដូរអាសយដ្ឋានរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ៨/ ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីសាជាថ្មី

	៩/ កិច្ចសន្យាផ្ទេរកម្មសិទ្ធិម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច ១០/ កិច្ចសន្យាផ្ទេរកម្មសិទ្ធិកាន់កាប់ម៉ាកមួយផ្នែក ១១/ ពាក្យស្នើសុំប្តូរភ្នាក់ងារតំណាង ឬមេធាវី ១២/ ពាក្យស្នើសុំបញ្ជាក់លើវិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីម៉ាកច្បាប់ដើម ១៣/ APPLICATION FOR TRANSFORMATION (THE INTERNATIONAL MARK REGISTRATION
៨	តារាងតម្លៃសេវារបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា