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

របាយការណ៍កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សា

ធ្លាក់ខារម៉ាកនៅកម្ពុជា

ស្រាវជ្រាវពីថ្ងៃទី០៣ ខែមេសា ដល់ថ្ងៃទី៣០ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១៧

ស្រាវជ្រាវដោយ
និស្សិតឈ្មោះ លោក **ហេង គឹមលី**

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ
លោក **ភាន់ សុទ្ធប៉ូលីន**

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ នីតិសាស្ត្រ
ជំនាន់ទី ១៧

ឆ្នាំចូលសិក្សា ២០១៣
ឆ្នាំសរសេរសារណា ២០១៧

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

ខ្ញុំបាទឈ្មោះ **ហេង គឹមលី** ជានិស្សិតផ្នែកនីតិសាស្ត្រ ជំនាន់ទី១៧ ក្រុម L_4B_2 នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច។

ខ្ញុំបាទសូមថ្លែងអំណរគុណ និងសម្តែងនូវកតញ្ញុតាធមិយ៉ាងជ្រាលជ្រៅបំផុតជូនចំពោះ ៖

លោកឪពុក **ឡុន លាងហេង** និងអ្នកម្តាយ **ឡុង សុផល** គឺជាអ្នកមានគុណដ៏ធំធេងចំពោះរូបកូនដែលមិនអាចកាត់ថ្លៃបានឡើយ។ លោកទាំងពីរបានផ្តល់កំណើត និងចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សារូបកូនប្រកបដោយព្រហ្មវិហាធមិ ក្នុងការទំនុកបម្រុង គ្រប់បែបយ៉ាងទាំងផ្នែកសម្ភារៈ ថវិកា ស្មារតី សេចក្តីស្រលាញ់ និងបានផ្តល់នូវជំបូន្មានល្អៗ ជាពិសេសលោកបានផ្តល់ឱកាសដល់រូបកូនបានបន្តការសិក្សាថ្នាក់ឧត្តមសិក្សាដោយពុំឲ្យព្រួយបារម្ភអ្វីនោះឡើយ ។

កុង យាយ លោកឪពុកមា អ្នកម្តាយមីង បងប្អូន រៀមច្បងរួមសាកល មិត្តភក្តិទាំងអស់ ជាពិសេសបងស្រីបង្កើតរបស់ខ្ញុំ **លាងហេង ស៊ាងលីម** និងបងប្រុស **ហេង វុត្ថា** ដែលអ្នកទាំងអស់គ្នាតែងតែផ្តល់កម្លាំងចិត្តដ៏កក់ក្តៅ ក៏ដូចជាផ្តល់នូវយោបល់ និងគំនិតល្អៗជាច្រើនដល់រូបខ្ញុំបាទ។

ឯកឧត្តមសាកលវិទ្យាធិការ សាកលវិទ្យាធិការរង ព្រឹទ្ធបុរស ព្រឹទ្ធបុរសរង លោកនិងលោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យ រួមទាំងបុគ្គលិកការិយាល័យស្រាវជ្រាវ និងបណ្ណារក្ស នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ដែលបានខិតខំអស់ពីកម្លាំងកាយចិត្ត ក្នុងការដឹកនាំគ្រប់គ្រងជួយជ្រោមជ្រែង និងបង្ហាត់បង្រៀនរូបខ្ញុំបាទ ។

លោកសាស្ត្រាចារ្យ **កាន់ សុទ្ធប៉ូលីន** ដែលបានចំណាយពេលវេលាដ៏មានតម្លៃ ក្នុងការបង្រៀនរូបខ្ញុំ ជាពិសេសទទួលយករូបខ្ញុំ និងបានជួយដឹកនាំ ផ្តល់យោបល់ល្អៗ ក៏ដូចជាកែសម្រួលយ៉ាងសកម្មដើម្បីធ្វើឲ្យសារណាមួយនេះអាចលេចចេញជារូបរាងឡើង។

លោក **អោប វ៉ាឌី** ប្រធាននាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា លោកអនុប្រធាននាយកដ្ឋាន លោកនិងលោកស្រីប្រធានការិយាល័យទាំងប្រាំបួន ជាពិសេសបង **ឡៅ រាស៊ី** ដែលបានជួយផ្តល់ជាយោបល់ឯកសារសំខាន់ៗមួយចំនួន ជាពិសេសលោកបានអនុញ្ញាតឲ្យខ្ញុំបាទមានឱកាសបានចូលរៀនវគ្គ "ភ្នាក់ងារម៉ាកជំនាន់ទី៤" និងឯកឧត្តម **វ៉ា រ៉ុតសាន** ដែរតែងតែឆ្លើយតបរាល់សំនួររបស់ខ្ញុំបាទគ្រប់ពេលទោះបីជាឯកឧត្តម មមាញឹកនឹងកិច្ចការរាជការយ៉ាងណាក៏ដោយ។

ជាទីបញ្ចប់នេះ ខ្ញុំបាទ សូមគោរពជូនពរដល់អ្នកមានគុណទាំងអស់ សូមជួបតែសំណាងល្អ និងពុទ្ធពរទាំងបួនប្រការគឺ អាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយ។

អារម្ភកថា

បន្ទាប់ពីបានធ្វើការសិក្សាយ៉ាងលំអិតរយៈពេល៤ឆ្នាំកន្លងមកលើផ្នែកនីតិសាស្ត្រ នៅសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ចនេះ ដើម្បីជាសក្ខីភាព និងជាស្នាដៃជំនួយដល់ការសិក្សារបស់និស្សិតជំនាន់ក្រោយ ខ្ញុំបាទបានសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសប្រធានបទមួយស្តីពី "**ភ្នាក់ងារម៉ាកនៅកម្ពុជា**" យកមកធ្វើជាប្រធានបទក្នុងការសិក្សាសារជ្រាវ ដើម្បីចងក្រងជារបាយការណ៍បញ្ចប់ការសិក្សា ដោយមានការណែនាំពីសំណាក់លោកសាស្ត្រាចារ្យ **កាន់ សុទ្ធប៉ូលីន** ដែលប្រកបដោយជំនាញ និងបទពិសោធន៍យ៉ាងស្ទាត់លើមុខវិជ្ជានីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។

ដោយយោងលើភាពជាក់ស្តែងចំពោះ ការអនុវត្តច្បាប់ទាក់ទងទៅនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ជាពិសេសបទបញ្ញត្តិទាក់ទងទៅនឹងភ្នាក់ងារម៉ាក គឺនៅមានកម្រិតនៅឡើយ រីឯលិខិតបទដ្ឋានផ្សេងៗទៀត យើងឃើញថា នៅមានចំនុចមួយចំនួនស្ថិតក្នុងភាពមិនច្បាស់លាស់ និងខ្វះខាតយ៉ាងខ្លាំង។ ដូចនេះ ចំពោះខ្លឹមសាររបស់របាយការណ៍នេះ គឺជាមូលដ្ឋាននៃចំណេះដឹងដ៏ប្រសើរមួយដែលអាចបញ្ជាក់ ឲ្យឃើញពីប្រវត្តិដំបូងនៃវត្តមានភ្នាក់ងារម៉ាកនៅកម្ពុជា និងលក្ខខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិព្រមទាំងសមត្ថកិច្ចរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកនៅកម្ពុជាកាន់តែច្បាស់ថែមទៀត។

ទន្ទឹមនឹងនេះដែរ ខ្ញុំបាទសង្ឃឹមថារបាយការណ៍មួយនេះ នឹងជួយបង្ហាញឲ្យឃើញពីសារៈសំខាន់នៃតួនាទីភ្នាក់ងារម៉ាកក្នុងកិច្ចដំណើរការចុះបញ្ជីម៉ាកនៅកម្ពុជា ក៏ដូចជាការជួយពង្រឹងច្បាប់ទាក់ទងទៅនឹងកម្មសិទ្ធិបញ្ញាផងដែរ ដើម្បីការពារម្ចាស់ម៉ាក និងធានាបាននូវការធ្វើអាជីវកម្មប្រកបដោយសុវត្ថិភាព និងការប្រកួតប្រជែងដោយស្មោះត្រង់។

ទោះជាយ៉ាងនេះក្តី ដោយសារចំណេះដឹងមូលដ្ឋានខ្ញុំបាទនៅមានកម្រិត ហើយរបាយការណ៍នេះជាស្នាដៃដំបូង រួមផ្សំនឹងពេលវេលាខ្លីទៀតនោះ ខ្ញុំបាទជឿជាក់ថា ពិតជាមានចំណុចខ្វះខាតជាក់ជាពុំខានឡើយ។ ហេតុដូច្នេះ ខ្ញុំបាទសូមអភ័យទោសទុកជាមុន រាល់កំហុសដែលកើតមានឡើងដោយអចេតនាទាំងនោះ និងរីករាយស្វាគមន៍ ចំពោះយោបល់រិះគន់ និងការទិទៀនដើម្បីកែលម្អក្នុងន័យស្ថាបនាស្នាដៃមួយនេះគ្រប់ពេលវេលា៕

មាតិកា

ទំព័រ

សេចក្តីផ្តើម ១

ជំពូកទី ១

ប្រវត្តិនៃភ្នាក់ងារម៉ាកនៅកម្ពុជា

១.១. ការកកើតភ្នាក់ងារម៉ាកដំបូងនៅកម្ពុជា ៥

១.១.១ ភ្នាក់ងារម៉ាកនៅមុន និងក្រោយរបបកម្ពុជាប្រជាធិបតេយ្យ ៥

១.១.១.១. ភ្នាក់ងារម៉ាកមុនរបបកម្ពុជាប្រជាធិបតេយ្យ ៦

១.១.១.២. ភ្នាក់ងារម៉ាកក្រោយរបបកម្ពុជាប្រជាធិបតេយ្យ ៨

១.១.២. ភ្នាក់ងារម៉ាកនៅក្រោយឆ្នាំ១៩៩៣ .... ៩

១.១.២.១. ភ្នាក់ងារម៉ាកមុនឆ្នាំ២០១៣ .... ៩

១.១.២.២. ភ្នាក់ងារម៉ាកក្រោយឆ្នាំ២០១៣ .... ១១

១.២. មូលដ្ឋានគតិយុត្តបច្ចុប្បន្ន និង សារប្រយោជន៍នៃភ្នាក់ងារម៉ាក ១២

១.២.១. លិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តដែលគ្រប់គ្រងភ្នាក់ងារម៉ាក ១២

១.២.២. សារប្រយោជន៍នៃភ្នាក់ងារម៉ាកនៅក្នុងវិស័យម៉ាក ១៤

ជំពូកទី ២

ក្របខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិ និង សមត្ថកិច្ចរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាក

២.១.លក្ខខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាក ១៩

២.១.១ យន្តការដើម្បីទទួលបានគុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាក ១៩

២.១.១.១. ការទទួលបានតាមរយៈការប្រកួតប្រជែង ១៩

២.១.១.២. ទទួលបានដោយស្វ័យប្រវត្តិ ២២

២.១.២ មូលហេតុនៃការបាត់បង់គុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាក ២៣

២.១.២.១. ដោយឆន្ទៈផ្ទាល់ខ្លួន..២៤

២.១.២.២. ដោយកំហុសធ្ងន់ធ្ងរ...២៤

២.១.២.៣. ដោយហេតុផ្សេងៗ ២៤

២.២.សមត្ថកិច្ចភ្នាក់ងារម៉ាក ២៥

២.២.១ ភ្នាក់ងារម៉ាកជាភ្នាក់ងារតំណាងម៉ាករបស់ម្ចាស់ម៉ាក ២៥

២.២.១.១. ភ្នាក់ងារម៉ាកនៅក្នុងនីតិវិធីចុះបញ្ជីម៉ាក ២៥

២.២.១.២. ភ្នាក់ងារម៉ាកនៅក្នុងនីតិវិធីដោះស្រាយវិវាទម៉ាក.................................. ២៧

២.២.២ ភ្នាក់ងារម៉ាកជាជំនួយការរបស់ម្ចាស់ម៉ាកក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មម៉ាក ២៨

២.២.២.១. ភ្នាក់ងារម៉ាកនៅក្នុងប្រតិបត្តិការនៃកិច្ចសន្យា ២៨

២.២.២.២. ភ្នាក់ងារម៉ាកនៅក្នុងការវាយតម្លៃទ្រព្យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ៣០

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន.. ៣២

អនុសាសន៍.. ៣៤

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន្ធ

សេចក្តីផ្តើម

ភ្នាក់ងារម៉ាកគឺ ជាបុគ្គលដែលតំណាងដោយស្របច្បាប់ឲ្យម្ចាស់ម៉ាកក្នុងការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក និងជាពិសេសការពារផលប្រយោជន៍ម្ចាស់ម៉ាកជាចម្បង។ ឬអាចនិយាយបានម្យ៉ាងទៀតថា ភ្នាក់ងារម៉ាកគឺ ជាបុគ្គលដែលមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់តាមផ្លូវច្បាប់ក្នុងការតំណាងឲ្យម្ចាស់ម៉ាក។

ភ្នាក់ងារម៉ាក បើនិយាយក្នុងបរិបទប្រទេសអភិវឌ្ឍន៍ ត្រូវបានប្រជាជនជាទូទៅស្គាល់យ៉ាងច្បាស់អំពីតួនាទី និងភារកិច្ចរបស់បុគ្គលតំណាងនេះ ព្រោះថា ភ្នាក់ងារម៉ាក បានកកើត និងទទួលស្គាល់នៅតាមបណ្តាលប្រទេសទាំងនោះយូរណាស់មកហើយ។ ជាក់ស្តែងនៅ សហរដ្ឋអាមេរិក៖ គេបានដាក់បញ្ចូលយន្តការតំណាងម៉ាក នៅក្នុងច្បាប់ម៉ាកដោយហៅជាភាសាជាតិខ្លួនថាTrademark attorney[១] (មេធាវីម៉ាក)។ រីឯប្រទេសជប៉ុន ក៏បានដាក់បញ្ចូលយន្តការតំណាងម៉ាកនៅក្នុងច្បាប់ម៉ាករបស់ខ្លួន ដោយហៅថា Trademark agent[២] (ភ្នាក់ងារកម្មសិទ្ធិបញ្ញា)។ មិនខុសគ្នាប៉ុន្មានដែរ ប្រទេសបារាំង យន្តការតំណាងក្នុងវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញាត្រូវបាន ហៅជាភាសាជាតិថា Conseil de la propriété industrielle[៣] (ក្រុមប្រឹក្សាកម្មសិទ្ធិឧស្សាហកម្ម) និងប្រទេសចិន បានដាក់បញ្ចូលយន្តការតំណាងម៉ាកនៅក្នុងច្បាប់ម៉ាករបស់ខ្លួន ដោយហៅថា Trademark agent[៤] (ភ្នាក់ងារម៉ាក)។

ដោយឡែកក្នុងបរិបទប្រទេសកម្ពុជាវិញ ភ្នាក់ងារម៉ាកជាសញ្ញាណមួយដែលមិនថ្មីពេក ហើយក៏មិនចាស់ពេកនោះដែរ។ មិនថ្មីពេកដោយសារវត្តមានភ្នាក់ងារម៉ាក បានកកើតតាំងពីសម័យសង្គមរាស្ត្រនិយមមកម្លេះ។ ក៏ប៉ុន្តែដោយសាររបបនយោបាយរបស់កម្ពុជាផ្លាស់ប្តូរ ទើបធ្វើឲ្យយន្តការតំណាងដោយភ្នាក់ងារម៉ាកនេះ បានបាត់បង់លែងដំណើរការ គួបផ្សំនឹងការសម្លាប់ប្រជាជនដ៏ច្រើនផងនោះ។ ទើបមកដល់ពេលនេះមានប្រជាជនតិចណាស់ដែរស្គាល់ពីភ្នាក់ងារម៉ាក។ រីឯការដែរពោលថាមិនចាស់ពេកវិញ ក៏ព្រោះថាតាំងឆ្នាំ១៩៩១មក វត្តមានភ្នាក់ងារម៉ាកបានចាប់បដិសន្ធិសារជាថ្មី ហើយបានបន្តវត្តមានរបស់ខ្លួនរហូតសល់បច្ចុប្បន្ន។ តែទោះជាយ៉ាងនេះក៏ដោយ មានប្រជាជនតិចណាស់ដែរស្គាល់ និងយល់ច្បាស់អំពីតួនាទីរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាក។ ខុសស្រឡះពីភ្នាក់ងារម៉ាក ប្រជាជនជាទូទៅបានស្គាល់ និងយល់អំពីម៉ាកច្រើន បើទោះបីជាប្រជាជននៅជនបទក៏ដោយ។ ព្រោះថាក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន នេះប្រជាជនភាគច្រើនមានទំនោរជាខ្លាំងទៅលើការប្រើប្រាស់ផលិតផលដែលមានម៉ាក

[១] U.S. Trademark Law, U.S. Patent & Trademark Office, December 28,2009 សម្រាប់ទទួលបានទិន្នន័យសូមចូលទៅកាន់៖ https://www.uspto.gov/sites/default/files/trademarks/law/Trademark_Statutes.pdf

[២]តំណរភ្ជាប់សម្រាប់ព័ត៌លំអិតទាក់ទងនឹងទិន្នន័យនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកនៅកម្ពុជា៖ www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=188401

[៣] តំណរភ្ជាប់សម្រាប់ព័ត៌លំអិតទាក់ទងនឹងទិន្នន័យនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកនៅកម្ពុជា ៖ www.cncpi.fr/sta144-44-LA-CNCPI.htm

[៤]តំណរភ្ជាប់សម្រាប់ព័ត៌លំអិតទាក់ទងនឹងទិន្នន័យនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកនៅកម្ពុជា៖ www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=13198

សញ្ញាសម្គាល់។ នេះអាចនិយាយបានថា ការយល់ដឹងរបស់ប្រជាពលរដ្ឋជាទូទៅអំពីភ្នាក់ងារម៉ាក ហាក់នៅមានកម្រិតនៅឡើយ។

ការបង្កើតភ្នាក់ងារម៉ាក នៅក្នុងវិស័យម៉ាកមិនមែនជាការចៃដន្យនោះទេ។ ភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវបានបង្កើតឡើង គឺដើម្បីជាឧបករណ៍គតិយុត្តសម្រាប់ជាជំនួយ និងគ្រប់គ្រងការងារស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាករួមទាំងកិច្ចការផ្សេងៗពាក់ព័ន្ធនឹងម៉ាក។ ក្នុងនោះយើងសង្កេតឃើញមានការវិវត្តនៃលិខិតបទដ្ឋានជាបន្តបន្ទាប់ សម្រាប់គ្រប់គ្រងភ្នាក់ងារម៉ាក។ សូមរំលឹកមកក្រោយបន្តិចថា ឆ្នាំ១៩៩១ភ្នាក់ងារម៉ាកបានកើតឡើងតាមរយៈលិខិតលេខ៤៥២ របស់ទីស្តីការគណៈរដ្ឋមន្ត្រីស្តីពីការអនុញ្ញាតឲ្យប្រមូលកម្រៃលើការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក គឺកើតឡើងក្នុងពេលដែលពុំទាន់មានភ្នាក់ងារម៉ាក និងស្របតាមស្ថានភាពនៃតម្រូវការចំពោះមុខក្នុងយន្តការតំណាងឲ្យម្ចាស់ម៉ាកបរទេសដែលបានស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក។ ដោយសារហេតុផលខាងលើនេះហើយ ទើបភ្នាក់ងារម៉ាកបានកើតឡើងតាមរយៈការស្នើសុំទទួលស្គាល់ ឬអាចហៅម៉្យាងទៀតថា ភ្នាក់ងារម៉ាកដែលផ្អែកលើការទទួលស្គាល់ ព្រោះកាលនោះយើងពុំទាន់មានច្បាប់គោលសម្រាប់គ្រប់គ្រងលើភ្នាក់ងារម៉ាកនៅឡើយ គឺការអនុវត្តកើតមុនច្បាប់។ បន្ទាប់មកនៅឆ្នាំ២០០២ ទើបយើងឃើញមានច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ត្រូវបានប្រកាសឲ្យប្រើ។ នេះគឺជាច្បាប់គោលសម្រាប់គ្រប់គ្រងវិស័យម៉ាក តែហាក់មិនបានចែងលំអិតអំពីភ្នាក់ងារម៉ាកនោះទេ។ សូម្បីតែចំណុចនិយាយអំពីលក្ខខណ្ឌដើម្បីក្លាយជាភ្នាក់ងារម៉ាក និងសមត្ថកិច្ចក៏ពុំមានចែងលំអិតដែរ។ ដោយមូលហេតុនេះហើយ បានជានៅឆ្នាំ២០១១ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មបានចេញសេចក្តីប្រកាសស្តីពី ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាកនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ តាមរយៈប្រកាសនេះហើយ ដែលបានបង្ហាញឲ្យយើងបានយល់អំពីលក្ខណៈសម្បត្តិគតិយុត្តរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាក ឬហៅបានម៉្យាងទៀតថា ភ្នាក់ងារម៉ាកដែលផ្អែកលើគុណវុឌ្ឍិ។ គួសបញ្ជាក់ដែរថា ការលើកយកលិខិតបទដ្ឋានពាក់ព័ន្ធនឹងភ្នាក់ងារម៉ាកមកបង្ហាញគឺ ដើម្បីឲ្យប្រជាពលរដ្ឋទូទៅបានយល់អំពីដំណើរប្រព្រឹត្តទៅនៃតួនាទីរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាក លើវិថីកម្មសិទ្ធិបញ្ញាដ៏ក្មេងខ្ចីរបស់កម្ពុជាថាតើមានមូលដ្ឋានគតិយុត្តអ្វីខ្លះសំរាប់ការពារដល់ដំណើរប្រព្រឹត្តទៅរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាក? និងតើអ្វីទៅជាសារប្រយោជន៍ ដែលកើតចេញពីកិច្ចគតិយុត្តរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាក?

ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាចោទខាងលើ ទើបស្នាដៃមួយនេះត្រូវបានប្រសូត្រឡើងក្នុងគោលបំណងបម្រើអ្នកអានទាំងឡាយនូវខ្លឹមសារសំខាន់ៗ ដោយរំលេចនូវការពន្យល់ពីប្រវត្តិនៃភ្នាក់ងារម៉ាកនៅកម្ពុជា ដើម្បីបង្ហាញពីមូលដ្ឋាននៃការកកើតដំបូងរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកព្រមជាមួយនឹងការវិវត្ត។ ម៉្យាងទៀត ក៏មានបំណងឲ្យបុគ្គលទាំងអស់បានសិក្សាស្វែងយល់ និងធ្វើការពិចារណាទៅលើមូលដ្ឋានគតិយុត្តជាតិនៃភ្នាក់ងារម៉ាក ឲ្យបានគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ ដើម្បីបានជាប្រយោជន៍នៅក្នុងជីវភាពរបស់ខ្លួន។ បន្ថែមលើសពីនេះ ក៏មានបំណងធ្វើការរំលេចនូវ សមត្ថកិច្ចក៏ដូចជាសារប្រយោជន៍នៃភ្នាក់ងារម៉ាកក្នុងប្រព័ន្ធកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។

សារប្រយោជន៍ជាសារវ័ន្តមកវិញ ក្នុងការសិក្សាអំពីភ្នាក់ងារម៉ាកនៅកម្ពុជា សម្រាប់ជាការពិចារណា និងស្វែងយល់កាន់តែច្បាស់ពីទិដ្ឋភាពច្បាប់សំរាប់គ្រប់គ្រងភ្នាក់ងារម៉ាក ភាពចាំបាច់នៃវត្តមានរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកក្នុងវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ក៏ដូចជាការចូលរួមសកម្មភាពអភិវឌ្ឍន៍ជាតិរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាក និងដើម្បីបានជាជំនួយនៃប្រភពឯកសារជាតិដែលទាក់ទងនឹងវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញាជាអាទិ៍។

ដើម្បីជាការឆ្លើយតបទៅនឹងបញ្ហាចោទខាងលើ ការបកស្រាយនឹងធ្វើឡើងតែក្នុងវង្វង់នៃបរិបទប្រទេសកម្ពុជាតែប៉ុណ្ណោះ ដោយដកចេញនូវបរិបទតំបន់ និងអន្តរជាតិដែលពាក់ព័ន្ធនឹងភ្នាក់ងារម៉ាក។ ដូចនេះដើម្បីងាយស្រួលក្នុងការបង្ហាញពីខ្លឹមសារជាសារវ័ន្តនៃប្រធានបទ ពាក់ព័ន្ធនឹងភ្នាក់ងារម៉ាកនៅកម្ពុជា ខ្ញុំនឹងធ្វើការបែងចែកប្រធានបទនេះជា ២ជំពូកធំៗដូចខាងក្រោម៖

ជំពូកទី១៖ ប្រវត្តិនៃភ្នាក់ងារម៉ាកនៅកម្ពុជា ក្នុងជំពូកនេះយើងនឹងសិក្សាលើពីរចំណុចសំខាន់ៗបន្តទៀតគឺចំណុច១.១ការកកើតភ្នាក់ងារម៉ាកដំបូងនៅកម្ពុជា និងចំណុច១.២មូលដ្ឋានគតិយុត្តបច្ចុប្បន្ន និងសារប្រយោជន៍នៃភ្នាក់ងារម៉ាក។

ជំពូកទី២៖ ក្របខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិ និងសមត្ថកិច្ចរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាក ដូចគ្នាដែរក្នុងជំពូកនេះយើងនឹងសិក្សាលើពីរចំណុចសំខាន់ៗគឺចំណុច២.១លក្ខខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាក និងចំណុច២.២ សមត្ថកិច្ចភ្នាក់ងារម៉ាក។

ជំពូកទី ១

ប្រវត្តិនៃភ្នាក់ងារម៉ាកនៅកម្ពុជា

សញ្ញាណនៃភ្នាក់ងារម៉ាក មានវត្តមាននៅលើទឹកដីនៃប្រទេសកម្ពុជាតាំងពីទសវត្សទី៦០មក ហើយយើងអាចកត់សម្គាល់បានតាមរយៈភស្តុតាង ដែលក្រសួងពាណិជ្ជកម្មបានប្រមូលចងក្រងទុកជាឯកសារបានបង្ហាញឲ្យឃើញថា គឺវត្តមាននៃម៉ាកបរទេសចំនួនពីរត្រូវបានអនុញ្ញាតឲ្យចុះបញ្ជីការពារនៅលើទឹកដីកម្ពុជា។ ការនេះបានបង្ហាញឲ្យឃើញ ពីការប្រើប្រាស់យន្តការតំណាងភ្នាក់ងារម៉ាកក្នុងដំណើរការចុះបញ្ជីម៉ាកបរទេស ព្រោះថាម៉ាកបរទេសពុំអាចចុះបញ្ជីម៉ាកដោយខ្លួនឯងផ្ទាល់បានឡើយ គឺចាំបាច់ត្រូវតែធ្វើឡើយដោយភ្នាក់ងារម៉ាក។

ក្រោយបញ្ចប់សង្គ្រាមស៊ីវិល កម្ពុជាបានចាប់ផ្តើមកសាងមូលដ្ឋានគ្រឹះកម្មសិទ្ធិបញ្ញាឡើងវិញតាមរយៈជំនួយបច្ចេកទេសពីអ្នកជំនាញកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ជាពិសេសអង្គការកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពិភពលោកតែម្តង។ ក្នុងពេលជាមួយគ្នា កម្ពុជាក៏បានអនុញ្ញាតឲ្យមានប្រព័ន្ធចុះបញ្ជីម៉ាក ទាំងម៉ាកក្នុងប្រទេស និងម៉ាកបរទេស។ ជាលទ្ធផលនៅឆ្នាំ១៩៩១ កម្ពុជាទទួលបានពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកសរុបចំនួន៧៩ និងសម្រេចអនុញ្ញាតចុះបញ្ជីម៉ាកចំនួន៨ម៉ាក[៥]។ ជាការកត់សម្គាល់ម៉ាកបរទេសទាំង៧៩ បានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីបានតាមរយៈភ្នាក់ងារម៉ាក[៦]។ ក្រោយមកច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ត្រូវបានប្រកាសឲ្យប្រើថ្ងៃទី៧ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០០២។ ប៉ុន្តែ ខ្លឹមសារច្បាប់ពុំបានចែងលម្អិតអំពីភ្នាក់ងារម៉ាកឲ្យបានច្បាស់លាស់នោះទេ គឺ គ្រាន់តែបញ្ជាក់ត្រឹមតែការចុះបញ្ជីម៉ាកបរទេសត្រូវតែធ្វើឡើងតាមរយៈភ្នាក់ងារម៉ាក។ ក្រោមមកទើបក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ចេញប្រកាសមួយលេខ០៤៥ ចុះថ្ងៃទី៩ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០១១ ស្តីពីភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាកក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ដែលបានបង្ហាញពីសារៈសំខាន់នៃភ្នាក់ងារម៉ាកក្នុងការផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់ម្ចាស់ម៉ាកដើម្បីធ្វើអាជីវកម្ម និងការពារសិទ្ធិរបស់ខ្លួនតាមរយៈ តំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក។

តាមរយៈការស្រាវជ្រាវនៅក្នុងជំពូកនេះយើងនឹងបង្ហាញអំពី ការកកើតនៃភ្នាក់ងារម៉ាកដំបូងនៅកម្ពុជា (១.១) ដើម្បីស្វែងយល់ពីប្រវត្តិខ្លះៗនៃភ្នាក់ងារប្រភេទនេះ មុននឹងយើងធ្វើការស្វែងយល់ជាបន្តអំពី មូលដ្ឋានគតយុត្តិបច្ចុប្បន្ន និងសារសំខាន់នៃភ្នាក់ងារម៉ាកនៅក្នុងប្រព័ន្ធច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញានៅកម្ពុជា(១.២)។

[៥] តំណរភ្ជាប់សម្រាប់ព័ត៌មានលំអិតទាក់ទងនឹងទិន្នន័យនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកនៅកម្ពុជា៖ http://www.wipo.int/branddb/kh/en/។

[៦] ភ្នាក់ងារម៉ាកដែលប្រតិបត្តិកិច្ចការតំណាងឲ្យម្ចាស់ម៉ាកបរទេសក្នុងដំណើរការចុះបញ្ជី គឺកើតចេញពីលិខិតអនុញ្ញាតរបស់ទីស្តីការគណៈរដ្ឋមន្ត្រីដែរអនុញ្ញាឲ្យប្រមូលកម្រៃសេវាចុះបញ្ជី ចុះថ្ងៃទី១០ ខែតុលា ឆ្នាំ១៩៩១។

១.១. ការកកើតភ្នាក់ងារម៉ាកដំបូងនៅកម្ពុជា

តាមរយៈភស្តុតាងដែលបានចងក្រងដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម បានបង្ហាញពីវត្តមានភ្នាក់ងារម៉ាកក្នុងវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញាតាំងពីទសវត្សទី៦០មក។ ក្រោយមកវិស័យម៉ាក ក៏ដូចជាភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវបាត់បង់ពីប្រព័ន្ធច្បាប់កម្ពុជា ដោយសារបញ្ហាសង្គ្រាមផ្ទៃក្នុងអូសបន្លាយអស់ជាច្រើនទសវត្ស។ លុះមកដល់ឆ្នាំ១៩៩១ វិស័យម៉ាកបានចាប់កំណើតឡើងវិញព្រមគ្នានឹងភ្នាក់ងារម៉ាក ដោយស្ថិតក្រោមកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ និងជំនួយបច្ចេកទេសពីអង្គការកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពិភពលោក។

បន្ទាប់ពីពេលនោះមក ភ្នាក់ងារម៉ាកបានកកើតឡើងជាបន្តបន្ទាប់សម្រាប់បំពេញតាមតម្រូវការចំពោះមុខ ពីព្រោះថាមានម៉ាកបរទេសជាច្រើនបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី។ ជាការកត់សំគាល់ក្នុងពេលនោះ ការអនុវត្តកិច្ចការងារចុះបញ្ជីម៉ាកធ្វើឡើងមុនមានច្បាប់ ក៏ដូចគ្នាដែរភ្នាក់ងារម៉ាកដែរអនុវត្តកិច្ចការរបស់ខ្លួនក៏ពុំមានច្បាប់ចែងកំណត់ឲ្យបានច្បាស់លាស់អ្វីនោះដែរ ដោយគ្រាន់តែអនុវត្តដោយយោងលើលិខិតអនុញ្ញាតឲ្យប្រមូលកម្រៃរបស់ទីស្តីការគណៈរដ្ឋមន្ត្រីតែប៉ុណ្ណោះ[៧]។ រហូតដល់ឆ្នាំ២០០២ ទើបយើងមានច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ សម្រាប់គ្រប់គ្រងវិស័យម៉ាក និងចង្អុលបង្ហាញអំពីកិច្ចការរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាក តែវានៅមិនគ្រប់គ្រាន់ឡើយ។ ទើបតែនៅឆ្នាំ២០១៣ មានប្រកាសមួយបានកំណត់អំពីភ្នាក់ងារម៉ាក ដើម្បីបំពេញបន្ថែមនៃច្បាប់ម៉ាកកាលពីឆ្នាំ២០០២។

ដូចបានបង្ហាញរួចខ្លះមកហើយអំពីដំណើរដើមទងនៃការកកើតភ្នាក់ងារម៉ាកនៅកម្ពុជា។ បន្ទាប់ពីនេះ យើងនឹងសិក្សាលំអិតតាមដំណាក់កាលវិវត្តនីមួយៗនៃភ្នាក់ងារម៉ាក ដោយចាប់ផ្តើមពីការវិវត្តមុន និងក្រោយរបបកម្ពុជាប្រជាធិបតេយ្យ (១.១.១) និងភ្នាក់ងារម៉ាកនៅក្រោយឆ្នាំ១៩៩៣ (១.១.២) ។

១.១.១ ភ្នាក់ងារម៉ាកនៅមុន និងក្រោយរបបកម្ពុជាប្រជាធិបតេយ្យ

ដូចបានរៀបរាប់ពីខាងលើរួចមកហើយ វត្តមាននៃភ្នាក់ងារម៉ាកនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ត្រូវបានរកឃើញតាមរយៈ លទ្ធផលការងារក្នុងការប្រមូលចងក្រងរក្សាទុក នូវឯកសាររបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ ហើយដោយសារបញ្ហាប្រឈមដែលកើតមកលើប្រទេសកាលសម័យនោះ បានធ្វើឲ្យបាត់បង់រាល់បណ្តុំឯកសារគតិយុត្តនានាដែរពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញានិយាយជារួម និងនិយាយដោយឡែកគឺវិស័យម៉ាកនេះតែម្តង។ ក្រោយមកដោយសារ របបនយោបាយជាតិមាននិន្នាការទៅរករបបទីផ្សារសេរី បានជំរុញឲ្យកម្ពុជាងាកមកអភិវឌ្ឍន៍កសាងបទដ្ឋានសម្រាប់គ្រប់គ្រងវិស័យពាណិជ្ជកម្ម រួមទាំងវិស័យម៉ាក និងភ្នាក់ងារម៉ាកផងដែរ។

[៧] យោងឯកសារបង្រៀនសម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលភ្នាក់ងារម៉ាកជំនាន់ទី៣, ការអភិវឌ្ឍកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៅកម្ពុជា, Penn Sovicheat, ទំព័រទី៣៦, ឆ្នាំ២០១៦។ សូមមើលនៅក្នុងឧបួសម្ព័ន្ធ៣។

ក្នុងការសិក្សាក៏បានបង្ហាញផងដែរពី ភាពប្តូរផ្លាស់ និងការវិវត្តជាហូរហែនៃភ្នាក់ងារម៉ាកនៅកម្ពុជា ដែលជាហេតុ នាំឲ្យយើងធ្វើការបែងចែកជាពីរដំណាក់កាលវិវត្តធំៗ៖ ក្នុងដំណាក់កាលទីមួយ យើងនឹងសិក្សាអំពី ភ្នាក់ងារម៉ាកមុនការដួលរលំនៃរបបកម្ពុជាប្រជាធិបតេយ្យ(១.១.១.១.) និងដំណាក់កាលទីពីរយើងនឹងសិក្សាបន្ថែមលើ ភ្នាក់ងារម៉ាកក្រោយការដួលរលំនៃរបបកម្ពុជាប្រជាធិបតេយ្យ(១.១.១.២) ដើម្បីងាយស្រួលក្នុងការសិក្សាស្វែងយល់ឲ្យបានកាន់តែលំអិត ពាក់ព័ន្ធនឹងដំណើរប្រព្រឹត្តទៅរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកក្នុងដំណាក់កាលទាំងពីរខាងក្រោម។

១.១.១.១. ភ្នាក់ងារម៉ាកមុនរបបកម្ពុជាប្រជាធិបតេយ្យ

ក្នុងសម័យសង្គមរាស្ត្រនិយម ប្រទេសកម្ពុជា បានរីកចំរើនលើគ្រប់វិស័យ រួមទាំងវិស័យពាណិជ្ជកម្មផងដែរ ក្នុងនោះទស្សនទាននៃកិច្ចការពារម៉ាកបានស្តែងឡើងតាមរយៈការអនុញ្ញាតឲ្យចុះបញ្ជីការពារលើម៉ាកបរទេសចំនួនពីរ[៨] រួមមាន៖**ម៉ាកPERTUSSIN** ស្ថិតនៅក្នុងជំពូកទី៥ ដែលមានលេខដាក់ពាក្យ១៩៧៣ ក្នុងឆ្នាំ១៩៦៦ ជាប្រភេទពាណិជ្ជសញ្ញា សម្រាប់ប្រើលើផលិតផលប្រភេទឱសថ និងបរិក្ខាថ្នាំពេទ្យ និង**ម៉ាកRIBENA** ស្ថិតនៅក្នុងជំពូកទី៥ និង៣២ ដែលមានលេខដាក់ពាក្យ១០៣១៨ នៅក្នុងឆ្នាំ១៩៧៣[៩]។ ភស្តុតាងដែរបានបង្ហាញនេះ បាននាំយើងឲ្យដឹងថា ម៉ាកទាំងពីរប្រភេទនេះ គឺជាប្រភេទពាណិជ្ជសញ្ញា សម្រាប់ប្រើលើផលិតផលប្រភេទ ឱសថ និងទឹកសុទ្ធឬទឹកផ្លែឈើជាអាទ៏។ ហើយតាមរយៈលទ្ធផលនេះអាចឲ្យយើងយល់បានថា ការអនុវត្តច្បាប់ម៉ាកនៅក្នុងប្រទេស អាចបណ្តាលមកពីឥទ្ធិពលរបស់បារាំង តាមរយៈការធ្វើអាណានិគមមកលើប្រទេសកម្ពុជា ដោយបានផ្លាស់ប្តូរទាំងប្រព័ន្ធគ្រប់គ្រងប្រទេស៖ រដ្ឋបាល ពាណិជ្ជកម្ម អប់រំ សេដ្ឋកិច្ចជាអាទ៏។តែអ្វីដែលធ្វើឲ្យយើងសោកស្តាយនោះគឺ រាល់ច្បាប់ ឬលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តិនានាដែលពាក់ព័ន្ធនឹងពាណិជ្ជកម្ម ជាពិសេសម៉ាក ត្រូវបានបំផ្លិចបំផ្លាញអស់គ្មានសល់ ជាហេតុធ្វើឲ្យមានការលំបាកក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវក៏ដូចជាការបង្ហាញភស្តុតាងឲ្យជាក់ច្បាស់។ ម្យ៉ាងវិញទៀតយើងអាចយល់បានថាម៉ាកទាំងពីរខាងលើបានបាត់បង់នូវភាពពេញលេញនៃឯកសារដើមរួចទៅហើយ។ ពីព្រោះយើងពុំឃើញមានចំនុចដែលបញ្ជាក់អំពីអ្នកស្នើសុំចុះបញ្ជីនោះទេ។ ដើម្បីជាប្រយោជន៍ជាយើងត្រូវដឹងថា៖ តើពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីធ្វើឡើងដោយនរណា? តើអាចជាម្ចាស់ម៉ាកផ្ទាល់ ឬដោយភ្នាក់ងារតំណាងម៉ាក?

[៨] ការបង្ហាញពីទិន្នន័យចុះបញ្ជីម៉ាកខាងលើនេះពុំមែនមានន័យថា ក្នុងសម័យសង្គមរាស្ត្រនិយមប្រទេសកម្ពុជា មានម៉ាកដែរត្រូវការពារតែពីរនេះនោះទេ ពីព្រោះទិន្នន័យពីរដែរបានបង្ហាញនេះ គឺជាភស្តុតាងដែរបានសេសសល់ក្រោយពីការបំផ្លិចបំផ្លាញពីសំណាក់របបកម្ពុជាប្រជាធិបតេយ្យ និងពីការចង់ចាំរបស់មន្ត្រីយើងដែររួចរស់ជីវិតពីសម័យដ៏ខ្មៅងងឹតនោះ។ នេះបានសេចក្តីថា នៅមានម៉ាកជាច្រើនទៀតដែរ កម្ពុជាបានអនុញ្ញាតចុះបញ្ជីការពារឲ្យ ដោយគ្រាន់តែយើងបានបាត់បង់ទិន្នន័យទាំងនោះ ជាហេតុធ្វើឲ្យយើងមិនអាចបញ្ជាក់ពីព័ត៌មានទាំងនោះច្បាស់។

[៩] នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា, ប្រវត្តិនៃនាយកដ្ឋាន, www.cambodiaip.gov.kh/TemplateTwo.aspx?parentId=2&menuid=39&childMasterMenuId= 29,(ដកស្រង់កាលពីថ្ងៃទី១៥ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០១៧)។

ដើម្បីអាចឆ្លើយទៅនឹងសំនួរខាងលើ ខ្ញុំសូមទាញបង្ហាញនូវគោលការណ៍ច្បាប់ជាសកលស្តីពីអំពីគោលការណ៍ដែនដីនៃរដ្ឋ។ យោងតាមធម្មនុញ្ញអង្គការសហប្រជាជាតិ មាត្រា២ កថាខណ្ឌ១ ″អង្គការសហប្រជាជាតិឈរលើគោលការណ៍នៃសមភាព អធិបតេយ្យរបស់សមាជិកទាំងអស់របស់ខ្លួន។″ តាមរយៈអត្ថន័យខាងលើយើងអាចយល់បានថា គោលការណ៍សមភាព សំដៅទៅលើភាពស្មើមុខស្មើមាត់គ្នាក្នុងឋានៈជារដ្ឋមួយ ទោះបីជារដ្ឋតូចក្តី ធំក្តី រដ្ឋអភិវឌ្ឍន៍ក្តី រដ្ឋកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ក្តី។ ដោយឡែកគោលការណ៍អធិបតេយ្យ សំដៅលើភាពដែលមិនអាចរំលោភបំពានបានតាមគ្រប់រូបភាពនូវបូរណភាពទឹកដីនៃរដ្ឋនីមួយៗ។ តាមរយៈគោលការណ៍ពីរខាងលើនេះយើងឃើញថា នៅក្នុងគោលការណ៍ដែនដីនៃរដ្ឋ មានធាតុផ្សំរបស់គោលការណ៍ពីរចំណុះឲ្យ។ ដូចនេះយើងអាចយល់បានថា គោលការណ៍ដែនដីនៃរដ្ឋ ជាគោលការណ៍ដ៏ពិសិដ្ឋមួយនៅក្នុងទំនាក់ទង់អន្តរជាតិ ដែលតម្រូវគ្រប់រដ្ឋទាំងអស់នៃបណ្តាសមាជិករបស់អង្គការសហប្រជាជាតិត្រូវតែគោរពតាម។ បន្ថែមលើសពីនេះនៅក្នុងរដ្ឋធម្មនុញ្ញនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាបច្ចុប្បន្ន ត្រង់មាត្រ៥៥បានចែងថា ″សន្ធិសញ្ញា និងកិច្ចព្រមព្រៀងទាំងឡាយណាដែលមិនស្របនឹងឯករាជ្យ អធិបតេយ្យ បូរណភាពទឹកដី អព្យាក្រឹតភាព និងឯកភាពជាតិរបស់ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ត្រូវលុបចោល។″ ក្នុងន័យនេះហើយនៅពេលដែរម្ចាស់ម៉ាកបរទេសនៃរដ្ឋមួយចូលមកចុះបញ្ជីម៉ាកនៅក្នុងដែនដីនៃប្រទេសកម្ពុជា ចាំបាច់ត្រូវតែគោរពតាមអធិបតេយ្យភាពរបស់កម្ពុជា។ ស្របតាមមាត្រាខាងលើសបញ្ជាក់ឲ្យឃើញថា ម៉ាកបរទេសពីរខាងលើដែលបានទទួលការអនុញ្ញាតឲ្យចុះបញ្ជីនៅកម្ពុជានោះមិនអាចចុះបញ្ជីដោយខ្លួនឯងឡើយ ពិតណាស់ថាមានតែធ្វើឡើងតាមរយៈក្របខណ្ឌច្បាប់របស់កម្ពុជាប៉ុណ្ណោះទើបអាចអនុវត្តន៍បាន។

ជាសក្ខីភាពម៉ាកបរទេស អាចចុះបញ្ជីការពារម៉ាករបស់ខ្លួននៅក្នុងទឹកដីនៃរដ្ឋដ៏ទៃចាំបាច់ត្រូវគោរពតាមគោលការណ៍តំណាងសិទ្ធិនៃរដ្ឋនោះ បើមិនដូចនោះទេ ម្ចាស់ម៉ាកបរទេសនោះពុំអាចចុះបញ្ជីការពារម៉ាករបស់ខ្លួនបានឡើយ នេះគឺជាគោលការណ៍ទូទៅ ឬអាចនិយាយបានថាជាគោលការណ៍ដែលរណបទៅនឹងគោលការណ៍ដែនដីរបស់រដ្ឋ។

ដូចយើងបានដឹងហើយថានៅឆ្នាំ១៩៧៥ ប្រទេសកម្ពុជាបានផ្លាស់ប្តូររបបដឹកនាំប្រទេសឈានឆ្ពោះទៅរកលទ្ធិកុម្មុនីសម៉ៅសេទុង។ កាលនោះប្រទេសជាតិទាំងមូលបានបំផ្លិចបំផ្លាញស្ទើរវិនាសប្រទេស ដោយប្រជាជនត្រូវបានកាប់សម្លាប់អស់ប្រមាណជាង៣លាននាក់ រីឯវិស័យសម្រាប់គ្រប់គ្រងប្រទេសវិញក៏ត្រូវបានផ្លាស់ប្តូរ និងលុបចោលអស់គ្មានសល់ ហើយបើនិយាយពីឯកសារទាក់ទងនឹងវិស័យម៉ាកវិញក៏មានវាសនាមិនខុសពីប្រជាពលរដ្ឋដែរ ពីព្រោះវិស័យម៉ាកមិនត្រូវបានយកមកដាក់បញ្ចូលក្នុងគោលនយោបាយជាតិសម្រាប់អភិវឌ្ឍន៍ប្រទេសនោះទេ។ ដោយហេតុថាវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា គឺជាផ្នែកមួយនៃវិស័យពាណិជ្ជកម្ម ហើយវិស័យពាណិជ្ជកម្ម គឺជាកត្តាដែលនាំឲ្យមានការបែងចែកវណ្ណៈនៅក្នុងសង្គម ដែលវាផ្ទុយទៅនឹងគោលនយោបាយជាតិរបស់ខ្មែរក្រហម គឺ″រស់នៅ

ដោយភាពស្មើគ្នា គ្មានឡើយវណ្ណៈគហបតីមូលធន អ្វីៗអង្គការជាអ្នកបែងចែក[១០]"។ ទាំងនេះហើយ ដែលជាមូលហេតុដែលនាំអវត្តមាននៃវិស័យម៉ាក ក៏ដូចជាភ្នាក់ងារម៉ាកនៅកម្ពុជា។

១.១.១.២. ភ្នាក់ងារម៉ាកក្រោយរបបកម្ពុជាប្រជាធិបតេយ្យ

បន្ទាប់ពីរបបកម្ពុជាប្រជាធិបតេយ្យបានដួលរលំទៅហើយក្តី ក៏វិស័យពាណិជ្ជកម្មជាពិសេស វិស័យម៉ាក នៅតែពុំមានវត្តមានក្នុងសកម្មភាពអភិវឌ្ឍន៍ប្រទេសឡើយ។ មូលហេតុដែលនាំឲ្យអវត្តមាននៃវិស័យម៉ាកក្រោយពេលរបបខ្មែរក្រហមដួលរលំទៅ មានកត្តាពីរចម្បងៗៈ

កត្តាគោលនយោបាយរបស់រដ្ឋ[១១] ដែលស្តែងឡើងតាមរយៈរដ្ឋធម្មនុញ្ញត្រង់មាត្រា១១"សេដ្ឋកិច្ចជាតិស្ថិតនៅក្រោមការដឹកនាំរបស់រដ្ឋ។ រដ្ឋលើកស្ទួយជីវភាពរបស់ប្រជាជន ឲ្យមានកំរិតខ្ពស់ជាលំដាប់លើគ្រប់ផ្នែកដើម្បីកសាងប្រទេសជាតិ។" តាមរយៈអត្ថន័យមាត្រានេះ បានបង្ហាញឲ្យឃើញពីស្ថានភាពជារួមនៃប្រទេសក្នុងវិស័យសេដ្ឋកិច្ច គឺគ្មានសកម្មភាពរបស់វិស័យឯកជនក្នុងប្រតិបត្តិការសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មរបស់ខ្លួននោះទេ គឺមានតែតួអង្គរដ្ឋមួយគត់ ដែលជាអ្នកដឹកនាំ និងគ្រប់គ្រងលើកិច្ចការនេះ។ ហេតុនេះ ហើយបានជាវិស័យម៉ាកជាពិសេសភ្នាក់ងារម៉ាកគ្មានវត្តមានចូលរួមក្នុងសកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចជាតិកើត។ និង

កត្តាកង្វះខាតធនធានមនុស្ស កើតឡើងដោយសាររបបខ្មែរក្រហមបានសម្លាប់ចោលបណ្ឌិតសាស្ត្រាចារ្យ បញ្ញាវន្ត និងអ្នកចេះដឹងទាំងឡាយ ស្ទើរផុតពូជ។ រីឯអ្នកដែលនៅសល់ បន្តសំងំលាក់ខ្លួនបន្តទៀត ដោយសារការភ័យខ្លាច ការមិនប្រាកដប្រជាលើរបបដឹកនាំថ្មី... ជាហេតុនាំឲ្យ យើងគ្មានលទ្ធភាពក្នុងការបង្កើតនូវលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តិនានា សម្រាប់គាំទ្រដល់វិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ក៏ដូចជាបណ្តុះបណ្តាលឲ្យមានភ្នាក់ងារតំណាងម៉ាក សម្រាប់អនុវត្តយន្តការតំណាងឲ្យម្ចាស់ម៉ាកក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាកជាអាទិ៍។ ជារួមយើងអាចទាញសន្និដ្ឋានតាមរយៈកត្តាទាំងពីរបានថា ក្នុងសម័យសាធារណរដ្ឋប្រជាមានិតកម្ពុជា គ្មានឡើយច្បាប់ឬបទដ្ឋានគតិយុត្តសម្រាប់គ្រប់គ្រងលើកិច្ចការពាណិជ្ជកម្មម៉ាក និងភ្នាក់ងារម៉ាកតែម្តង ព្រោះថាប្រទេសកម្ពុជាក្នុងពេលនោះប្រកាន់យកប្រព័ន្ធសេដ្ឋកិច្ចបែបផែនការ គឺរដ្ឋជាអ្នកផ្គត់ផ្គង់សម្រាប់ជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ រីឯប្រជាជនវិញអនុវត្តកិច្ចការតាមការដឹកនាំរបស់រដ្ឋតែប៉ុណ្ណោះ។

អវត្តមានរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកបានបន្តហូតដល់ ដល់ចុងឆ្នាំ១៩៨០ ទើបមានសញ្ញាណលេចឡើងពីការគិតគូរបង្កើតមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា តាមរយៈការធ្វើកំណែទម្រង់ប្រទេស ទៅរក

[១០] រដ្ឋធម្មនុញ្ញកម្ពុជាប្រជាធិបតេយ្យ, ជំពូក៤,មាត្រា៤ ចែងថាៈ កម្ពុជាប្រជាធិបតេយ្យ អនុវត្តរបបសមូហភាព ក្នុងការដឹកនាំ និងធ្វើការងារ។

[១១] រដ្ឋធម្មនុញ្ញនៃសាធារណរដ្ឋប្រជាមានិតកម្ពុជា, មាត្រា១១។

សេដ្ឋកិច្ចបែបទីផ្សារសេរី គួបផ្សំនឹងបម្រែបម្រួលនយោបាយក្នុងប្រទេសផង។ មូលហេតុនៃការកើតឡើងវិញគឺដោយមានការរួមផ្សំរវាងពីរស្ថានការណ៍ៈ ដោយស្ថានការណ៍ទីមួយគឺ បន្ទាប់ពីរបត់នយោបាយកម្ពុជាបានផ្លាស់ប្តូរទៅរករបបសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរី និងមានការរីកចម្រើនកាន់តែប្រសើរ បន្ទាប់ពីកម្ពុជាចូលជាសមាជិកនៃ អង្គការកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពិភពលោក[១២] សមាគមប្រជាជាតិអាស៊ីអាគ្នេយ៍ ហៅកាត់ថាអាស៊ាន[១៣] និងអង្គការពាណិជ្ជកម្មពិភពលោក[១៤] ក៏ដូចជាការផ្តល់សច្ចាប័នលើសន្ធិសញ្ញា និងអនុសញ្ញាមួយចំនួនផ្សេងទៀត។ ស្ថានការណ៍ទីពីរគឺ ដោយមានកិច្ចព្រមព្រៀងសន្តិភាពទីក្រុងប៉ារីស ថ្ងៃទី២៣ ខែតុលា ឆ្នាំ១៩៩១ ដើម្បីបញ្ចប់ជម្លោះរវាងខ្មែរនិងខ្មែរ ទើបកម្ពុជាមានឱកាសគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ចប្រទេសជាតិ។ ដោយស្តែងតាមរយៈលទ្ធផលនៃកំណែទម្រង់របបនយោបាយជាតិ តើនឹងមានឥទ្ធិពលយ៉ាងណាលើវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញាកម្ពុជា?

១.១.២. ភ្នាក់ងារម៉ាកនៅក្រោយឆ្នាំ១៩៩៣

ការផ្តើមកសាងឡើងវិញនូវមូលដ្ឋានគ្រឹះកម្មសិទ្ធិបញ្ញា បានស្តែងឡើងក្រោមកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងសហការពីអង្គការកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពិភពលោក តាមរយៈជំនួយបច្ចេកទេស សម្ភារៈ និងមន្ត្រីជំនាញខាងកម្មសិទ្ធិបញ្ញាក្នុងការរៀបចំបង្រៀនបច្ចេកទេសដល់មន្ត្រីអនុវត្ត និងរៀបចំតាក់តែងលិខិតបទដ្ឋានបច្ចេកទេសសម្រាប់កិច្ចប្រតិបត្តិការងារលើវិស័យនេះតែម្តង។ កាលទេសនៃការចាប់ផ្តើមកសាងវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញាដំបូង ស្ថិតនៅក្រោមស្ថានភាពខ្វះខាតច្បាប់ក៏ដូចជាលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តសម្រាប់អនុវត្តការងារចំពោះមុខយ៉ាងខ្លាំង។ តែទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក្រោយការខិតខំប្រឹងប្រែងទើបលេចចេញជាផ្លែផ្ការហូតមកដល់ពេលបច្ចុប្បន្ន។ តាមរយៈផ្លែផ្កានេះ យើងនឹងទាញចំណាប់អារម្មណ៍ជាពិសេសចំពោះភ្នាក់ងារម៉ាកមុនឆ្នាំ២០១៣ (១.១.២.១) និងភ្នាក់ងារម៉ាកក្រោយឆ្នាំ២០១៣ (១.១.២.២)

១.១.២.១. ភ្នាក់ងារម៉ាកមុនឆ្នាំ២០១៣

ដូចធ្លាប់បានបញ្ជាក់នៅខាងលើរួចមកហើយថា ដោយមានកិច្ចព្រមព្រៀងទីក្រុងប៉ារីនៅថ្ងៃទី២៣ ខែតុលា ឆ្នាំ១៩៩១ វិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញាត្រូវចាប់ផ្តើមដំណើរការឡើងវិញ។ ជាលទ្ធផលនៅឆ្នាំ១៩៩១

[១២] កម្ពុជាចូលជាសមាជិកនៃអង្គការកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពិភពលោក នៅថ្ងៃទី២៥ ខែកក្កដា ឆ្នាំ១៩៩៥ ដើម្បីស្វែងយល់បន្ថែមសូមចូលទៅកាន់ http://www.wipo.int/members/en/details.jsp?country_id=90។

[១៣] កម្ពុជាចូលជាសមាជិករបស់អាស៊ាន នៅថ្ងៃទី៣០ ខែមីនា ឆ្នាំ១៩៩៩ ១៩៩៥ ដើម្បីស្វែងយល់បន្ថែមសូមចូលទៅកាន់ www.ukessays.com/essays/economics/asean-and-history-of-cambodias-membership-economics-essay.php

[១៤] កម្ពុជាចូលជាសមាជិកទី១៤៨ របស់អង្គការពាណិជ្ជកម្មពិភពលោក នៅថ្ងៃទី១៣ ខែតុលា ឆ្នាំ២០០៤ ដើម្បីស្វែងយល់បន្ថែមសូមចូលទៅកាន់ https://www.wto.org/english/thewto_e/acc_e/a1_cambodge_e.htm ។

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម បានបង្កើតការិយាល័យពាណិជ្ជសញ្ញា ដែលមានភារកិច្ចទទួលចុះបញ្ជីម៉ាក និងការពារពាណិជ្ជសញ្ញា ដោយទទួលបានការគាំទ្រ និងជួយជ្រោមជ្រែងបណ្ដុះបណ្ដាលផ្នែកបច្ចេកទេសពីប្រទេសនានា ជាពិសេស អង្គការកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពិភពលោក (world Intellectual Property Organization-WIPO) ដែលមានមូលដ្ឋាននៅក្នុងទីក្រុងហ្សឺណែវ នៃប្រទេសស្វីស។ ចំពោះការចុះបញ្ជីម៉ាក កាលនោះធ្វើឡើងតាមរយៈលិខិតអនុញ្ញាតពីទីស្តីការគណៈរដ្ឋមន្ត្រីចុះថ្ងៃទី១០ ខែតុលា ឆ្នាំ១៩៩១ ដែលបានផ្ដល់សិទ្ធិជាភ្នាក់ងារតំណាង សម្រាប់អនុវត្តន៍កិច្ចការចុះបញ្ជីរបស់ម្ចាស់ម៉ាក (ម៉ាកបរទេស)។អ្វីដែលគួរឲ្យកត់សម្គាល់ក្នុងពេលនោះគឺ លិខិតពុំបានកំណត់ និងចែងឲ្យបានច្បាស់លាស់ពីលក្ខណៈសម្បត្តិគតិយុត្ត ឬនីតិវិធីទទួលបានភាពស្របច្បាប់ជាភ្នាក់ងារតំណាងអ្វីឡើយ។ ដោយសារបញ្ហានេះហើយទើបមេធាវី ឬការិយាល័យប្រឹក្សាច្បាប់ អាចធ្វើជាភ្នាក់ងារតំណាងឲ្យម្ចាស់ម៉ាកបានដោយយោងទៅលើចំណេះដឹងផ្នែកច្បាប់ និងជំនាញផ្ទាល់របស់ខ្លួន ដើម្បីសម្របតាមស្ថានភាពចាំបាច់ចំពោះមុខ។ ដោយក្នុងនោះមេធាវីបានអះអាងអំពីភាពជាតំណាងឲ្យម្ចាស់ម៉ាកដោយផ្អែកទៅលើមាត្រា៤ នៃច្បាប់ស្តីពី លក្ខន្តិកៈមេធាវី ចុះថ្ងៃទី២២ ខែសីហា ឆ្នាំ១៩៩៥ ចែងថា៖ *"ក្រៅពីមេធាវីដែលជាសមាជិកនៃគណៈមេធាវី គ្មានជនណាម្នាក់អាចប្រកបមុខរបរយកកម្រៃក្នុងការពិគ្រោះច្បាប់ ឬគាត់តែងលិខិតស្នាមគតិយុត្តបានឡើយ[...]។"* យោងតាមមាត្រានេះ រាល់សកម្មភាពក្នុងការផ្ដល់សេវាកម្មច្បាប់ រួមបញ្ចូលទាំងការប្រឹក្សាយោបល់ផ្នែកច្បាប់ ការចុះហត្ថលេខាលើលិខិតស្នាមគតិយុត្តផ្សេងៗ ឬសេវាពាក់ព័ន្ធផ្នែកច្បាប់ក្នុងគោលដៅយកកម្រៃជាសិទ្ធិ និងសមត្ថកិច្ចរបស់មេធាវីតែមួយគត់។ ដោយឡែកក្នុងករណីចុះបញ្ជីម៉ាក ការបំពេញពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ឬការចុះហត្ថលេខាលើពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក និងសេវាពិគ្រោះយោបល់ផ្សេងៗទៀតពាក់ព័ន្ធនឹងការចុះបញ្ជីម៉ាក ជាប្រភេទនៃសេវាកម្មច្បាប់ដែលអនុញ្ញាតឲ្យមេធាវីមានសិទ្ធិក្នុងការធ្វើកិច្ចទាំងឡាយដូចបានរៀបរាប់ខាងលើ ក្នុងគោលដៅយកប្រាក់កម្រៃស្របតាមមាត្រា៤ នៃច្បាប់ស្តីពីលក្ខន្តិកៈមេធាវី។

បន្ទាប់មកច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់បានប្រកាសឲ្យប្រើរួចមកបានធ្វើឲ្យមានការប្រែប្រួលយ៉ាងខ្លាំង ទៅលើពាក្យ "ភ្នាក់ងារតំណាងដែលមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់" នៃមាត្រា៥៩។ ដោយភ្នាក់ងារម៉ាកដែលកើតមុនច្បាប់ទាំងនោះ ត្រូវផ្លាស់ប្តូរទម្រង់នៃការហៅទៅជាភ្នាក់ងារម៉ាកដែលខ្វះលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ ព្រោះថា ភ្នាក់ងារម៉ាកទាំងនោះពុំទាន់បានបំពេញលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់តាមការកំណត់របស់ច្បាប់។ គួរកត់សម្គាល់ផលដែរថា ការផ្លាស់ប្តូរពាក្យពេចន៍នៃភ្នាក់ងារម៉ាក គឺពុំមានអានុភាពប៉ះពាល់ទៅដល់តួនាទីជាអ្នកតំណាងឲ្យម្ចាស់ម៉ាកទាំងនោះឡើយ។ ព្រោះថាស្ថានភាពកាលនោះនៅមិនទាន់មានប្រកាសរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ដើម្បីកំណត់អំពីលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់នៃភ្នាក់ងារម៉ាក ដូចនេះប្រសិនបើឈប់ទទួលស្គាល់ភ្នាក់ងារម៉ាកដែរកំពុងអនុវត្តកិច្ចនាពេលនោះទេ នឹងលេចឡើងនូវបញ្ហាចោទជាក់ជាមិនខាន។ អ្វីដែរជាបញ្ហាចោទចំបងបំផុតនោះគឺ តើមាននរណាជាអ្នកអនុវត្តន៍ យន្តការតំណាងម្ចាស់ម៉ាក? ដោយសារស្ថានភាពនេះហើយ ទើបភ្នាក់ងារម៉ាកទាំងនោះនៅតែអាចអនុវត្តតួនាទីតំណាងរបស់ខ្លួនដដែរ។

ក្រោយមកនៅឆ្នាំ២០០៥ នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាបានចេញតារាងទទួលស្គាល់ភ្នាក់ងារម៉ាក ចំនួន៨[១៥]ដែលឈរតំណាងឲ្យនីតិបុគ្គល។ នេះគឺជាការទទួលស្គាល់ជាផ្លូវការថ្មីស្រឡាង បន្ទាប់ពីច្បាប់ម៉ាកប្រកាសឲ្យប្រើ។ តាមរយៈការទទួលស្គាល់នេះយើងមិនអាចសន្និដ្ឋានបានថា ភ្នាក់ងារទាំង៨នោះមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ហើយឬនៅនោះទេ? ព្រោះថា ដើម្បីដឹងអំពីលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ យើងត្រូវរង់ចាំមើលប្រកាសដែលមានកំណត់នៅក្នុងមាត្រា៥៩នៃច្បាប់ម៉ាកជាមុនសិន។ ផ្ទុយទៅវិញ ប្រសិនបើយើងពិចារណាស្របតាមមាត្រា៥៩នៃច្បាប់ក្នុងន័យចង្អៀត ច្បាស់ណាស់ថាភ្នាក់ងារទាំង៨ខាងលើនោះក៏នៅពុំទាន់ក្លាយជាភ្នាក់ងារម៉ាកដែលមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់នៅឡើយទេ។

១.១.២.២. ភ្នាក់ងារម៉ាកក្រោយឆ្នាំ២០១៣

អ្វីដែលជាចម្ងល់ ក៏ដូចជាកង្វល់ទាក់ទងនឹងលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់របស់ភ្នាក់ងារម៉ាក នឹងត្រូវបានស្រាយបំភ្លឺតាមរយៈប្រកាសរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ស្តីពីភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាកក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា[១៦] ប្រកាសឲ្យប្រើកាលពីថ្ងៃទី០៩ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០១១។ តាមរយៈប្រការ៨នៃប្រកាសនេះ យើងអាចយល់បានថា ភ្នាក់ងារម៉ាកដែរមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ ចាំបាច់ត្រូវមានលក្ខខណ្ឌ៥ចម្បងៗដូចជា៖

ភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវមានសញ្ជាតិខ្មែរ ត្រង់ចំនុចនេះ គ្រប់បុគ្គលដែរទទួលបានសញ្ជាតិខ្មែរស្របតាមច្បាប់កំណត់ មានសិទ្ធិគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការចូលរួមវគ្គបណ្តុះបណ្តាល និងប្រឡងដើម្បីក្លាយជាភ្នាក់ងារម៉ាកនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។

ត្រូវមាននិវេសនដ្ឋានអចិន្ត្រៃយ៍ នៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ទោះបីជាក្លាយខ្លួនជាភ្នាក់ងារម៉ាកក៏ដោយ ប្រសិនបើភ្នាក់ងារនោះពុំមានទីតាំងនៃជីវភាពរស់នៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាទេ នោះភ្នាក់ងារតំណាងនឹងបាត់បង់លក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់នៃភ្នាក់ងារស្របច្បាប់ជាមិនខាន។ ជាគោលគំនិតប្រសិនបើភ្នាក់ងារម៉ាកមិនមាននិវេសនដ្ឋានអចិន្ត្រៃយ៍ នៅកម្ពុជាទេ វានឹងធ្វើឲ្យមានភាពពិបាក និងយឺតយូរក្នុងដំណើរការចុះបញ្ជីម៉ាក ហើយអ្វីដែរសំខាន់ វានឹងធ្វើឲ្យផលប្រយោជន៍របស់ម្ចាស់ម៉ាកត្រូវប្រឈមនឹងការខូតខាត។

ត្រូវមានទីតាំងប្រកបអាជីវកម្ម ឬការងារនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ដើម្បីអាចប្រកបអាជីវកម្មបាន ចាំបាច់ភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវតែក្លាយជានីតិបុគ្គលជាមុនសិន ឬឈរឈ្មោះតំណាងឲ្យនីតិបុគ្គលណាមួយ ទើបអាចដាក់ពាក្យស្នើសុំការទទួលស្គាល់ភាពជាតំណាងភ្នាក់ងារម៉ាកស្របច្បាប់ពីក្រសួងពាណិជ្ជកម្មបាន។

---

[១៥] សូមមើលនៅឧបសម្ព័ន្ធ ៥។

[១៦] ប្រកាសស្តីពីភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាកក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា, លេខ០៤៥ Moc/SM2011, ចុះថ្ងៃទី០៩ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០១១(ពីពេលនេះតទៅហៅថាប្រកាសស្តីពីភ្នាក់ងារម៉ាក)។ សូមមើលនៅឧបសម្ព័ន្ធ ១។

ត្រូវប្រឡងជាប់ជាស្ថាពរក្នុងការប្រឡងជ្រើសរើសភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក ឬត្រូវបានចាត់ទុកថា មានគុណសម្បត្តិបច្ចេកទេសគ្រប់គ្រាន់ ដូចមានចែងក្នុងប្រការ២៦ នេះជាលក្ខខណ្ឌដ៏សំខាន់របស់ភ្នាក់ងារម៉ាក ដែលចាំបាច់ត្រូវតែមានសមត្ថភាពខ្ពស់ក្នុងការទទួលបានជោគជ័យសម្រាប់ការប្រឡង និងមិនផ្ទុយនឹងច្បាប់សហលក្ខន្តិកៈមន្ត្រីរាជការស៊ីវិល។

ជាលទ្ធផលនៅថ្ងៃទី២៣ ខែមេសា ឆ្នាំ២០១៣ ភ្នាក់ងារម៉ាកដែលមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ជំនាន់ទី១ ចំនួន៣៤ត្រូវបានប្រឡងជាប់ជាស្ថាពរ នឹងត្រូវបានទទួលស្គាល់ពីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ គិតមកដល់ពេលនេះមានភ្នាក់ងារម៉ាកបីជំនាន់បានបណ្តុះបណ្តាលនឹងប្រឡងរួចជាស្ថាពរ និងជំនាន់ទី៤បានបញ្ចប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល និងកំពុងត្រៀមប្រឡងបញ្ចប់ជំនាន់។ សូមបញ្ជាក់ផងដែរថា ចំនួនសរុបនៃភ្នាក់ងារម៉ាកដែរមានលក្ខខណ្ឌសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់តាមការកំណត់របស់ច្បាប់ និងប្រកាសមានចំនួន៤២[១៧]ភ្នាក់ងារម៉ាកប៉ុណ្ណោះ គិតត្រឹមថ្ងៃទី២៥ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០១៧។

១.២. មូលដ្ឋានគតិយុត្តបច្ចុប្បន្ន និង សារប្រយោជន៍នៃភ្នាក់ងារម៉ាក

ដោយសារស្ថានភាពរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកមានការវិវត្តច្រើន ទើបយើងចាំបាច់ត្រូវតែសិក្សាជុំវិញលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តិនានាដែរពាក់ព័ន្ធនឹងភ្នាក់ងារម៉ាក។ ការសិក្សាអំពីរបបគតិយុត្តិបាននាំយើងឲ្យយល់ដឹងអំពីភ្នាក់ងារម៉ាកកាន់តែស៊ីជម្រៅបន្ថែមទៀត ព្រោះថាគ្រប់សកម្មភាពគតិយុត្តរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកអាចស្តែងឡើងបាន គឺអាស្រ័យតាមច្បាប់កំណត់ ក៏ដូចជាលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តនានាផងដែរ។ បើមិនដូចនោះទេ គ្រប់សកម្មភាពប្រតិបត្តិរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកនឹងត្រូវប្រឈមចំពោះមុខច្បាប់ជាក់ជាពុំខាន។ ដោយសារមូលហេតុនេះហើយ ទើបធ្វើឲ្យយើងអាចមើលឃើញពីសារប្រយោជន៍របស់ភ្នាក់ងារម៉ាក។ តើភ្នាក់ងារម៉ាកអនុវត្តកិច្ចរបស់ខ្លួនបានដោយសំអាងទៅលើអ្វីខ្លះ? និង អ្វីជាសារប្រយោជន៍ដែលកើតចេញពីការប្រើប្រាស់ភ្នាក់ងារម៉ាក?

អនុលោមតាមបញ្ហាពីរខាងលើ យើងនឹងធ្វើការបង្ហាញឲ្យកាន់តែលំអិតអំពីទិដ្ឋភាពនៃ លិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តិនៅចំនុច១.២.១ និងសារប្រយោជន៍នៃភ្នាក់ងារម៉ាកនៅចំនុច១.២.២។

១.២.១. លិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តដែលគ្រប់គ្រងភ្នាក់ងារម៉ាក

ដើម្បីធានាដល់ដំណើរការអនុវត្តតួនាទីរបស់ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក កម្ពុជាបានបង្កើតនូវលិខិតបទដ្ឋានគតិយុត្តិមួយចំនួនមានជាអាទ៍៖

[១៧] គួរបញ្ជាក់ផលដែរថា ភ្នាក់ងារម៉ាកដែលមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ទាំងអស់ ជារៀងរាល់មួយឆ្នាំម្តង ត្រូវដាក់ពាក្យស្នើសុំការទទួលស្គាល់ពីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ ដូចនេះតាមរយៈបញ្ជីឈ្មោះភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក ឆ្នាំ២០១៥– ២០១៦ ដែលចេញដោយនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា មានត្រឹមតែ៤២ភ្នាក់ងារម៉ាកតែប៉ុណ្ណោះ។ តំណរភ្ជាប់ដើម្បីទាញយកទិន្នន័យលំអិត៖ www.cambodiaip.gov.kh/TemplateTwo.aspx?parentId=78&menuid=320&childMasterMenuId=320

- ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ប្រកាសឲ្យប្រើដោយព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/០២០២/០០៦ កាលពីថ្ងៃទី០៧ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០០២ ។ គោលគំនិតសំខាន់នៃច្បាប់ទាក់ទងនឹងភ្នាក់ងារម៉ាកបានស្តែងឡើង ដោយមានពីរមាត្រាគឺមាត្រា៥៨ និងមាត្រា៥៩។ តាមរយៈមាត្រាទាំងពីរ អាចឲ្យយើងស្វែងយល់បានលើពីរទិដ្ឋភាពជុំវិញភ្នាក់ងារម៉ាក។ **ទិដ្ឋភាពទីមួយ** ឆ្លុះបញ្ចាំងអំពីតួនាទីជាតំណាងស្របច្បាប់របស់ម្ចាស់ម៉ាកក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ក្នុងករណីដែរម្ចាស់ម៉ាកនោះពុំមាន ទីលំនៅអចិន្ត្រៃយ៍ ឬទីតាំងប្រកបអាជីវកម្មសំខាន់ក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ រីឯភ្នាក់ងារម៉ាកវិញទៀតសោត ក្នុងខណៈពេលអនុវត្តន៍កិច្ចការតំណាងរបស់ខ្លួន ចាំបាច់ត្រូវតែមានទីលំនៅ និងកំពុងប្រកបវិជ្ជាជីវៈនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។ ផ្ទុយទៅវិញប្រសិនបើភ្នាក់ងារម៉ាកនោះពុំមានទីលំនៅ ឬមិនប្រកបវិជ្ជាជីវៈនៅក្នុងព្រះរាជាប្រទេសកម្ពុជាទេនោះ មានន័យថាភ្នាក់ងារម៉ាកនោះនឹងបាត់បង់សិទ្ធិស្របច្បាប់ក្នុងការតំណាងឲ្យម្ចាស់ម៉ាកសម្រាប់កិច្ចការចុះបញ្ជី។ ម្យ៉ាងវិញទៀត តាមរយៈអត្ថន័យ នៃមាត្រាដដែល បានឆ្លុះបញ្ចាំងឲ្យឃើញថា ភ្នាក់ងារម៉ាកបរទេសពុំអាចអនុវត្តសិទ្ធិតំណាងរបស់ខ្លួនក្នុងដែនដីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាបានឡើយ ព្រោះថាភ្នាក់ងារម៉ាកបរទេសនោះពុំមានទីលំនៅ និងមិនបានប្រកបអាជីវកម្មក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ ដោយឡែកចំពោះ**ទិដ្ឋភាពទីពីរ**វិញ បានបង្ហាញពីលក្ខខណ្ឌគ្រឹះ ដើម្បីក្លាយខ្លួនជាភ្នាក់ងារម៉ាកដែរមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ ដូចមានចែងនៅក្នុងប្រកាសរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ ត្រង់ចំនុចនេះបានលេចចេញជាចំណោទបញ្ហាត្រង់ថា តើអ្វីជាលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ដែរមាននៅក្នុងប្រកាស? ហើយតើពេលណាបានប្រកាសនោះចេញមកអនុវត្តទៅ? តែទោះជាយ៉ាងណាក្នុងខណៈពេលដែរប្រកាសរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មពុំទាន់ចេញ ការអនុវត្តតួនាទីរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកនៅតែបន្តកិច្ចការរបស់ខ្លួនដ៏ដែរ។

- អនុក្រឹត្យស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពីនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ លេខ៦៤ អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី១២ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០០៦។ គោលបំណងសំខាន់នៃអនុក្រឹត្យគឺកំណត់អំពី នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក ការបដិសេធ ភ្នាក់ងារតំណាងម៉ាក ការប្រកាសសិទ្ធិអាទិភាព ការលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជី និងវិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន។ ក្នុងនោះចំនុចសំខាន់នៃអនុក្រឹត្យដែរទាក់ទងនឹងភ្នាក់ងារម៉ាក បានស្តែងឲ្យឃើញលើពីរបរិបទរួមមាន៖ **បរិបទទីមួយ** បានរំលេចពីតួនាទីសំខាន់ៗរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកក្នុងដំណើរការចុះបញ្ជី និងការចូលរួមដោះស្រាយវិវាទម៉ាកផ្សេងៗ។ នៅក្នុងដំណើរការចុះបញ្ជី ភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវរៀបចំនិងបំពេញនូវរាល់ចំនុចសំខាន់នៃពាក្យស្នើសុំ ដោយក្នុងនោះអ្វីដែរមិនអាចខ្វះបានគឺ ឈ្មោះ អាសយដ្ឋានសញ្ជាតិ និងនិវេសនដ្ឋានរបស់ម្ចាស់ម៉ាករួមទាំងរបស់ភ្នាក់ងារតំណាងផងដែរ គំរូម៉ាកចំនួន១៥ (ស្ថិតក្នុងស្ថានភាពតែមួយ)...។ ក្នុងពេលជាមួយគ្នា ប្រសិនបើមានវិវាទអំពីម៉ាកកើតឡើង ទាំងមុននឹងក្រោយការប្រកាសផ្សាយ ភ្នាក់ងារម៉ាកបានចូលរួមយ៉ាងសំខាន់ក្នុងនីតិវិធីដោះស្រាយជម្លោះ។ ត្រង់ចំនុចនេះបានបង្ហាញឲ្យឃើញកាន់តែច្បាស់អំពីការការពារផលប្រយោជន៍របស់

ម្ចាស់ម៉ាក ប្រឆាំងទៅនឹងការរំលោភបំពានណាមួយ។ ដោយឡែកចំពោះ**បរិបទទីពីរវិញ** បានបង្ហាញអំពីលិខិតប្រគល់សិទ្ធិ[១៨] ដែលធ្វើឡើងដោយម្ចាស់ម៉ាកផ្ទាល់ ដើម្បីបញ្ជាក់អំពីភាពស្របច្បាប់ក្នុងអំពើនៃភ្នាក់ងារតំណាងរបស់ខ្លួន សម្រាប់ជាភស្តុតាងចំពោះមុខអាជ្ញាធរ។ សូមកត់សម្គាល់ផងដែរថា សុពលភាពនៃលិខិតប្រគល់សិទ្ធិមានរយៈពេល២ខែគិតតាំងចាប់ពីថ្ងៃចុះហត្ថលេខា។

- ប្រកាសស្តីពី នីតិវិធីរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា លេខ៣៦៨ ពណ.ពកប.ប្រក ចុះថ្ងៃទី១៥ ខែធ្នូ ឆ្នាំ១៩៩៧ ។ ផ្នែកខ្លះនៃប្រកាសនេះបានចែងទាក់ទងនឹងតួនាទីភ្នាក់ងារម៉ាក ដែលទទួលបានសិទ្ធិតំណាងពីម្ចាស់ម៉ាក ត្រូវរាយការណ៍ទៅនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា អំពីការប្រើប្រាស់ ឬមិនប្រើប្រាស់នូវពាណិជ្ជសញ្ញា ឬសេវាសញ្ញា នៅរៀងរាល់៥ឆ្នាំម្តង។ ហើយលទ្ធផលដែលកើតចេញពីការខកខានមិនរាយការណ៍ នឹងនាំឲ្យពាណិជ្ជសញ្ញា ឬសេវាសញ្ញានោះនឹងត្រូវលុបចេញពីបញ្ជី។

- ប្រកាសស្តីពីភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាកក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា លេខ០៤៥ Moc/SM2011 ចុះថ្ងៃទី០៩ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០១១។ តាមរយៈប្រកាសនេះ បានបង្ហាញពីគោលគំនិត៣ចម្បងៗ ទាក់ទងនឹងភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក។ ចំពោះ**គោលគំនិតទី១** សំដៅកំណត់នូវលក្ខខណ្ឌតម្រូវ និងនីតិវិធីទទួលស្គាល់បុគ្គលធ្វើជាតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក ដោយអនុលោមតាមច្បាប់ និងបទបញ្ញត្តិ ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ និងម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ។ ដោយឡែកចំពោះ**គោលគំនិតទី២** សំដៅគ្រប់គ្រង និងពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់តំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក ដើម្បីសម្រួលដល់ការងារចុះបញ្ជី និងកិច្ចការដទៃទៀតដែលទាក់ទងនឹងម៉ាក និងម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ឲ្យមានភាពរលូនប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់។ និង**គោលគំនិតទី៣** សំដៅផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់ម្ចាស់ម៉ាកក្នុងការធ្វើអាជីវកម្ម និងការពារសិទ្ធិរបស់ខ្លួន តាមរយៈអ្នកតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក។

១.២.២. សារប្រយោជន៍នៃភ្នាក់ងារម៉ាកនៅក្នុងវិស័យម៉ាក

ជាងពីរទសវត្សមកហើយ ដែលប្រទេសកម្ពុជាបាននឹងកំពុងអនុវត្តប្រព័ន្ធចុះបញ្ជីម៉ាក។ ក្នុងនោះវត្តមានភ្នាក់ងារម៉ាកបានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ ក្នុងដំណើរការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកនៅកម្ពុជា។ ការចូលរួមកិច្ចអនុវត្តន៍ច្បាប់របស់ភ្នាក់ងារម៉ាក បានធ្វើឲ្យមានសន្ទុះកើនឡើងខ្លាំងនូវម៉ាកដែរទទួលបានការ

[១៨] ក្នុងប្រព័ន្ធកម្មសិទ្ធិបញ្ញា លិខិទប្រគល់សិទ្ធិមានពីរប្រភេទ គឺលិខខិតប្រគល់សិទ្ធិទូទៅ (Giving full power to legal Attorney /Agent) និងលិខិតប្រគល់សិទ្ធិដោយកម្រិត(Giving less power to legal Attorney/Agent) ។ ដើម្បីទទួលបានឯកសារលំអិត សូមចូលទៅកាន់គេហទំព័រ៖ www.wipo.int/pct/en/texts/rules/r90.html#_90_4_a ។

យល់ព្រមចុះបញ្ជីជូន។ ក្នុងពេលជាមួយគ្នា ភ្នាក់ងារម៉ាកក៏បានចូលរួមចំណែកក្នុងការផ្សព្វផ្សាយច្បាប់ជូនដល់ប្រជាពលរដ្ឋទូទៅដែលជាអតិថិជនរបស់ខ្លួន។ ដោយសារមានការរួមសហការគ្នារវាងតួអង្គរដ្ឋ និងភ្នាក់ងារម៉ាក បានធ្វើឲ្យប្រជាពលរដ្ឋទូទៅងាកមកចាប់អារម្មណ៍លើម៉ាកសញ្ញាសម្រាប់ប្រើប្រាស់លើទំនិញឬសេវារបស់ខ្លួន។ ក្នុងន័យដើម្បីទទួលបានកិច្ចការពារដោយស្របច្បាប់ពីសំណាក់អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច។ ជាលទ្ធផលនៃការអនុវត្តតួនាទីក្នុងឋានៈជាភ្នាក់ងារម៉ាក នារយៈពេលកន្លងមកនេះបានផ្តល់ផលប្រយោជន៍ដល់គោលដៅ៣ចម្បងៗ ដូចជា៖

គោលដៅចម្បងទី១គឺ **ផលប្រយោជន៍សម្រាប់ម្ចាស់ម៉ាក** ៖ តាមរយៈការផ្ទេរសិទ្ធិទៅឲ្យភ្នាក់ងារម៉ាក ដើម្បីជួយដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ម្ចាស់ម៉ាកបានកាត់បន្ថយនូវបន្ទុកនៃភាពស្មុគស្មាញក្នុងដំណើរការនៃនីតិវិធីចុះបញ្ជីម៉ាក ចំណេញពេលវេលាសម្រាប់អនុវត្តកិច្ចជំនួញផ្សេងទៀតរបស់ខ្លួន ហើយនេះគឺជាឱកាសសម្រាប់សម្លឹងរកទីផ្សារផ្សេងទៀតដើម្បីប្រកួតប្រជែង។ ជាមួយគ្នានេះដែរ ម្ចាស់ម៉ាកនឹងមានភាពច្បាស់លាស់ក្នុងការចំណាយថវិកា ជាមួយភ្នាក់ងារក្នុងតម្លៃនៃការចរចាគ្នាប្រកបដោយភាពស្មើភាពគ្នា។ ស្របពេលជាមួយគ្នាម្ចាស់ម៉ាកនឹងទទួលបានព័ត៌មានពាក់ព័ន្ធនឹងម៉ាករបស់ខ្លួន ម៉ាកដែលមានលក្ខណៈប្រហាក់ប្រហែល ឬស្រដៀងជាដើម គួបផ្សំនឹងការវិភាគគ្រប់ជ្រុងជ្រោយដោយយោងលើទិដ្ឋភាពលំអិតនៃច្បាប់ សម្រាប់ធ្វើជាមូលដ្ឋានគ្រឹះក្នុងការពិចារណា ប្រកបដោយភាពច្បាស់លាស់ក្នុងការស្នើសុំចុះបញ្ជី។ ក្នុងពេលជាមួយគ្នានេះដែរ ម្ចាស់ម៉ាកនឹងមិនក្លាយជាជនរងគ្រោះដោយសារអំពើពុករលួយឡើយ ព្រោះថាម្ចាស់ម៉ាកបានយល់ដឹងច្បាស់ពីមូលដ្ឋានច្បាប់រួចទៅហើយ។

ចំនុចដែលសំខាន់របស់ម្ចាស់ម៉ាកក្នុងការប្រើប្រាស់ភ្នាក់ងារម៉ាក គឺដើម្បីឆាប់ទទួលបានសិទ្ធិផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាក និងហាមឃាត់តតិយជនពីការប្រើប្រាស់ ឬរំលោភបំពានម៉ាក និងទំនិញក្លែងបន្លំម៉ាករបស់ខ្លួនតាមគ្រប់រូបភាព ដោយគ្មានការអនុញ្ញាតជាមុនពីម្ចាស់ម៉ាក។ ក្នុងន័យនេះតាមរយៈការចុះបញ្ជី ម៉ាកមួយនឹងទទួលបាននូវកិច្ចការពារស្របច្បាប់នៅកម្ពុជាក្នុងរយៈពេលកំណត់ដោយច្បាប់[៩] ។ ក្នុងន័យម្យ៉ាងទៀត ម្ចាស់ម៉ាកអនុវត្តន៍ដោយងាយស្រួលនូវសិទ្ធិរបស់ខ្លួនសម្រាប់សកម្មភាពសេដ្ឋកិច្ចក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មតាមគ្រប់រូបភាព និងសិទ្ធិក្នុងការផលិតឡើងវិញនូវម៉ាករបស់ខ្លួនលើទំនិញ ឬសេវាស្របតាមប្រភេទនៃទំនិញ ឬសេវាដែលបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី។ បន្ថែមលើសពីនេះ ដោយហេតុថាម៉ាកជាទ្រព្យអរូបិយ ម្ចាស់ម៉ាកអាចយកទ្រព្យនេះទៅដាក់បញ្ចាំ ដើម្បីទទួលបាននូវ

---

[៩] រយៈពេលកំណត់ដោយច្បាប់សម្រាប់កិច្ចការពារម្ចាស់ម៉ាកក្នុងការប្រើប្រាស់សិទ្ធិផ្តាច់មុខ មានរយៈពេល១០ឆ្នាំ គិតចាប់ពីថ្ងៃដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក។ ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ប្រកាសឲ្យប្រើដោយព្រះរាជក្រម លេខនស/រកម/០២០២/០០៦, ០៧ កុម្ភៈ ២០០២, មាត្រា១២,ចំនុច ក(ពីពេលនេះតទៅហៅថា ច្បាប់ម៉ាក) ។ សូមបញ្ជាក់ផងដែរថា ការដែរកម្ពុជាកំណត់រយៈ១០ឆ្នាំនេះ គឺស្របនឹងកិច្ចព្រមព្រៀងTRIPS ដែលតម្រូវឲ្យរដ្ឋសមាជិកនីមួយៗកំនត់នូវរយៈពេលជាក់លាក់នៃកិច្ចការពារម៉ាកនៅក្នុងច្បាប់ជាតិរបស់ខ្លួន ដែលមានរយៈពេលយ៉ាងតិច ៧(ប្រាំពីរ)ឆ្នាំ។ បទប្បញ្ញត្តិនេះមានន័យថា រយៈពេលសុពលភាពនៃម៉ាកអាចត្រូវបានកំណត់ដោយច្បាប់ជាតិចាប់ពី៧ (ប្រាំពីរ) ឆ្នាំឡើងទៅ ហើយអាចចុះបញ្ជីសារជាថ្មីបាន។ជាទូទៅ រយៈពេលនៃកិច្ចការពារម៉ាកក្នុងបណ្តាលប្រទេសទាំងឡាយនៅលើពិភពលោកគឺ ១០(ដប់) ឆ្នាំ។

ដើមទុនក្នុងការពង្រីកអាជីវកម្ម ឬអភិវឌ្ឍន៍ពាណិជ្ជកម្ម ក៏ដូចជាអាចធ្វើជាមូលនិធិពាណិជ្ជកម្មសម្រាប់សហគ្រាស[២០]ផងដែរ។ ជារួមតាមរយៈសិទ្ធិផ្ដាច់មុខ បានធ្វើឲ្យម្ចាស់ម៉ាកមានភាពកក់ក្ដៅប្រកបដោយទំនុកចិត្តខ្ពស់ក្នុងការបង្កើនកម្រិតវិនិយោគរបស់ខ្លួនឲ្យកាន់តែរីកចម្រើនឡើង។ ហើយវាអាចកើតមានបានតាមរយៈកម្រិតអនុវត្តច្បាប់ខ្ពស់របស់អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច។

គោលដៅចម្បងទីពីរគឺ **ផលប្រយោជន៍សម្រាប់ប្រជាពលរដ្ឋ** ៖ ដោយសារវិស័យម៉ាករីកចម្រើនបានជំរុញឲ្យមានទំហំនៃការវិនិយោគចូលមកក្នុងប្រទេសកម្ពុជាកាន់តែច្រើនឡើង ជាហេតុធ្វើឲ្យមានតម្រូវការកម្លាំងពលកម្មកាន់តែខ្ពស់ សម្រាប់បម្រើដល់សង្វាក់ផលិតកម្ម។ នេះគឺជាឱកាសការងារសម្រាប់ប្រជាជនប្រកបដោយសុវត្ថិភាព ដោយពុំចាំបាច់ប្រថុយប្រថានចំណាកស្រុកដើម្បីរកការងារធ្វើនៅក្រៅប្រទេសឡើយ។ ឱកាសការងារនេះបានបង្កើតឲ្យមានភាពរីកចម្រើនដល់កម្រិតជីវភាពរបស់ប្រជាជននៅតាមទីជនបទ ដោយកម្លាំងដែលបម្រើដល់ការអភិវឌ្ឍវិស័យពាណិជ្ជកម្មម៉ាកគឺបានមកពីវត្តមានរបស់ប្រជាពលរដ្ឋនៅតាមទីជនបទនេះឯង។ ដោយសារផលិតកម្មនៃវិស័យម៉ាកក្នុងប្រទេសកើនឡើង បានធ្វើឲ្យប្រជាពលរដ្ឋទូទៅមានលទ្ធភាពប្រើប្រាស់ផលិតផលប្រកបដោយគុណភាព និងការទទួលខុសត្រូវហើយផលដែលកើតចេញពីការប្រើប្រាស់នោះ គឺយើងអាចធានាបាននូវសុខសុវត្ថិភាពរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ។

ការវិនិយោគវិស័យម៉ាកក្នុងប្រទេសជាផ្នែកមួយនៃការផ្ទេរចំណេះនិងជំនាញ ក៏ដូចជាបច្ចេកទេសក្នុងការផលិតនូវផលិតផលដែលមានបំពាក់ម៉ាកសញ្ញា។ តាមរយៈការផ្ទេរចំណេះជំនាញ បានធ្វើឲ្យប្រជាពលរដ្ឋស្គាល់អំពីតម្លៃនៃការជ្រើសរើសម៉ាកយកមកប្រើប្រាស់ សម្រាប់បំពាក់លើទំនិញ ឬសេវារបស់ខ្លួន និងជាពិសេសអត្ថប្រយោជន៍នៃការចុះបញ្ជីម៉ាក។

គោលដៅចម្បងទីបី គឺ **ផលប្រយោជន៍សម្រាប់ប្រទេសជាតិ** ៖ ដោយសម្រេចបានដោយជោគជ័យនូវប្រព័ន្ធចុះបញ្ជីម៉ាក និងការអនុវត្តច្បាប់ស្របតាមបទដ្ឋានអន្តរជាតិ បានទាក់ទាញវិនិយោគទុនជាម្ចាស់ម៉ាក មកបណ្ដាក់ទុនរកស៊ីនៅកម្ពុជាកាន់តែប្រសើរ។ លទ្ធផលនេះបានស្ដែងឲ្យឃើញតាមរយៈពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក គ្រាន់តែដើមឆ្នាំ២០១៧ មានពាក្យស្នើសុំចំនួន៣១៧៤ម៉ាក[២១] ក្នុងនោះម៉ាកដែលបានទទួលការអនុញ្ញាចុះបញ្ជីមាន២៦៤២ម៉ាក។ ទាញចេញពីទិន្នន័យនេះ ឆ្លុះបញ្ចាំងឲ្យឃើញទិដ្ឋភាពពីរយ៉ាងរួមមាន៖ ប្រសិទ្ធភាពក្នុងការវិនិច្ឆ័យរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី និង ការប្រមូលចំណូលចូលរដ្ឋ។

ចំពោះប្រសិទ្ធភាពការងាររបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី អាចប្រសើរទៅបានក៏អាស្រ័យលើការចូលរួមសហការរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកក្នុងដំណើរការស្នើសុំចុះបញ្ជី។ ព្រោះភ្នាក់ងារជាបុគ្គលដែលតំណាងឲ្យ

[២០] សូមបញ្ជាក់ផងដែរថា គិតមកដល់ពេលបច្ចុប្បន្ននេះ យើងពុំឃើញមានការអនុវត្តណាមួយនៅក្នុងវិស័យធនាគារដែលទទួលយកទ្រព្យកម្មសិទ្ធបញ្ញា ធ្វើជាវត្ថុធានាក្នុងការអនុវត្តកាតព្វកិច្ចសងបំណុលក្នុងកិច្ចសន្យាកម្ចីប្រាក់ពីធានាគារនៅកម្ពុជានៅឡើយទេ។

[២១] គំណរភ្ជាប់សម្រាប់ព័ត៌លំអិតទាក់ទងនឹងទិន្នន័យនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកនៅកម្ពុជា៖ www.wipo.int/branddb/kh/en/

ម្ចាស់ម៉ាកប្រកបដោយលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ ព្រមជាមួយនឹងចំណេះជំនាញច្បាស់លាស់ក្នុងកិច្ចការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក។ ដោយសារតែលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់របស់ភ្នាក់ងារម៉ាកនេះ បានផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់មន្ត្រីត្រួតពិនិត្យម៉ាក(ទាំងទម្រង់ និងខ្លឹមសារ) ប្រកបដោយភាពឆាប់រហ័ស និងច្បាស់លាស់។

ដោយឡែកចំពោះការប្រមូលចំណូលចូលរដ្ឋ ក៏បានឆ្លុះបញ្ចាំងតាមរយៈការបង់កម្រៃចុះបញ្ជីពីសំណាក់អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ។ ដូចដឹងស្រាប់ហើយថា កម្រៃដែលបានមកពីការចុះបញ្ជីវា ជាប្រភពចំណូលដ៏សំខាន់របស់ទ្រទ្រង់ដង្ហើមសេដ្ឋកិច្ចជាតិ និងសម្រាប់យកទៅអភិវឌ្ឍន៍ប្រទេសទៅតាមតម្រូវការចាំបាច់ចំពោះមុខស្របតាមគោលនយោបាយជាតិ។

ម៉្យាងទៀតវត្តមានភ្នាក់ងារម៉ាកបានជួយពន្លឿន ដល់ដំណើរការដោះស្រាយវិវាទនានា ដែលកើតមានឡើងទាំងមុនពេលប្រកាសផ្សាយ និងក្រោយពេលប្រកាសផ្សាយជាអាទិ៍ ពីព្រោះភ្នាក់ងារម៉ាកក្នុងដំណើរការចុះបញ្ជី ត្រូវបានចាត់ទុកដូចជាម្ចាស់ម៉ាកដោយប្រយោល។ ការចូលរួមរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកនឹងមានភាពងាយស្រួល ហើយឆាប់រហ័ស ដើម្បីឈានដល់ការបញ្ចប់ជម្លោះនានា ព្រោះភ្នាក់ងារម៉ាកយល់ដឹងពីច្បាប់ និងនីតិវិធីបានច្បាស់។ ជាលទ្ធផលក្នុងពេលកន្លងមក វិស័យម៉ាកបានទទួលការកោតសរសើរពីសំណាក់វិនិយោគិនបរទេស ក្នុងការអនុវត្តច្បាប់ម៉ាកប្រកបដោយភាពច្បាស់លាស់ និងតម្លាភាព។ នេះជាសញ្ញាណវិជ្ជមានដ៏ល្អមួយ ដែលបានជួយលើមុខមាត់ជាតិក្នុងឆាកអន្តរជាតិក៏ជាផ្នែកមួយក្នុងការបន្តទាក់ទាញវិនិយោគមកក្នុងប្រទេសឲ្យកាន់តែច្រើនបន្ថែមទៀត។

ជំពូកទី ២

ក្របខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិ និង សមត្ថកិច្ចរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាក

ភ្នាក់ងារម៉ាកគឺជាបុគ្គលដែលសំខាន់សម្រាប់ជាជំនួយដល់ម្ចាស់ម៉ាកក្នុងដំណើរការចុះបញ្ជី។ ឬអាចនិយាយបានមួយបែបទៀតថា ភ្នាក់ងារម៉ាកគឺជាកម្លាំងចលករដ៏ចាំបាច់ និង មិនអាចខ្វះបានសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍវិស័យម៉ាក កិច្ចការពារ និងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ចជាតិ។ ដោយមើលឃើញពីតម្រូវការចំពោះមុខ ទើបនៅឆ្នាំ២០០២ ច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ត្រូវបានព្រះមហាក្សត្រឡាយព្រះហត្ថលេខាប្រកាសឲ្យអនុវត្តន៍។ ក្នុងនោះច្បាប់បានចែងទទួលស្គាល់ពីតួនាទីរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាក សម្រាប់តំណាងឲ្យម្ចាស់ម៉ាកបរទេស ក្នុងដំណើរការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក។ ក៏ប៉ុន្តែអ្វីដែលជាកង្វះខាតនៃច្បាប់គឺ ពុំបានចែងច្បាស់អំពីលក្ខខណ្ឌដើម្បីទទួលបានលក្ខណៈសម្បត្តិគតិយុត្តនៃភ្នាក់ងារម៉ាកឡើយ។ ពិតណាស់ក្នុងឋានៈជាអ្នកតំណាងសិទ្ធិឲ្យម្ចាស់ម៉ាក ចាំបាច់ត្រូវទាមទារឲ្យមានលក្ខណៈគុណវុឌ្ឍិច្បាស់លាស់មួយ ដើម្បីបំពេញលក្ខខណ្ឌសុពលភាពនៃកិច្ចអនុវត្តន៍របស់ខ្លួន។ បើមិនដូច្នោះទេ តើធ្វើយ៉ាងណាអាចសម្រេចបានការអភិវឌ្ឍវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា សម្រាប់ម៉ាកបរទេសដោយជោគជ័យកើត? ខណៈពេលដែរច្បាប់ចែងតែពីតួនាទី តែពុំបានចែងពីនីតិវិធីដើម្បីទទួលបានលក្ខខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាកឲ្យនោះ។

ក្រោយមកនៅឆ្នាំ២០១១ ទើបយើងឃើញមានបទដ្ឋានបំពេញបន្ថែមនៃច្បាប់ ដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្មបានចេញ ប្រកាសមួយស្ដីពីភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាកក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ចុះថ្ងៃទី ០៩ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០១១។ តាមរយៈបទដ្ឋាននេះហើយ ដែលបានបង្ហាញពីនីតិវិធីទទួលបានលក្ខខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាក និងបង្ហាញពីសមត្ថកិច្ចរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកផងដែរនៅក្នុងវិស័យម៉ាក។

ផ្ដើមចេញពីប្រកាសខាងលើនេះហើយ ទើបនៅឆ្នាំ២០១២ ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មបានរៀបចំឲ្យមានវគ្គបណ្ដុះបណ្ដាលភ្នាក់ងារម៉ាកជំនាន់ទី១ឡើង។ ក្នុងពេលចាប់ផ្ដើមដំបូងក្រសួងសម្រេចជ្រើសយកបេក្ខជនចំនួន ៣៧នាក់ឲ្យចូលរៀន ដោយក្នុងនោះមានបេក្ខជនចំនួន៣៤នាក់ប្រឡងជាប់ជាស្ថាពរ និង២នាក់ប្រឡងធ្លាក់ និង១នាក់ទៀតបោះបង់សិទ្ធិក្នុងការប្រឡង។ តាមរយៈលទ្ធផលនៃការជ្រើសរើសនេះ គឺដើម្បីបំពេញការងារជំនួសភ្នាក់ងារម៉ាកដែរមានស្រាប់[២២]ឲ្យស្របតាមនីតិវិធីរបស់ប្រកាស។

ដូច្នេះក្នុងជំពូកនេះនឹងចង្អុលបង្ហាញអំពីសមត្ថកិច្ចតាមផ្លូវច្បាប់របស់ភ្នាក់ងារម៉ាក(២.២) បន្ទាប់ពីយើងបានសិក្សាអំពីលក្ខខណ្ឌខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាករួចមក(២.១)។

[២២] ភ្នាក់ងារម៉ាកដែលកើតមានមុនប្រកាសទាំងអស់ ឬហៅម្យ៉ាងទៀតថាជាភ្នាក់ងារម៉ាកដែរមានស្រាប់ មានរយៈពេល៥(ប្រាំ)ឆ្នាំសម្រាប់បំពេញលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់អោយស្របតាមការកំណត់របស់ច្បាប់ ក៏ដូចជាប្រកាស។ ប្រកាសស្ដីពីភ្នាក់ងារម៉ាក,ប្រការ២៨។

២.១.លក្ខខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាក

គ្រប់សកម្មភាពគតិយុត្តិទាំងអស់របស់ភ្នាក់ងារម៉ាក អាចប្រព្រឹត្តទៅបានអាស្រ័យដោយច្បាប់ ឬបទដ្ឋានគតិយុត្តិបានផ្ដល់ឲ្យ។ ការផ្ដល់នូវអំណាចគតិយុត្តិនេះបានឆ្លុះបញ្ចាំងឲ្យឃើញពីតម្លៃនៃវិសាលភាពការងារប្រតិបត្តិរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាក។ ម៉្យាងវិញទៀតស្ថានភាពខាងលើ ក៏បានឆ្លុះបញ្ចាំងឲ្យឃើញពីគុណវុឌ្ឍិរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកក្នុងវិស័យម៉ាកផងដែរ។ ហេតុដូចនេះហើយបានជាយើង ចាំបាច់ត្រូវសិក្សាអំពីយន្តការដើម្បីទទួលបានគុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាក(២.១.១) ហើយក៏ត្រូវយល់ដឹងផលដែរអំពី មូលហេតុនៃការបាត់បង់លក្ខខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាក(២.១.២)។

តើមានមូលហេតុអ្វីខ្លះដែលអាចទទួលបានលក្ខខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិក្លាយជាភ្នាក់ងារម៉ាក?

២.១.១ យន្តការដើម្បីទទួលបានគុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាក

ការទទួលបានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ជាភ្នាក់ងារម៉ាក ចាំបាច់ត្រូវឆ្លងកាត់ការប្រឡងប្រជែងសមត្ថភាពដើម្បីអាចបំពេញលក្ខខណ្ឌគ្រឹះ នៃការទទួលស្គាល់ពីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ នេះសបញ្ជាក់ឲ្យឃើញថា ការយកដើមទុននៃចំណេះដឹងរបស់អ្នកដែលមានបំណងធ្វើជាភ្នាក់ងារម៉ាក ទៅប្រកួតប្រជែងគឺ ទាមទារឲ្យបុគ្គលនោះត្រូវមានចំណេះដឹងទូលាយពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ប្រកបដោយភាពច្បាស់លាស់ ឆ្លាតវៃ គួបផ្សំជាមួយនឹងបច្ចេកទេសសរសេរនិងបច្ចេកទេសនិយាយផងដែរ។ ពិតណាស់ថាការប្រឡងគឺជាលក្ខខណ្ឌគ្រឹះក៏ពិតមែន តែប្រសិនបើបេក្ខជនមិនបានចូលរៀនវគ្គបណ្ដុះបណ្ដាលត្រៀមប្រឡង ដែលរៀបចំដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្មទេនោះ ប្រាកដជាបាត់បង់សិទ្ធិ[២៣]ក្នុងការប្រឡងជាក់ជាពុំខាន។ គួរបញ្ជាក់ដែរថា មានអញ្ញត្រកម្មពីរយ៉ាងនៃករណីខាងលើ ក្នុងនោះៈ អញ្ញត្រកម្មទី១ គឺមានបុគ្គលមួយចំនួនដែរមានសិទ្ធិប្រឡង ដោយពុំចាំបាច់ឆ្លងកាត់វគ្គបណ្ដុះបណ្ដាលត្រៀម និងអញ្ញត្រកម្មទី២គឺ មានបុគ្គលមួយប្រភេទទៀត ទទួលបានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ ជាភ្នាក់ងារម៉ាកដោយពុំចាំបាច់ឆ្លងកាត់វគ្គបណ្ដុះបណ្ដាលនឹងវគ្គប្រឡងឡើយ។

ដោយហេតុនេះ យើងនឹងសិក្សាបន្ថែមអំពីនីតិវិធីដើម្បីអាចទទួលបានសិទ្ធិចូលប្រឡងប្រជែង (២.១.១.១) និងបន្ទាប់ទៀតយើងនឹងសិក្សាអំពីនីតិវិធីទទួលលក្ខខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិដោយស្វ័យប្រវត្តិ(២.១.១.២)។

២.១.១.១. ការទទួលបានតាមរយៈការប្រកួតប្រជែង

ជាគោលការណ៍ ដើម្បីទទួលបានឋានៈជាភ្នាក់ងារម៉ាកដែលមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ ចាំបាច់បេក្ខជន ត្រូវជាប់ក្នុងវគ្គប្រឡងប្រជែង ហើយដើម្បីអាចចូលរួមវគ្គប្រឡងប្រជែង ទាមទារឲ្យ

[២៣] ប្រកាសស្ដីពីភ្នាក់ងារម៉ាក,ប្រការ២១,ចំនុច១ "បេក្ខជនដែលដាក់ពាក្យសុំចុះឈ្មោះប្រឡង ត្រូវបញ្ចប់វគ្គបណ្ដុះបណ្ដាលត្រៀម មុនកាលបរិច្ឆេទប្រឡងដែលបានធ្វើឡើងនៅចន្លោះពេលទៀងទាត់មួយ ដោយនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។"

គោរពតាមលក្ខខណ្ឌតម្រូវរបស់ច្បាប់ជាមុន។ តើអ្វីជាលក្ខខណ្ឌតម្រូវ ដើម្បីអាចចូលរួមវគ្គប្រឡងបាន?

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលត្រៀមប្រឡង៖ គឺជាមធ្យោបាយមួយ ដើម្បីផ្តល់លទ្ធភាពគ្រប់គ្រាន់ដល់បេក្ខជនសម្រាប់ត្រៀមលក្ខណៈមុនការប្រឡងប្រជែង។ ហើយវគ្គនេះបង្កើតឡើងក្នុងគោលបំណងពង្រឹងសមត្ថភាពចំណេះដឹងរបស់បេក្ខជនពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ ដើម្បីអាចសម្រេចបាននូវគោលបំណងខាងលើ ទាមទារជាចាំបាច់ឲ្យបេក្ខជនត្រូវគោរពតាមលក្ខខណ្ឌតម្រូវរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដូចជា៖ ក.បេក្ខជនត្រូវមានសញ្ញាបត្របរិញ្ញាបត្រ ឬខ្ពស់ជាងនេះ ឬលិខិតបញ្ជាក់ដែលមានតម្លៃស្មើ ដោយមានបញ្ជាក់ភាពត្រឹមត្រូវ។ ខ.បេក្ខជនត្រូវដាក់ពាក្យស្នើសុំ និងបង់ថ្លៃចូលរៀនតាមការកំណត់របស់ក្រុមប្រឹក្សាប្រឡង ដើម្បីសម្រួលដល់ការចំណាយចាំបាច់នានា។ គ.មន្ត្រីរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មត្រូវបានលើកលែងក្នុងការបង់ថ្លៃចូលរៀន។

បន្ទាប់ពីបំពេញបានលក្ខណៈខាងលើរួចហើយ បេក្ខជនដែលចូលរៀនវគ្គបណ្តុះបណ្តាលត្រូវឆ្លងការកម្មវិធីសិក្សាដែលកំណត់ដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម រួមមាន៖ ក.ត្រូវសិក្សាមេរៀនទាក់ទងនឹងសញ្ញាណជាមូលដ្ឋាននៃកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ ខ.ច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញាដែលរួមមាន ៖ ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ច្បាប់ស្តីពីប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម វិញ្ញាបនបត្រម៉ូដែលមានអត្ថប្រយោជន៍ និងគំនូរឧស្សាហកម្ម, ច្បាប់ស្តីពីសិទ្ធិអ្នកនិពន្ធ និងសិទ្ធិប្រហាក់ប្រហែល ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ , ច្បាប់ស្តីពីការគ្រប់គ្រងពូជដំណាំ និងសិទ្ធិអ្នកបង្កាត់ពូជដំណាំ, ច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារបេតិកភ័ណ្ឌវប្បធម៌ រួមទាំងបទប្បញ្ញត្តិនានាដែលទាក់ទងនឹងច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ គ.ច្បាប់កម្ពុជាដទៃទៀតដែលត្រូវបានចាត់ទុកដោយក្រុមប្រឹក្សាថា មានសារៈសំខាន់ចំពោះការអនុវត្តន៍របស់ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់។ ឃ.កិច្ចព្រមព្រៀង អនុសញ្ញា សន្ធិសញ្ញាអន្តរជាតិ ដែលត្រូវបានចាត់ទុកដោយក្រុមប្រឹក្សាថា មានសារៈសំខាន់ចំពោះការអនុវត្តន៍ការងាររបស់ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់។ ង.ការអនុវត្តន៍ជាក់ស្តែងក្នុងការចុះបញ្ជី ការប្តឹងជំទាស់ និងដោះស្រាយវិវាទកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។

ទន្ទឹមនឹងត្រូវទទួលការបណ្តុះបណ្តាលវគ្គត្រៀមប្រឡង ច្បាប់ក៏បានចែងអំពីអញ្ញត្រកម្មនៃវគ្គរៀនត្រៀមប្រឡងផងដែរ។ បន្ទាប់មកទៀត នៅចំនុចបន្ទាប់យើងនឹងសិក្សាលើករណីលើកលែងចំពោះការរៀនវគ្គបណ្តុះបណ្តាល។

ករណីលើកលែងរៀនវគ្គបណ្តុះបណ្តាលត្រៀម

អនុលោមតាមប្រការ២១នៃប្រកាសស្តីពីភ្នាក់ងារម៉ាក បានចែងការលើកលែកសម្រាប់វគ្គត្រៀមបណ្តុះបណ្តាលប្រឡង ឲ្យដល់បុគ្គលពីរប្រភេទរួមមាន៖ ក. មន្ត្រីនៃនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដែលបានបម្រើការងារយ៉ាងតិច ០៥ឆ្នាំ ត្រូវបានលើកលែងក្នុងការចូលរៀនវគ្គត្រៀមប្រឡង។ ខ. បេក្ខជនទាំងឡាយដែលមានសញ្ញាបត្របរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ជំនាញកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ឬខ្ពស់ជាង ដែលទទួលស្គាល់ដោយស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ច និងមានបទពិសោធន៍ក្នុងការងារកម្មសិទ្ធិបញ្ញាចំនួន ០៥ឆ្នាំយ៉ាងតិចនៅក្នុងភ្នាក់ងារកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ឬក្រុមហ៊ុនច្បាប់ ឬក្នុងការិយាល័យដែលទទួលបន្ទុកកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃក្រុមហ៊ុនណាមួយ ត្រូវបានលើកលែងក្នុងការចូលរៀនវគ្គត្រៀមប្រឡង។

ជារួមតាមរយៈលក្ខខណ្ឌទាំងពីរខាងលើ យើងអាចយល់បានថា ដើម្បីអាចទទួលបានការអនុគ្រោះដោយពុំចាំបាច់រៀនវគ្គត្រៀមប្រឡង ទាមទារឲ្យបេក្ខជនត្រូវមានលក្ខណៈសម្បត្តិតម្រូវមួយចំនួនផងដែរ។ ដូចបានបញ្ជាក់នៅខាងលើរួចមកហើយថា គោលគំនិតនៃការបង្កើតវគ្គបណ្តុះបណ្តាលគឺ ដើម្បីពង្រឹង និងពង្រីកចំណេះដឹងរបស់បេ្ខជនប្រឡង ឲ្យកាន់តែច្បាស់លាស់បន្ថែមទៀតចំពោះវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ ផ្ទុយទៅវិញប្រសិនបើបុគ្គលដែរត្រូវលើកលែងនោះពុំមានចំណេះដឹងច្បាស់លាស់ទាក់ទង់នឹងវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញាទេ តើធ្វើយ៉ាងនឹងអាចជាប់វគ្គប្រឡងទៅ? សរុបមកដោយសារហេតុផលទាំងនេះហើយ បានជាអ្នកនីតិនិពន្ធបានលើកយកករណីលើកលែងចំពោះការរៀនត្រៀមប្រឡងមកធ្វើជាអញ្ញតកម្ម។

វគ្គប្រឡងប្រជែង[24]៖ ការប្រឡងប្រជែងគឺ ជាផ្លូវតែមួយគត់ដើម្បីអាចឈានទៅបំពេញលក្ខខណ្ឌគ្រឹះ ក្នុងការទទួលបានគុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាក។ ប៉ុន្តែដើម្បីឈានមកដល់ការប្រឡងបានទាមទារឲ្យបេក្ខជនត្រូវបំពេញលក្ខខណ្ឌចុះឈ្មោះប្រឡង រួមមាន៖ ក.បេក្ខជនដែលដាក់ពាក្យសុំចុះឈ្មោះប្រឡង ត្រូវបញ្ចប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលត្រៀម មុនកាលបរិច្ឆេទប្រឡងដែលបានរៀបចំឡើងនៅចន្លោះពេលទៀងទាត់មួយ ដោយនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ ខ.មន្ត្រីនៃនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដែលបានបម្រើការងារយ៉ាងតិច៥ឆ្នាំ ត្រូវបានលើកលែងក្នុងការចូលរៀនវគ្គត្រៀមប្រឡង។ គ.បេក្ខជនទាំងឡាយដែលមានសញ្ញាបត្របរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ជំនាញកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ឬខ្ពស់ជាង ដែលទទួលស្គាល់ដោយស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ច និងមានបទពិសោធន៍ក្នុងការងារកម្មសិទ្ធិបញ្ញាចំនួន៥ឆ្នាំយ៉ាងតិចនៅក្នុងភ្នាក់ងារកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ឬក្រុមហ៊ុនច្បាប់ ឬក្នុងការិយាល័យដែលទទួលបន្ទុកកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃក្រុមហ៊ុនណាមួយ ត្រូវបានលើកលែងក្នុងការចូលរៀនវគ្គត្រៀមប្រឡង។ ឃ.បេក្ខជនត្រូវជាវពាក្យស្នើសុំចុះឈ្មោះប្រឡង។ ក្រុមប្រឹក្សាប្រឡងជាអ្នកកំណត់តម្លៃពាក្យស្នើសុំចុះឈ្មោះប្រឡងដើម្បីមានថវិការទ្រទ្រង់ការចំណាយចាំបាច់នានាក្នុងដំណើរការប្រឡង។ ង.មន្ត្រីនៃក្រុមប្រឹក្សាប្រឡង គណៈកម្មការប្រឡង និងលេខាធិការដ្ឋាន ដែលកំពុងកាន់មុខតំណែងមិនមានសិទ្ធិចុះឈ្មោះប្រឡងទេ។ មន្ត្រីទាំងនោះនឹងមានសិទ្ធិចុះឈ្មោះប្រឡង បន្ទាប់ពីតំណែងរបស់ខ្លួនត្រូវបានបញ្ចប់។

បន្ទាប់ពីបំពេញបាននូវលក្ខខណ្ឌតម្រូវរួមហើយ បេក្ខជនត្រូវប្រឡងលើវិញ្ញាសារសរសេរ និងឬផ្ទាល់មាត់។ វិញ្ញាសាសរសេរដែរបេក្ខជនត្រូវប្រឡងរួមមាន៖ ក. មេរៀនទាក់ទងនឹងច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញារួមមាន៖ ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ច្បាប់ស្តីពីប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម វិញ្ញាបនបត្រម៉ូដែលមានអត្ថប្រយោជន៍ និងគំនូរឧស្សាហកម្ម, ច្បាប់ស្តីពីសិទ្ធិអ្នកនិពន្ធ និងសិទ្ធិប្រហាក់ប្រហែល ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្រ្តទំនិញ , ច្បាប់ស្តីពីការគ្រប់គ្រងពូជដំណាំ និងសិទ្ធិអ្នកបង្កាត់ពូជដំណាំ, ច្បាប់ស្តីពីកិច្ចការពារបេតិកភ័ណ្ឌវប្បធម៌ រួមទាំងបទប្បញ្ញត្តិនានាដែលទាក់ទងនឹងច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញា និងច្បាប់កម្ពុជាដ៏ទៃទៀតដែលត្រូវបានចាត់ទុកដោយក្រុម

[24] ប្រកាសស្តីពីភ្នាក់ងារម៉ាក,ប្រការ២១

ប្រឹក្សាថា មានសារៈសំខាន់ចំពោះការអនុវត្តន៍។ ខ. ច្បាប់អន្តរជាតិទាំងឡាយពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ហើយដែរកម្ពុជាផ្តល់សច្ចាប័ណ្ណ រួមមាន៖ កិច្ចព្រមព្រៀង អនុសញ្ញា សន្ធិសញ្ញាអន្តរជាតិ ដែលត្រូវបានចាត់ទុកដោយក្រុមប្រឹក្សាថា មានសារៈសំខាន់ចំពោះការអនុវត្តន៍។

សរុបមកបន្ទាប់ពីបេក្ខជនបំពេញបានតាមរាល់លក្ខខណ្ឌតម្រូវរួចមក នឹងបន្ទាប់ពីបានប្រឡងជាប់ជាស្ថាពរហើយ បេក្ខជននឹងទទួលបានវិញ្ញាបនបត្របញ្ជាក់ជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក[២៥]ពីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ បន្ថែមលើពីនេះ ក្នុងករណីដែលភ្នាក់ងារម៉ាកឈរឈ្មោះតំណាងឲ្យនីតិបុគ្គលណាមួយនោះ ភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវដាក់ពាក្យស្នើសុំការទទួលស្គាលជាមុនពីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ដោយភ្ជាប់មកជាមួយនូវវិញ្ញាបនបត្របញ្ជាក់ជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក[២៦]។ បន្ទាប់មកក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងចេញវិញ្ញាបនបត្រទទួលស្គាល់ជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក។

២.១.១.២. ទទួលបានដោយស្វ័យប្រវត្តិ

ជាគោលការណ៍ដើម្បីទទួលបានលក្ខខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាក ចាំបាច់តម្រូវឲ្យបេក្ខជនត្រូវឆ្លងកាត់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលត្រៀមប្រឡង និងជាប់វគ្គប្រឡងជាមុន។ ក៏ប៉ុន្តែជាអញ្ញត្រកម្មនៃគោលការណ៍ខាងលើនេះ ច្បាប់ក៏បានចែងអំពីលក្ខខណ្ឌទទួលបានគុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាក។ លក្ខខណ្ឌនៃអញ្ញត្រកម្មមានជាអាទ៍៖ ក. អ្នកត្រួតពិនិត្យខ្លឹមសារម៉ាកលម្អិត ហើយដែលមានបទពិសោធន៍ក្នុងការងារយ៉ាងតិចចំនួន០៦ឆ្នាំ។ នេះសបញ្ជាក់ឲ្យឃើញថា មានតែមន្ត្រីរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាទេដែលអាចបំពេញលក្ខខណ្ឌតម្រូវនៃច្បាប់។ ព្រោះថា គ្មានបុគ្គលណាមួយអាចត្រួតពិនិត្យម៉ាកលម្អិតក្រៅពីមន្ត្រីរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាដែលទទួលបន្ទុកត្រួតពិនិត្យម៉ាកនោះទេ។ ខ. មន្ត្រីជំនាញច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញាដែលធ្លាប់បង្រៀនជំនាញកម្មសិទ្ធិបញ្ញាដល់បេក្ខជនត្រៀមប្រឡង ហើយដែលទទួលស្គាល់ដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ ក្នុងករណីនេះ លក្ខខណ្ឌថេរវេលានៃការងាររបស់មន្ត្រីជំនាញមិនមែនជាបញ្ហាដែរត្រូវពិចារណាឡើយ អ្វីដែរជាបញ្ហាប្រឈមរបស់មន្ត្រីជំនាញគឺលក្ខខណ្ឌនៃអតីតភាពបង្រៀនជំនាញកម្មសិទ្ធិបញ្ញាដល់បេក្ខជនក្នុងវគ្គត្រៀមប្រឡងទេតើ។ ជារួមបុគ្គលទាំងពីរប្រភេទខាងលើដែលបានបំពេញលក្ខខណ្ឌតម្រូវគ្រប់គ្រាន់ហើយ នឹងត្រូវចាត់ទុកថា មានគុណសម្បត្តិបច្ចេកទេសគ្រប់គ្រាន់ជាភ្នាក់ងារម៉ាក ដោយមិនបាច់ចូលរួមក្នុងការប្រឡង និងត្រូវបានចាត់ទុកថាប្រឡងជាប់ជាស្ថាពរ។ សរុបមក ការបង្កើតឲ្យមាននីតិវិធីក្នុងការទទួលបានលក្ខខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិដោយស្វ័យប្រវត្តិ គឺដើម្បីជាការបង្ហាញពីលើទឹកចិត្តចំពោះមន្ត្រីរាជការដែលមានគុណសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់គួបផ្សំនឹងបច្ចេកទេសជំនាញក្នុងវិស័យម៉ាក។

[២៥] សូមមើលនៅឧបសម្ព័ន្ធ៦។

[២៦] សូមមើលនៅឧបសម្ព័ន្ធ៦។

មួយវិញទៀតសញ្ញាណនៃការទទួលបានមុខងារដោយស្វ័យប្រវត្តដូចភ្នាក់ងារម៉ាក យើងក៏ឃើញមានដែរនៅក្នុងវិជ្ជាជីវៈសារការីកម្ពុជា។ នៅឆ្នាំ២០០១ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបានចេញអនុក្រឹត្យលេខ៥០៥ អនក្រ/តត ចុះថ្ងៃទី០៤ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០០១ សម្រេចតែងតាំងលោក **ប៉ែន សុនសម័យ**[២៧] ដែលជាសមាជិកមេធាវី នៃគណៈមេធាវីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា នូវមុខងារបន្ថែមជា **មេធាវីសារការី** ។ តាមរយៈអនុក្រឹត្យយើងអាចដឹងបានថា មូលហេតុដែលនាំឲ្យមានការតែងតាំងមេធាវីសារការី ពីព្រោះដោយឈរលើភាពចាំបាច់នៃតម្រូវការមុខងារសារការី ក្នុងប្រតិបត្តិការនានាលើវិស័យអចលនវត្ថុ និងក៏ដូចជាវិស័យដែលពាក់ព័ន្ធ ដែលតម្រូវឲ្យមានការចុះបញ្ជី ដើម្បីឲ្យមានការផ្ទេរកម្មសិទ្ធិ នោះមានសុពលភាព ហើយដោយកាលនោះពុំទាន់មានសារការីគ្រប់គ្រាន់នៅក្នុងប្រតិបត្តិការនោះផង ទើបរាជរដ្ឋាភិបាលសម្រេចតែងតាំងសារការីមេធាវី។ មួយវិញទៀតយើងអាចយល់បានថាមេធាវីគឺ ជាបុគ្គលដែលប្រកបដោយចំណេះដឹង និងជំនាញពាក់ព័ន្ធលើវិស័យច្បាប់នានាផង និងជាវិជ្ជាជីវៈប្រកបដោយក្រមសីលធម៌មេធាវី។ បន្ថែមលើពីនេះវត្តមានមេធាវី នៅក្នុងវិស័យយុត្តិធម៌បានចូលរួមចំនែកយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការជុំរុញប្រសិទ្ធភាពយុត្តិធម៌នៅក្នុងសង្គម។

សរុបមក ការទទួលបានការតែងតាំងមុខងារដោយស្វ័យប្រវត្តិគឺគ្រាន់តែជាមធ្យោបាយមួយសម្រាប់ ដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមចំពោះមុខនៃកង្វះខាតធនធានមនុស្សក្នុងដំណើរការអភិវឌ្ឍន៍ជាតិ និង ជាការលើកទឹកចិត្តចំពោះមន្ត្រីរាជការដែលខិតខំប្រឹងប្រែងអនុវត្តន៍ការងាររបស់ខ្លួន។

២.១.២ មូលហេតុនៃការបាត់បង់គុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាក

ការទទួលបានលក្ខខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាក ជាលក្ខខណ្ឌគ្រឹះដែលច្បាប់ម៉ាកតម្រូវសម្រាប់បុគ្គលដែលអនុវត្តន៍យន្តការតំណាងសិទ្ធិស្របច្បាប់របស់ម្ចាស់ម៉ាក។ ដោយឡែកថេរវេលានៃការអនុវត្តតួនាទីរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាក គឺមិនមានថេរវេលាកំណត់នោះទេ[២៨]។ ទន្ទឹមនឹងការទទួលបានគុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាកហើយ ក៏មានដែរមូលហេតុដែលនាំឲ្យបាត់បង់ទៅវិញនូវគុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាក។ មូលហេតុនៃការកំណត់នូវលក្ខខណ្ឌបាត់បង់គុណវុឌ្ឍិ គឺដើម្បីពង្រឹងតួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាក ឲ្យកាន់តែមានភាពច្បាស់លាស់នឹងប្រាកដប្រជា។ បើមិនដូចនេះទេ ដោយសំអាងលើរយៈពេលមិនកំណត់នៃការទទួលស្គាល់ និងដោយគ្មានការចែងអំពីលក្ខខណ្ឌបាត់បង់គុណវុឌ្ឍិនោះនឹងនាំឲ្យភ្នាក់ងារម៉ាកអនុវត្តតួនាទីដោយគ្មានខ្លាចក្រែងអ្វីឡើយ។

តើលក្ខខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិជាភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវបាត់បង់ដោយមូលហេតុអ្វីខ្លះ?

[២៧] អនុក្រឹត្យស្តីពីការផ្តល់សមត្ថកិច្ចបន្ថែមជាសារការីដល់មេធាវីនៃគណៈមេធាវីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា, លេខ៥០៥ អនក្រ/តត, ចុះថ្ងៃទី០៤ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០០១ សូមមើលនៅក្នុងឧប្បសម្ព័ន្ធ១។

[២៨] ប្រកាសស្តីពីភ្នាក់ងារម៉ាក, ប្រការ២៧។

២.១.២.១. ដោយឆន្ទៈផ្ទាល់ខ្លួន

លក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់របស់ភ្នាក់ងារម៉ាកនឹងត្រូវបានទៅវិញ ក្នុងករណីដែរភ្នាក់ងារនោះបានដាក់ពាក្យស្នើសុំបញ្ចប់ការទទួលស្គាល់ដោយខ្លួនឯងទៅនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិ។ ចំនុចដែលសំខាន់គឺពាក្យស្នើសុំត្រូវធ្វើឡើងជាលាយលក្ខអក្សរ និងស្តែងចេញពីទឹកចិត្តផ្ទាល់របស់សាមីខ្លួន ដោយពុំទាមទារឲ្យមានការបញ្ជាក់ហេតុផលអ្វីមួយឡើយ។ ក្នុងករណីនេះ ប្រសិនបើការស្នើសុំនោះធ្វើឡើងដោយមានការបង្ខិតបង្ខំ ហើយមានភស្តុតាងមកបញ្ជាក់ផងនោះ គួរតែពិចារណាផ្តល់នូវការទទួលស្គាល់លក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ជាភ្នាក់ងារម៉ាកវិញ។ ព្រោះថាករណីនេះពុំមានចែងក្នុងច្បាប់ ឬបទដ្ឋានពាក់ព័ន្ធនឹងម៉ាកនោះទេ។ តែយើងក៏អាចពិចារណាទៅលើគោលការណ៍នៃទំនាក់ទំនងរវាងហេតុ និងផលដែរ។ ចំណុចមួយទៀតដែលស្តែងឡើងតាមរយៈឆន្ទៈផ្ទាល់របស់ភ្នាក់ងារម៉ាក ហើយដែលជាហេតុធ្វើឲ្យបាត់បង់លក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ជាភ្នាក់ងារម៉ាកនោះគឺ ការមិនបានបង់ប្រាក់កម្រៃសមាជិកភាពប្រចាំឆ្នាំ។ ត្រង់ចំនុចនេះយើងឃើញថា ការបង់ប្រាក់កម្រៃសមាជិកភាពប្រចាំឆ្នាំ គឺជាយុទ្ធវិធីរដ្ឋក្នុងការប្រមូលពន្ធលើវិស័យពាក់ព័ន្ធនឹងម៉ាក ដើម្បីទ្រទ្រង់សេដ្ឋកិច្ចជាតិ និងក៏បានចងជាកាតព្វកិច្ចដាច់ខាតចំពោះភ្នាក់ងារម៉ាកណាដែរពុំបានអនុវត្តកាតព្វកិច្ច។

២.១.២.២. ដោយកំហុសធ្ងន់ធ្ងរ

សកម្មភាពប្រតិបត្តិរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាក ដែលបង្កើតជាកំហុសធ្ងន់ធ្ងរនឹងឈានដល់ការត្រូវបាត់បង់លក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ស្របតាមច្បាប់។ ចំពោះកំហុសធ្ងន់ធ្ងរដែលឈានដល់ការបាត់បង់លក្ខខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិនោះមានជាអាទិ៍៖ ក. ប្រើប្រាស់មធ្យោបាយក្លែងបន្លំណាមួយ ក្នុងគោលបំណងដើម្បីទទួលបានការទទួលស្គាល់ជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក។ ជាការកត់សម្គាល់ មធ្យោបាយក្លែងបន្លំ អាចស្តែងឡើងតាមគ្រប់រូបភាព តែយើងអាចពិចារណាលើលក្ខខណ្ឌនៃអំពើក្លែងបន្លំនោះបានគឺ ជាស្ថានភាពដែរផ្ទុយពីការពិត ហើយការពិតនេះហើយជាភស្តុតាងដែរអាចបញ្ជាក់តតាំងបាន។ ខ.បានប្រព្រឹត្តផ្ទុយនឹងច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ និងម៉ាកទំនិញសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រ។ គ. ភ្នាក់ងារម៉ាកបានធ្វើឲ្យខូចប្រយោជន៍ធ្ងន់ធ្ងរដល់អ្នកដាក់ពាក្យសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ឬអ្នកដែលមានសិទ្ធិលើម៉ាក។

២.១.២.៣. ដោយហេតុផ្សេងៗ

ទន្ទឹមនឹងមានមូលហេតុដូចបានរៀបរាប់ខាងលើ ក៏នៅមានផងដែរនូវមូលហេតុមួយចំនួនទៀតដែលធ្វើឲ្យបាត់បង់លក្ខខណ្ឌគុណវុឌ្ឍិរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាក ហើយដែលមូលហេតុទាំងនោះមានដូចជា៖ ក. ភ្នាក់ងារម៉ាកលែងមាននិវេសនដ្ឋាន និងទីតាំងប្រកបអាជីវកម្ម ឬការងារ នៅក្នុងព្រះរាជាណា

ចក្រកម្ពុជា។ ខ. ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក បាត់បង់សមត្ថភាព ឬទទួលមរណភាព។ គ. ចំពោះនីតិបុគ្គល លែងមានរូបវន្តបុគ្គលជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក ឈរឈ្មោះឲ្យ។

២.២.សមត្ថកិច្ចភ្នាក់ងារម៉ាក

អនុលោមតាមច្បាប់ម៉ាក និងប្រកាសស្តីពីភ្នាក់ងារម៉ាក បើកលទ្ធភាពឲ្យយើងអាចសិក្សាស្វែងយល់បានអំពីសមត្ថកិច្ចរបស់ភ្នាក់ងាម៉ាក។ នៅទីនេះយើងនឹងធ្វើការបែងចែកសមត្ថកិច្ចរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកជាពីរទិដ្ឋភាពធំៗ ដោយទិដ្ឋភាពទីមួយ យើងនឹងសិក្សាអំពីភ្នាក់ងារម៉ាកជាតំណាងម៉ាករបស់ម្ចាស់ម៉ាក (២.២.១) ដោយឡែកទិដ្ឋភាពទីពីរនឹងនិយាយអំពីសមត្ថកិច្ចក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មម៉ាក (២.២.១)។

២.២.១ ភ្នាក់ងារម៉ាកជាភ្នាក់ងារតំណាងម៉ាករបស់ម្ចាស់ម៉ាក

ទស្សនទាននៃច្បាប់ម៉ាក ក្នុងការបង្កើតយន្តការតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាកគឺ ដើម្បីផ្តល់សមត្ថកិច្ចចម្បងដល់ភ្នាក់ងារម៉ាក។ តាមរយៈយន្តការតំណាង បានផ្តល់លទ្ធភាពដល់ភ្នាក់ងារម៉ាកក្នុងការអនុវត្តកិច្ចការតំណាងឲ្យម្ចាស់ម៉ាកផ្ទាល់ក្នុងដំណើរការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក(២.២.១.១) និងភ្នាក់ម៉ាកនៅក្នុងនីតិវិធីដោះស្រាយវិវាទ(២.២.១.២)។

២.២.១.១. ភ្នាក់ងារម៉ាកនៅក្នុងនីតិវិធីចុះបញ្ជីម៉ាក

ការចុះបញ្ជីម៉ាក គឺជាយន្តការតម្រូវតែមួយគត់ក្នុងការការពារផលប្រយោជន៍ស្របច្បាប់របស់ម្ចាស់ម៉ាក ពីការរំលោភបំពានរបស់តតិយជន។ ពិតណាស់ក្នុងដំណើរការស្នើសុំចុះបញ្ជី ភ្នាក់ងារម៉ាកមានតួនាទីចម្បងៗបីយ៉ាងដូចជាៈ

តួនាទីមុនការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកមានដូចជាៈ ភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវ សិក្សាវាយតម្លៃចំពោះម៉ាកស្នើសុំ អំពីលទ្ធភាពដែលអាចចុះបញ្ជីបាន នេះគឺជាជំហានចាប់ផ្តើមដំបូងដែរភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវអនុវត្តកិច្ចការតំណាងរបស់ខ្លួន។ ចំពោះការសិក្សាវាយតម្លៃលើម៉ាក ផ្តើមចេញពីការប្រមូលទិន្នន័យពាក់ព័ន្ធនឹងម៉ាកស្នើសុំតាមរយៈការធ្វើMark search[២៥] , វាយតម្លៃលើចំនុចចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយនៃម៉ាកស្នើសុំទាក់ទងនឹងលក្ខណៈដូចឬស្រដៀងនៃម៉ាកដ៏ទៃ និងភាពញែកដាច់ពីម៉ាកដទៃ និងផ្តល់នូវរបាយការណ៍

[២៥] Mark search អាចធ្វើឡើងបានតាមពីររបៀប ដោយស្នើសុំទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីឲ្យធ្វើកិច្ចការនេះ និងដោយភ្នាក់ងារម៉ាកផ្ទាល់ តាមរយៈការចូលទៅស្វែងរកក្នុងប្រព័ន្ធទន្នន័យផ្លូវការរបស់នាយកដ្ឋានៈ www.cambodiaip.gov.kh/SearchMark.aspx

ក៏ដូចជាអនុសាសន៍ជូនម្ចាស់ម៉ាកជុំវិញលទ្ធផលនៃការស្រាវជ្រាវរបស់ខ្លួន ដើម្បីឈានដល់ការសម្រេចចិត្តដាក់ពាក្យស្នើរសុំ។ ត្រង់ចំនុចនេះកិច្ចការដែលសំខានរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកគឺ បង្ហាញនូវភាពជឿជាក់ និងច្បាស់លាស់អំពីលទ្ធភាពដែលអាចចុះបញ្ជីបានស្របតាមច្បាប់ជូនដល់ម្ចាស់ម៉ាកពិចារណា។

តួនាទីក្នុងពេលដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក រួមមាន៖ ភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវ រៀបចំ និងបំពេញនូវរាល់ឯកសារស្នើសុំ ដែលពាក់ព័ន្ធទាំងឡាយដាក់ជូននាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពិនិត្យ។ ត្រង់ចំនុចនេះភ្នាក់ងារម៉ាកគឺត្រូវបង់កម្រៃ[៣០]ដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីចំនួន៣០ ០០០៛ បើមិនបានបង់ទេ នោះមានន័យថាពាក្យស្នើសុំនឹងត្រូវចាត់ទុកថាមិនបានដាក់មក។ បន្ទាប់មកតាមដានពីដំណើរការត្រួតពិនិត្យម៉ាករបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ក្នុងករណីមានការស្នើសុំឲ្យមកបំភ្លឺនូវចំនុចណាមួយ ភ្នាក់ងារម៉ាកចាំបាច់ត្រូវតែចូលរួមជាបន្ទាន់ដើម្បីកុំឲ្យយឺតដល់នីតិវិធីពិនិត្យម៉ាក។ បន្ទាប់មកទៀត ក្នុងករណីមានវិវាទម៉ាកកើតឡើង ភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវ ដាក់ភស្តុតាំងគាំទ្រ និងភស្តុតាងតាងប្រឆាំងទៅវិញក្នុងករណីមានបណ្តឹងជំទាស់លើការចុះបញ្ជីម៉ាក។ ម៉្យាងវិញទៀតភ្នាក់ងារម៉ាក ក៏អាចស្នើសុំសវនាការ[៣១] ពីមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីក្នុងករណីជម្លោះមិនអាចឈានដល់ការបញ្ចប់។ មួយវិញទៀតក្នុងករណីដែលមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីបដិសេធមិនចុះបញ្ជីជូន ភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវដាក់នូវមធ្យោបាយតប ដើម្បីជម្នះការបដិសេធមិនចុះបញ្ជីពីមន្ត្រីនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ ដោយឡែកមធ្យោបាយតប អាចធ្វើឡើងក្រោមទម្រង់ជាភស្តុតាងតាមគ្រប់បែប ឲ្យតែយល់ឃើញថាមានប្រយោជន៍ និងជាចុងក្រោយបន្ទាប់ពីទទួលបានលិខិតពីនាយកដ្ឋានតម្រូវឲ្យបង់ប្រាក់ ភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវបំពេញកាតព្វកិច្ចបង់ប្រាក់ចុះបញ្ជីម៉ាកនិងប្រកាសផ្សាយក្នុងប្រតិបត្តិអេឡិចត្រូនិក[៣២]ឲ្យទាន់ពេលកំណត់។

តួនាទីក្រោយពេលដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក រួមមាន៖ ភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវតាមដាននូវព័ត៌មានទាក់ទងនឹងម៉ាកដែរបានប្រកាសផ្សាយក្នុង ប្រតិបត្តិផ្លូវការរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៅរៀងរាល់មួយសប្តាហ៍ម្តង។ ការតាមដានគឺ ដើម្បីបង្ការក្រែងលោមានម៉ាក ដែរមានលក្ខណៈដូច ឬប្រហាក់ប្រហែលនឹងម៉ាករបស់ខ្លួនដែរបានចុះបញ្ជីរួច។ បន្ទាប់មក ក្នុងកំឡុងឆ្នាំទី៥បន្ទាប់ពីបានចុះបញ្ជីរួច ភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវដាក់ពាក្យប្រកាសអំពីការប្រើឬមិនប្រើម៉ាកនៅនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា និងភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកសារជាថ្មីបន្ទាប់ពីជិតផុតរយៈពេលការពារ(១០ឆ្នាំ)នៃម៉ាក។

[៣០] ប្រកាសរួមស្តីពីការកែប្រែកម្រងសេវាសាធារណៈនៃតារាងឧបសម្ព័ន្ធភ្ជាប់នឹងប្រកាសរួមលេខ ៩៨៥ សហវ.ប្រក ចុះថ្ងៃទី២៨ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១២ស្តីពីការផ្តល់សេវាសាធារណៈរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម, លេខ១៦៤៣ សហវ.ប្រក,ដាក់អោយអនុវត្តថ្ងៃទី១៦ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១៤, I.៣, ទំព័រទី៧(ពីពេលនេះតទៅហៅថា ប្រកាសរួមកម្រងសេវាសាធារណៈ)។

[៣១] ពាក្យសវនាការនៅក្នុងច្បាប់ម៉ាក មិនមានអត្ថន័យដូចសវនាការរបស់ស្ថាប័នតុលាការឡើយ។ វាគឺជានីតិវិធីដោះស្រាយវិវាទរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាតែប៉ុណ្ណោះ។

[៣២] ប្រកាសរួមកម្រងសេវាសាធារណៈ, I.៣, ទំព័រទី៧ សូមមើលនៅក្នុងឧប្បសម្ព័ន្ធ៣ ។

២.២.១.២. ភ្នាក់ងារម៉ាកនៅក្នុងនីតិវិធីដោះស្រាយវិវាទម៉ាក

វិវាទចំពោះម៉ាកភាគច្រើនតែងកើតមានជាប្រចាំចំពោះម៉ាកល្បី។ ព្រោះថាម៉ាកល្បី មានកេរ្តិ៍ឈ្មោះស្រាប់ មានអតិថិជនស្រាប់ មានទីផ្សារស្រាប់... ជាហេតុធ្វើឲ្យមានការកេងចំនេញផលប្រយោជន៍ពីម៉ាកល្បីតាមគ្រប់រូបភាព។ នេះមិនមែនមានន័យថា ម៉ាកមិនល្បីនឹងមិនមានវិវាទនោះទេ គ្រាន់តែមានករណីតិចតួចតែប៉ុណ្ណោះ។ ដោយហេតុនេះហើយបានជាភ្នាក់ងារម៉ាក ចូលរួមយ៉ាងសកម្មក្នុងដំណោះស្រាយវិវាទ ដើម្បីបុព្វហេតុការពារផលប្រយោជន៍ម្ចាស់ម៉ាក ដែលខ្លួនតំណាងសិទ្ធិ។ តួនាទីរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវបានស្តែងឡើងតាមរយៈដំណោះស្រាយនៃវិវាទ មានដូចជាៈ

ក.ដាក់ពាក្យប្តឹងជំទាស់ទៅនឹងម៉ាកដែលកំពុងស្នើសុំចុះបញ្ជី ក្នុងករណីម៉ាកនោះមានលក្ខណៈដូច ឬប្រហាក់ប្រហែល ដែលអាចធ្វើឲ្យមានការភ័ន្តច្រឡំ។ ក្នុងករណីនេះភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវដាក់ភស្តុតាងបញ្ជាក់នឹងភស្តុតាងគាំទ្រតប ទៅមន្ត្រីត្រួតពិនិត្យម៉ាក។

ខ.ដាក់ពាក្យប្តឹងលុបម៉ាកចេញពីបញ្ជី ក្នុងករណីរកឃើញថា ម៉ាកនោះមានលក្ខខណ្ឌដូច ឬប្រហាក់ប្រហែលទៅនឹងម៉ាកទៅនឹងម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច។ ដោយចំពោះករណីនេះ ភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវដាក់ភស្តុតាងបញ្ជាក់នឹងភស្តុតាងគាំទ្រតប ទៅកាន់មន្ត្រីដោះស្រាយវិវាទនៃនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។

គ.រៀបចំលិខិតជូនដំណឹងផ្សេងៗអាស្រ័យតាមករណីមួយៗ ទៅបុគ្គលដែលកំពុងរំលោភបំពាន ឬក្លែងម៉ាក ឲ្យបញ្ឈប់ជាបន្ទាន់នូវអំពើល្មើស។ ក្នុងករណីនេះភ្នាក់ងារម៉ាកត្រូវរាយការណ៍ និងសុំយោបល់ពីម្ចាស់ម៉ាកដែលខ្លួនតំណាង ដើម្បីសម្រេចចិត្ត ព្រោះថាទង្វើរំលោភបំពាននោះវាប៉ះពាល់ដល់កេរ្តិ៍ឈ្មោះ និងប្រយោជន៍ជាខ្លាំង។

ឃ. ដាក់ពាក្យបណ្តឹងទៅប៉ូលីសសេដ្ឋកិច្ច ឬព្រះរាជអាជ្ញា ដើម្បីចាប់ និងរឹបអូសនូវទំនិញក្លែងបន្លំម៉ាក និងកសាងសំណុំរឿងទៅតុលាការ។ ក្នុងពេលជាមួយគ្នានេះដែរវត្តមានរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកនឹងម្ចាស់ម៉ាកផ្ទាល់គឺសំខាន់ក្នុងនីតិវិធីតុលាការណាស់ ព្រោះវាពាក់ព័ន្ធនឹងផលប្រយោជន៍របស់ម្ចាស់ម៉ាកជាខ្លាំង។

ង. ដាក់ពាក្យបណ្តឹងទៅរដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច ឬតុលាការ ឲ្យឃូរទុកនូវទំនិញណាដែលសង្ស័យថា មានម៉ាកក្លែងក្លាយកំពុងចរាចរណ៍នៅតាមព្រំដែន។

ច.តួនាទីដែរសំខាន់មួយទៀតគឺ សម្រុះសម្រួលបញ្ចប់ជម្លោះរវាងម្ចាស់ម៉ាក និងបុគ្គលដែលរំលោភបំពាន។

សរុបមកការអនុវត្តតួនាទីរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកពិតជាមានភាពចាំបាច់ និងមិនអាចខ្វះបានឡើយ ក្នុងដំណោះស្រាយនៃវិវាទម៉ាក។

២.២.២ ភ្នាក់ងារម៉ាកជាជំនួយការរបស់ម្ចាស់ម៉ាកក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មម៉ាក

ដូចបានបញ្ជាក់នៅខាងលើរួចមកហើយ មានតែម្ចាស់ម៉ាកមួយប៉ុណ្ណោះដែលមានសិទ្ធិផ្តាច់មុខលើម៉ាក។ តាមរយៈសិទ្ធិផ្តាច់មុខនេះហើយ ដែលអនុញ្ញាតឲ្យម្ចាស់ម៉ាក អាចចាត់ចែងបានដោយសេរីនូវសិទ្ធិដែលខ្លួនមាន ក្នុងនោះសិទ្ធិធ្វើអាជីវកម្មក៏ជាផ្នែកមួយនៃសិទ្ធិផ្តាច់មុខផងដែរ។ ដោយឡែកភ្នាក់ងារម៉ាកបានចូលរួមយ៉ាងសំខាន់ក្នុងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មនេះ ក្នុងឋានៈតំណាងឲ្យម្ចាស់ម៉ាក ដើម្បី ការពារប្រយោជន៍ដល់ម្ចាស់ម៉ាក និងជាពិសេសរៀបចំឯកសារដែលពាក់ព័ន្ធនៃប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម ធ្វើការចុះបញ្ជី និងកក់ត្រាជាមួយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ដើម្បីបំពេញលក្ខខណ្ឌតតាំងជាមួយតតីយជន។ សូមបញ្ជាក់ផងដែរថា សិទ្ធិក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មរបស់ម្ចាស់ ឬហៅម្យ៉ាងទៀតថា សិទ្ធិបេតិកភណ្ឌរបស់ម្ចាស់ម៉ាក គឺសំដៅលើការធ្វើអាជីវកម្មតាមគ្រប់រូបភាព រួមទាំងសិទ្ធិក្នុងការផលិតឡើងវិញនូវម៉ាករបស់ខ្លួនលើទំនិញ ឬសេវាស្របតាមប្រភេទនៃទំនិញ ឬសេវាដែលបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី។ លើសពីនេះទៀត ដោយហេតុម៉ាកជាទ្រព្យអរូបិយ បើកសិទ្ធិឲ្យម្ចាស់ម៉ាកអាចយកទៅដាក់បញ្ចាំ ដើម្បីទទួលបាននូវដើមទុនក្នុងការពង្រីកអាជីវកម្ម ឬអភិវឌ្ឍន៍ពាណិជ្ជកម្ម រួមទាំងអាចធ្វើជាមូលនិធិពាណិជ្ជកម្មសម្រាប់សហគ្រាសរបស់ខ្លួនផងដែរ។ ចំនុចសំខាន់នៃប្រតិបត្តិការខាងលើគឺតម្រូវឲ្យ ភ្នាក់ងារម៉ាកដែរជាតំណាងរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ត្រូវចុះបញ្ជី និងកក់ត្រាជាមួយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ដើម្បីជាលក្ខខណ្ឌតតាំងជាមួយតតិយជន[៣៣]។ ដោយឡែកការខកខានមិនបានចុះបញ្ជីនូវប្រតិបត្តិការផ្ទេរ ឬបញ្ចាំម៉ាក ពីម្ចាស់ដើមម៉ាកទៅតតិយជនពុំធ្វើឲ្យកិច្ចសន្យានៃប្រតិបត្តិការនីមួយៗបាត់បង់សុពលភាពឡើយ ប៉ុន្តែបានធ្វើឲ្យបាត់លទ្ធភាពតតាំងជាមួយតតិយជន។

២.២.២.១. ភ្នាក់ងារម៉ាកនៅក្នុងប្រតិបត្តិការនៃកិច្ចសន្យា

ការធ្វើអាជីវកម្មតាមរយៈកិច្ចសន្យារបស់ម្ចាស់ម៉ាកមានច្រើនប្រភេទ។ ក៏មិនខុសគ្នាប៉ុន្មានដែរ តួនាទីរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកដែលតំណាងឲ្យម្ចាស់ម៉ាកក្នុងប្រតិបត្តិការនៃកិច្ចសន្យា មានភាពចាំបាច់ណាស់។ ក្នុងប្រតិបត្តិការនៃកិច្ចសន្យា ភ្នាក់ងារម៉ាកបានជួយសម្រួលដល់ម្ចាស់ម៉ាកក្នុងការសម្រេចចិត្ត ជាពិសេសគឺការពារផលប្រយោជន៍ម្ចាស់ម៉ាកស្របតាមការកំណត់របស់ច្បាប់។ បច្ចុប្បន្នការធ្វើអាជីវកម្មរបស់ម្ចាស់ម៉ាកតាមរយៈកិច្ចសន្យាគឺមានភាពរីកចំរើនគួរឲ្យកត់សម្គាល់ ក្នុងនោះទម្រង់នៃកិច្ចសន្យាពីរប្រភេទនឹងលើកយកមកបង្ហាញ ដើម្បីបញ្ជាក់អំពីតួនាទីភ្នាក់ងារម៉ាក។

- កិច្ចសន្យាអនុប្បទាន ស្តែងឡើងតាមរយៈកិច្ចសន្យាផ្ទេរសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិអរូបិយ រវាងអនុប្បទានយី (ម្ចាស់សិទ្ធិ) និងអនុប្បទានិក(អ្នកទទួលសិទ្ធិ)។ នៅក្នុងច្បាប់ម៉ាក សញ្ញាណនៃកិច្ចសន្យាអនុប្បទានពុំបានកំណត់នោះទេ ប៉ុន្តែប្រសិនបើយើងមើលទៅលើប្រតិបត្តិការនៃកិច្ចសន្យា

[៣៣] ច្បាប់ម៉ាក, មាត្រា៤៨ ។

អនុប្បទាន វាពុំមានចរិតលក្ខណៈខុសពីកិច្ចសន្យាលក់ទិញឡើយ។ ការផ្ទេរម៉ាកអាចធ្វើឡើងក្នុងកំឡុងពេលនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកក៏បានឬ ក្រោយពេលចុះបញ្ជីម៉ាករួចរាល់ក៏បាន ព្រោះថាក្នុងស្ថានភាពទាំងពីរនេះ ភ្នាក់ងារម៉ាកគ្រាន់តែដាក់ពាក្យស្នើសុំកែតម្រូវ ឬផ្លាស់ប្តូរម្ចាស់ម៉ាក ហើយត្រូវចុះបញ្ជី និងកត់ត្រាជាមួយមន្ត្រីកានកាប់បញ្ជីរួមទាំងប្រកាសផ្សាយជាការស្រេច។ ក្នុងករណីនេះ នឹងមានការផ្លាស់ប្តូរឋានៈនៃម្ចាស់សិទ្ធិលើម៉ាក ដោយក្នុងនោះតតិយជនដែលជាដៃគូរនៃកិច្ចសន្យាអនុប្បទាន នឹងត្រូវចូលមកជំនួសឋានៈជាម្ចាស់សិទ្ធិលើម៉ាកវិញ។ សូមបញ្ជាក់ផងដែរថា សម្រាប់ការជំនួសសិទ្ធិនេះ ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកបានកំណត់នូវលក្ខខណ្ឌពិសេសនៃសុពលភាពរបស់កិច្ចគតិយុត្តមួយនេះផងដែរ។ ដោយឡែកចំពោះលក្ខខណ្ឌសុពលភាព ច្បាប់ម៉ាកបានចែងថា៖ ជាគោលការណ៍ កិច្ចសន្យាអាចធ្វើឡើងដោយការព្រមព្រៀមរវាងគូភាគី ហើយដែលអាចធ្វើឡើងក្នុងទម្រង់ជាលាយល័ក្ខអក្សរ ឬដោយផ្ទាល់មាត់។ យោងតាមមាត្រា៤៨ នៃច្បាប់ម៉ាក កិច្ចសន្យាអនុប្បទានតម្រូវឲ្យធ្វើឡើងជាលាយល័ក្ខអក្សរ។ ដើម្បីទទួលបានអានុភាពតតាំងជាមួយតតិយជន កិច្ចសន្យានេះត្រូវចុះបញ្ជីជាមួយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។ ចំពោះការខកខានពុំបានចុះបញ្ជីកិច្ចសន្យាអនុប្បទាននៃម៉ាកពុំបណ្តាលឲ្យកិច្ចសន្យានេះមោឃៈទេ ប៉ុន្តែវាពុំមានអានុភាពចំពោះតតិយជនឡើយ។ ម្យ៉ាងវិញទៀតកិច្ចសន្យាអនុប្បទាននេះនឹងត្រូវចាត់ទុកជាមោឃៈ ប្រសិនបើកិច្ចសន្យាអនុប្បទាននេះត្រូវបានធ្វើឡើងដោយមានវិការៈ[៣៤] ជាពិសេសចំពោះប្រភេទ ប្រភពដើម ដំណើរការផលិតកម្ម ចរិតលក្ខណៈ ភាពសមស្របនៃទំនិញ ឬសេវាដែលម៉ាកនោះកំពុងប្រើប្រាស់ ឬបម្រុងនឹងប្រើប្រាស់[៣៥]។

- កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ ជាកិច្ចសន្យាមួយដែលម្ចាស់ម៉ាក(អ្នកផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណ)យល់ព្រមប្រគល់សិទ្ធិធ្វើអាជីវកម្មមួយផ្នែក ឬទាំងមូលនៃម៉ាកឲ្យទៅតតិយជន(អ្នកទទួលអាជ្ញាប័ណ្ណ) ដោយទទួលបានមកវិញនូវតម្លៃតបស្នង សមមូលទៅនឹងការអនុវត្តសិទ្ធិរបស់តតិយជនលើម៉ាក។ ក្នុងប្រតិបត្តិការនៃកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណនេះ ភ្នាក់ងារម៉ាកអនុវត្តន៍តួនាទី ដូចគ្នាទៅនឹងកិច្ចសន្យាអនុប្បទានផលដែរ។ យោងតាមមាត្រា៥២នៃច្បាប់ម៉ាក បានបញ្ញត្តតម្រូវឲ្យរាល់កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណណាមួយលើម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច ឬរាល់ពាក្យស្នើសុំទទួលស្គាល់កិច្ចសន្យា ត្រូវដាក់ជូនមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ដើម្បីធ្វើការចុះបញ្ជី និងចុះផ្សាយព័ត៌មានដែលពាក់ព័ន្ធនឹងកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ ឬពាក្យស្នើសុំទទួលស្គាល់កិច្ចសន្យានោះ។ ក្នុងករណីនេះមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ត្រូវមានកាតព្វកិច្ចរក្សាការសម្ងាត់នូវខ្លឹមសារទាំងស្រុងនៃអាជ្ញាប័ណ្ណ ក៏ដូច

[៣៤] ក្រមរដ្ឋប្បវេណី,ប្រកាសឲ្យប្រើដោយព្រះរាជក្រម លេខនស/រកម/១២០៧/០៣០,០៨ ធ្នូ ២០០៨, មាត្រា៣៨៦ និងមាត្រា៣៨៧។

[៣៥] ច្បាប់ម៉ាក, មាត្រា៥១ ។

ជាពាក្យស្នើសុំទទួលស្គាល់កិច្ចសន្យានោះ។ ការចុះបញ្ជី និងប្រកាសផ្សាយពីវត្តមាននៃកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណនេះ គឺនឹងផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍សម្រាប់បង្កើតបាននូវអានុភាពតតាំងនឹងភាគីទីបីបាន[៣៦]។ ក្នុងន័យនេះ យើងក៏អាចបកស្រាយបានថា កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណក្នុងន័យនៃច្បាប់នេះ ក៏ត្រូវធ្វើឡើងក្រោមទម្រង់ លាយលក្ខណ៍អក្សរ និង ជាភាសាខ្មែរ ឬអង់គ្លេស ដែលដូចគ្នានឹងកិច្ចសន្យាអនុប្បទានផលដែរ។ លក្ខណៈពិសេសនៃកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ ដែលខុសពីកិច្ចសន្យាអនុប្បទាន យើងអាចយល់បានតាមរយៈមាត្រា១៩នៃច្បាប់ម៉ាក គឺរាល់កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ ក៏ដូចជាពាក្យស្នើសុំទទួលស្គាល់កិច្ចសន្យាប្រភេទនេះ គឺត្រូវតែមានចែងអំពីការត្រួតពិនិត្យដោយមានប្រសិទ្ធភាពរបស់អ្នកប្រគល់អាជ្ញាប័ណ្ណ លើគុណភាពនៃទំនិញ ឬសេវារបស់អ្នកទទួលអាជ្ញាប័ណ្ណដែលម៉ាកនោះ ត្រូវយកទៅប្រើជាមួយ។ ផ្ទុយទៅវិញប្រសិនបើ កិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណមិនបានចែងអំពីការត្រួតពិនិត្យគុណភាព ឬប្រសិនបើការត្រួតពិនិត្យគុណភាពនេះមិនត្រូវបានអនុវត្តដោយមានប្រសិទ្ធិភាពទេ នោះកិច្ចសន្យាអាជ្ញាប័ណ្ណ ក៏នឹងត្រូវចាត់ទុកជាមិនបានការដែរ[៣៧]។

សរុបមក តួនាទីរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកនៅក្នុងប្រតិបត្តិការនៃកិច្ចសន្យា គឺមានសារសំខានចំពោះផលប្រយោជន៍របស់ម្ចាស់ម៉ាកដើម ក៏ដូចគ្នាចំពោះភាគីនៃកិច្ចសន្យា។ ព្រោះថាច្បាប់ម៉ាកបានចែងអំពីលក្ខណៈពិសេសនៅក្នុងសកម្មភាពនៃប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មលើម៉ាក។ ចំពោះលក្ខណៈពិសេសនេះហើយ ដែលភ្នាក់ងារម៉ាកយល់ច្បាស់អំពីនីតិវិធី និងជាបុគ្គលតែម្នាក់គត់ដែលច្បាប់ម៉ាកទទួលស្គាល់សម្រាប់ការស្នើរសុំបំពេញលក្ខខណ្ឌពិសេសនេះបន្ទាប់ពីម្ចាស់ម៉ាក។

២.២.២.២. ភ្នាក់ងារម៉ាកនៅក្នុងការវាយតម្លៃទ្រព្យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា

ម៉ាកគឺជាទ្រព្យសម្បត្តិអរូបិយ ដ៏មានតម្លៃមហាសាលរបស់ម្ចាស់ម៉ាក។ ស្របតាមអត្ថន័យនេះហើយ ម្ចាស់ម៉ាកអាចយកទ្រព្យអរូបិយរបស់ខ្លួននេះទៅធ្វើប្រតិបត្តិការគតិយុត្តនានា ដើម្បីពង្រីកទំហំអាជីវកម្ម បង្កើនលទ្ធភាពវិនិយោគថ្មីជាអាទិ៍។ ដោយឡែកចំពោះការវាយតម្លៃលើទ្រព្យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា យោងតាមប្រកាសស្តីពីភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាកក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ប្រការ៣ បានចែងអំពីតួនាទីរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកក្នុងការវាយតម្លៃទ្រព្យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ ប៉ុន្តែពុំបានចែងអំពីវិធាន ឬនីតិវិធីក្នុងការវាយតម្លៃទ្រព្យកម្មសិទ្ធិបញ្ញានេះឡើយ។ ត្រង់ចំនុចនេះបញ្ជាក់ឲ្យឃើញពីអលទ្ធភាពរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាកនៅកម្ពុជា ក្នុងការវាយតម្លៃលើទ្រព្យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ជាពិសេសម៉ាកតែម្តង។ ស្របតាមអត្ថន័យនេះដែរ បានធ្វើឲ្យលេចចេញនូវស្ថានភាពដ៏ជាក់ច្បាស់អំពី កម្រោយនៃច្បាប់ជាតិពាក់

---

[៣៦] ច្បាប់ម៉ាក, មាត្រា៥២ ។

[៣៧] កាន់ សុទ្ធប៉ូលីន, នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញាៈសិទ្ធិអ្នកនិពន្ធ/ម៉ាក/ប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម,(ភ្នំពេញៈ ១៦,២, ២០១៤),១៦០។

ព័ន្ធនឹងវិស័យម៉ាក, ការយល់ដឹងរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនៅមានកម្រិត, អលទ្ធភាពរបស់ម្ចាស់ម៉ាកក្នុងការប្រើប្រាស់សិទ្ធិរបស់ខ្លួនលើម៉ាកឲ្យអស់លទ្ធភាព...។

ផ្ទុយទៅវិញនិន្នាការទាក់ទងនឹងការវាយតម្លៃលើទ្រព្យកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃម៉ាកល្បី ត្រូវបានអនុវត្តន៍ដោយផ្អែកលើកត្តាសត្យានុម័ត៣[៣៨]យ៉ាងគឺ ១. កត្តាមូលដ្ឋានតម្លៃដើមនៃការចំណាយលើម៉ាក(Cost Based Brand Valuation) មានន័យថា ការវាយតម្លៃដោយប្រើផលបូកនៃការចំណាយ ឬតម្លៃបុគ្គលនៃទ្រព្យសកម្ម និងបំណុល។ ការចំណាយត្រូវគិតតាំងពីរយៈពេលកកើតដំបូងនៃម៉ាក រហូតដល់ពេលវាយតម្លៃម៉ាក់ ទៅលើចំនុចចំបាច់មួយចំនួនដូចជា៖ ការចំណាយលើ ការរចនាម៉ូតម៉ាក, ការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មតាមគ្រប់រូបភាព, ការចំណាយក្នុងកម្មវិធីប្រម៉ូតសិន, ,ការចុះបញ្ជីម៉ាក និងសេវាភ្នាក់ងារម៉ាក, ការចំណាយដើម្បីទទួលបានអាជ្ញាប័ណ្ណ,...។ ២. កត្តាវាយតម្លៃលើម៉ាកដោយផ្អែកលើទីផ្សារ (Market-Based Brand Valuation) មានន័យថា ជាការធ្វើការប្រៀធៀបតម្លៃម៉ាកដែលប្រហាក់ប្រហែលគ្នាមួយ ឬច្រើននៅពេលដែលបានលក់ចេញ។ ការវាយតម្លៃម៉ាកដោយវិធីនេះស្មើនឹងតម្លៃប្រតិបត្តិការទីផ្សារ ការលក់ដេញថ្លៃលើម៉ាកដែលស្រដៀងគ្នា។ មូលហេតុនៃការប្រៀបធៀបមួយម៉ាកជទៃគឺ ជាយុទ្ធសាស្ត្រនៃការស្ទាបស្ទង់តម្លៃទីផ្សាររួម ឬទៅលើតម្លៃទីផ្សារភាគហ៊ុនអន្តរជាតិ។ ដើម្បីទទួលបានព័ត៌មានគ្រប់ជ្រុងជ្រោយ មុខឈានដល់ការសម្រេចតម្លៃលក់។ ៣. កត្តាវាយតម្លៃលើប្រាក់ចំណូល (Income Approach Brand Valuation) មានន័យថា គឺជាប្រមាណទុកនូវប្រាក់ចំណូលអនាគតរបស់ម៉ាក។ វិធីសាស្ត្រនេះធ្វើឡើងដោយផ្អែកទៅលើទិន្នន័យ នៃប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំ (ដែលបានមកពីការធ្វើអាជីវកម្មលើម៉ាក) កន្លងមកពីរបីឆ្នាំជាប់គ្នា យកមកធ្វើជាមូលដ្ឋានក្នុងការវាយតម្លៃលើប្រាក់ចំណូលរបស់ម៉ាកក្នុងពេលអនាគត។ ជាការកត់សំគាល់ ការប្រើយន្តការទី៣ខាងលើនេះ ត្រឹមត្រូវគឺអាស្រ័យលើកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់ម៉ាក។

ឧទាហរណ៍៖ ក្រុមហ៊ុនទស្សនាវដ្ដី Forbes[៣៩] បានចេញនូវរបាយការណ៍ចំណាត់ថ្នាក់នៃការវាយតម្លៃលើម៉ាកល្បីគតិជាប៊ីលានដុល្លា សម្រាប់ឆ្នាំ២០១៧ ។(សូមមើលនៅឧបសម្ព័ន្ធ ៤)

[៣៨] ដកស្រង់ពីគេហទំព័រ, www.thebalance.com/how-to-calculate-your-brand-s-value-2295186 (ថតចម្លងថ្ងៃទី២០ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០១៧) ។

[៣៩] ដកស្រង់ពីគេហទំព័រ, www.forbes.com/powerful-brands/list/#tab:rank(ថតចម្លងថ្ងៃទី២០ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០១៧)។

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ឆ្លងតាមរយៈការសិក្សាស្រាវជ្រាវ ចងក្រង សរសេរអត្ថបទរបាយការណ៍ លើប្រធានបទ "ភ្នាក់ងារម៉ាកនៅកម្ពុជា" នេះឡើង យើងឃើញថា ភ្នាក់ងារម៉ាកគឺជាអ្នកតំណាងសិទ្ធិដោយស្របច្បាប់របស់ម្ចាស់ម៉ាក ហើយអនុវត្តន៍កិច្ចការនានាដើម្បីការពារប្រយោជន៍ម្ចាស់ម៉ាកជាម្បង។ ឬអាចនិយាយមួយបែបទៀតថាភ្នាក់ងារម៉ាក គឺជាកម្លាំងចលកររបស់ម្ចាស់ម៉ាកក្នុងការជំរុញរយៈពេលនៃនីតិវិធីចុះបញ្ជីឲ្យកាន់តែឆាប់រហ័ស ដើម្បីឆាប់ទទួលបានសិទ្ធិផ្តាច់មុខលើម៉ាក។ ដូចយើងបានដឹងជាទូទៅហើយថា សិទ្ធិផ្តាច់មុខលើម៉ាកមួយគឺផ្តល់ឲ្យតែទៅលើម្ចាសម៉ាកម្នាក់តែប៉ុណ្ណោះ។ តាមរយៈសិទ្ធិផ្តាច់មុខនេះបានផ្តល់ឲ្យម្ចាស់ម៉ាក មានលទ្ធភាពក្នុងការចាត់ចែងបានដោយសេរីនូវសិទ្ធិរបស់ខ្លួនដែលមានលើម៉ាកជាអាទិ៍ៈ ម្ចាស់ម៉ាកអាចយកម៉ាកទៅធ្វើការដាក់ធានាដើម្បីសងបំណុល, ម្ចាស់ម៉ាកអាចលក់ម៉ាក ឬជួលម៉ាករបស់ខ្លួនឲ្យទៅតតិយជនដើម្បីទទួលបានកម្រៃតបវិញ, ឬម្ចាស់ម៉ាកអាចយកម៉ាកទៅធ្វើជាកម្មវត្ថុនៃប្រទានកម្មក៏បាន។ បន្ថែមលើសពីនេះសិទ្ធិផ្តាច់មុខ បានការពារម្ចាស់ម៉ាកប្រឆាំងទៅនឹងការរំលោភបំពានពីតតិយជនតាមគ្រប់មធ្យោបាយ។

ក្នុងការសិក្សាអំពីប្រវត្តិរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាក បានបង្ហាញយើងឲ្យយល់ដឹងអំពីរបៀបនៃការកកើតភ្នាក់ងារម៉ាក ក្រោមបរិបទអវត្តមាននៃបទដ្ឋានគតិយុត្តសម្រាប់គ្រប់គ្រង និងការប្រែប្រួលរបបនយោបាយគ្រប់គ្រងប្រទេស។ ស្ថានភាពនេះសបញ្ជាក់ឲ្យឃើញថា ការអនុវត្តកិច្ចការពារម៉ាកធ្វើឡើងក្រោមទម្រង់នៃឆន្ទៈប្តេជ្ញាចិត្តខ្ពស់របស់រាជរដ្ឋាភិបាល ដើម្បីឆ្លើយតបទៅនឹងការទាមទាររបស់អង្គការកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពិភពលោក បានខិតខំរៀបចំតាក់តែងច្បាប់ និងបទដ្ឋានគតិយុត្តមួយចំនួនស្របតាមច្បាប់អន្តរជាតិ ដើម្បីបំពេញលក្ខខណ្ឌតម្រូវ។ ជាលទ្ធផល នៅថ្ងៃទី២៥ ខែកក្កដា ឆ្នាំ១៩៩៥ កម្ពុជាបានចូលជាសមាជិកនៃអង្គការកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពិភពលោក។ តាមរយៈការឈានជើងចូលជាសមាជិករបស់អង្គការកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពិភពលោកនេះហើយ បានហុចឱកាសឲ្យកម្ពុជាមានលទ្ធភាពគ្រប់គ្រាន់នឹងទទួលបានការទុកចិត្ត អនុញ្ញាឲ្យកម្ពុជាបានចូលជាសមាជិកទី១៤៨ របស់អង្គការពាណិជ្ជកម្មពិភពលោក នៅថ្ងៃទី១៣ ខែតុលា ឆ្នាំ២០០៤។ បន្ទាប់មកកម្ពុជានៅតែបន្តកិច្ចការពារលើវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញាបន្តទៀត ដោយសម្រេចបាននូវច្បាប់ និងបទដ្ឋានមួយចំនួនបន្ថែមទៀតទាក់ទងនឹងវិស័យម៉ាកក៏ដូចជាភ្នាក់ងារម៉ាកផងដែរ។ ជាលទ្ធផលភ្នាក់ងារម៉ាកកំពុងអនុវត្តកិច្ចការរបស់ខ្លួនបានយ៉ាងល្អប្រសើរដោយសហការគ្នាជាមន្ត្រីនៃនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាក្នុងការពង្រឹងគុណភាព និងពង្រីកចំណេះដឹងថ្មីៗបន្ថែមទៀតតាមរយៈការបើឲ្យមានសិក្ខាសាលា[៩០]ផ្សេងៗទាក់ទងនឹងវិស័យម៉ាក ជូនដល់គ្រប់ភាគីដែលពាក់ព័ន្ធជាពិសេសគឺភ្នាក់ងារម៉ាកនេះតែម្តង។

[៩០] ជាក់ស្តែងក្រសួងពាណិជ្ជកម្មសហការជាមួយនឹងទីភ្នាក់ងារម៉ាកជប៉ុន បានបើសិក្ខាសាលាមួយស្តីពីកិច្ចការពារសមស្របនៃពាណិជ្ជសញ្ញា, ធ្វើឡើងនៅថ្ងៃទី២៧ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០១៧។

ម៉្យាងវិញទៀតយើងឃើញថាតួនាទីរបស់ភ្នាក់ងារម៉ាក មានប្រសិទ្ធភាពជាខ្លាំងក្នុងនីតិវិធីចុះបញ្ជីម៉ាក , ការចូលរួមដោះស្រាយវិវាទនានាដែលកើតមាន, ជំរុញឲ្យមានការរីកចម្រើនដល់កំនើននៃការប្រមូលពន្ធរបស់រដ្ឋ, ជំរុញឲ្យមានការវិនិយោគកាន់តែច្រើនឡើង តាមយៈប្រសិទ្ធភាពនៃការអនុវត្តច្បាប់,...។

ទោះបីជាខ្ញុំបាទបានខិតខំធ្វើការស្រាវជ្រាវ បកស្រាយយ៉ាងយកចិត្តទុកដាក់ ដោយឈរលើមូលដ្ឋានច្បាប់ ក៏ដូចជា ឈរលើការអនុវត្តជាក់ស្តែងយ៉ាងណាក៏ដោយ ខ្ញុំបាទពិតជាជឿជាក់ថា រាល់កំហុស និងការខ្វះខាតប្រាកដជាកើតមានជាក់ជាពុំខាន នេះដោយហេតុម៉្យាងថា ប្រធានបទខាងលើនេះជា ប្រធានបទថ្មីដែលពីមុនមកពុំធ្លាប់មានអ្នកយកមកធ្វើការបកស្រាយនៅឡើយទេ។ យ៉ាងណាម៉ិញ ប្រធានបទរបាយការណ៍នេះ ជាប្រធានបទដ៏លំបាកមួយផងដែរ ព្រោះតាមរយៈអត្ថន័យនៃភ្នាក់ងារម៉ាក គឺពុំត្រូវបានឲ្យនិយមន័យជាក់ច្បាស់នៅក្នុងច្បាប់ ក៏ដូចជាប្រកាសនោះដែរ។ ហេតុនេះខ្ញុំបាទរំពឹង និងរង់ចាំការរិះគន់ពីសំណាក់ជនានុជនគ្រប់មជ្ឈដ្ឋាន ក្នុងការសិក្សាកែសម្រួលបន្តលើ ប្រធានបទនេះឲ្យកាន់តែល្អប្រសើរឆ្ពោះទៅរកភាពគ្មានចន្លោះខ្វះខាត ដើម្បីជាការបង្កើន និងជាកម្លាំងចលករជំរុញការរីកចម្រើននៃវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញានិយាយជារួម និងនិយាយដោយឡែកវិស័យម៉ាក និងភ្នាក់ងារម៉ាក ប្រព្រឹត្តទៅបានដោយសម្បូរបែបនៃឯកសារជាតិ និងប្រកបដោយភាពជាទីទាក់ចិត្តរបស់ប្រជាពលរដ្ឋទូទៅ។

អនុសាសន៍

ក្រោយពីបានធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវពីដំណើរការ នៃការសរសេរសារណាកន្លងមកឃើញថា មានឯកសារដែលទាក់ទងនឹងភ្នាក់ងារម៉ាកថ្មីៗមួយចំនួនបានដាក់ឲ្យទាញយកដោយសេរីពីគេហទំព័ររបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាកម្ពុជា។ តែចំពោះឯកសារគតិយុត្តសំខាន់ៗមួយចំនួនធំ ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការចាប់ផ្តើមកសាងវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញាតាំងតាំងពីឆ្នាំ១៩៩១មកដល់ឆ្នាំ២០០៥ គឺពុំបានឃើញដាក់បញ្ចូលនៅក្នុងគេហទំព័ររបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានោះទេ។ ម៉្យាងវិញទៀតថ្វីត្បិតតែក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន យើងមានច្បាប់ និងលិខិតបទដ្ឋានមួយចំនួនទាក់ទង់នឹងវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា , ម៉ាក និងភ្នាក់ងារម៉ាកក៏ដោយ ក៏ស្ថានភាពចំពោះមុខក្នុងការអនុវត្ត យើងនៅខ្វះខាតច្បាប់ និងបទដ្ឋានគតិយុត្តបន្ថែមជាច្រើនទៀត។ ទើបអាចបំពេញតម្រូវការនៃការរីកចំរើនខាងវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញាបាន។ ដូចនេះដើម្បីឲ្យមានការរីកចំរើនបន្ថែមទៀត និងដើម្បីប្រសិទ្ធភាពការងារពាក់ព័ន្ធនឹងម៉ាក ខ្ញុំបាទសូមអនុញ្ញាតជូនជាអនុសាសន៍មួយចំនួន ដូចខាងក្រោម៖

❖ រាជរដ្ឋាភិបាលគួរ៖

- ប្រមូលគ្រប់ផ្នែកដែរពាក់ព័ន្ធនឹងវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា រួមបញ្ចូលគ្នាជាស្ថាប័នគ្រប់គ្រងដោយឯករាជ្យតែមួយ។
- ដាក់ចេញគោលនយោបាយកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ក្នុងគោលដៅជំរុញនឹងលើទឹកចិត្តដល់ប្រជាពលរដ្ឋស្វែងយល់ពីវិស័យនេះ និងបញ្ចូលជាមេរៀនកម្មសិទ្ធិបញ្ញាក្នុងកម្មវិធីសិក្សាតាំងពីបឋមសិក្សាឡើងទៅ។
- ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយតាមរយ:វិទ្យុ, ទូរទស្សន៍ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម អំពីសារប្រយោជន៍នៃភ្នាក់ងារម៉ាក ក៏ដូចជាកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។
- គួរបង្កើនលទ្ធភាពដល់ការគ្រប់គ្រងចំណូរពីវិស័យម៉ាកដោយអង្គភាពសាមីផ្ទាល់។
- ជំរុញសមត្ថភាព និងចម្រាញ់យកមន្រ្តីមានសមត្ថភាពខ្ពស់លើវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។
- ពង្រឹងដល់ការអនុវត្តច្បាប់ឲ្យខានតែបានលើវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។

❖ ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មគួរ៖

- រៀបចំតាក់តែងឲ្យមានច្បាប់ស្តីពីភ្នាក់ងារម៉ាកដែលមានលក្ខណ:សម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់ ដោយមានចែងលំអិតអំពីតួនាទី ភារកិច្ច សិទ្ធិ នីតិវិធីក្នុងការអនុវត្តតួនាទីនីមួយឲ្យបានច្បាស់លាស់ជាអាទិ៍ ដើម្បីបំពេញបន្ថែមលើប្រកាសដែលកំពុងអនុវត្តនាពេលបច្ចុប្បន្ន។
- បន្តសហការជាមួយដៃគូរជាតិ និងអន្តរជាតិ ដើម្បីបើកវគ្គអប់រំ និងបណ្តុះបណ្តាលដល់ភាគីពាក់ព័ន្ធ ជាពិសេសប្រជាជននៅតាមជនបទ។
- កំណត់អំពីរយ:ពេលនីមួយៗក្នុងនីតិវិធីចុះបញ្ជីម៉ាកឲ្យបានច្បាស់លាស់ ប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវខ្ពស់ ដើម្បីធានាបានអំពើពុករលួយ។

ឯកសារយោង

ឯកសារយោង

១. បទដ្ឋានគតិយុត្ត

- រដ្ឋធម្មនុញ្ញកម្ពុជាប្រជាធិបតេយ្យ ឆ្នាំ១៩៧៦
- រដ្ឋធម្មនុញ្ញនៃសាធារណរដ្ឋប្រជាមានិតកម្ពុជា ឆ្នាំ ១៩៨១
- រដ្ឋធម្មនុញ្ញនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាឆ្នា១៩៩៣
- ក្រមរដ្ឋប្បវេណី ប្រកាសឲ្យប្រើដោយព្រះរាជក្រម លេខនស/រកម/១២០៧/០៣០ ចុះថ្ងៃទី ០៨ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០០៨។
- ច្បាប់ស្ដីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ប្រកាសឲ្យប្រើដោយព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/០២០២/០០៦ ចុះថ្ងៃទី០៧ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០០២។
- ច្បាប់ស្ដីពី លក្ខន្តិកៈមេធាវី ប្រកាសឲ្យប្រើដោយព្រះរាជក្រមលេខនស/រកម/០៨៩៥/០៦ ចុះថ្ងៃទី២២ ខែសីហា ឆ្នាំ១៩៩៩។
- អនុក្រឹត្យស្ដីពី ការផ្ដល់សមត្ថកិច្ចបន្ថែមជាសារការីដល់មេធាវីនៃគណៈមេធាវីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា, លេខ៥០៥ អនក្រ/តត, ចុះថ្ងៃទី០៤ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០០១។
- អនុក្រឹត្យស្ដីពីការអនុវត្តច្បាប់ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ លេខ៦៤ អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី១២ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០០៦។
- ប្រកាសស្ដីពីភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាកក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា លេខ ០៤៥ Moc/SM2011 ចុះថ្ងៃទី០៩ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០១១។
- ប្រកាសរួមស្ដីពី ការកែប្រែកម្រងសេវាសាធារណៈនៃតារាងឧបសម្ព័ន្ធភ្ជាប់នឹងប្រកាសរួម លេខ ៩៨៥ សហវ.ប្រក ចុះថ្ងៃទី២៨ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១២ស្ដីពីការផ្ដល់សេវាសាធារណៈរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម លេខ១៦៤៣ សហវ.ប្រក ចុះថ្ងៃទី១៦ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០១៤។

២. សៀវភៅជំនាញ

- សៀវភៅ នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា (សិទ្ធិអ្នកនិពន្ធ/ម៉ាក/ប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម) របស់លោក **កាន់ សុទ្ធប៉ូលីន** ឆ្នាំ២០១៤(ពោងពុម្ព qb)។
- សៀវភៅ នីតិកម្មសិទ្ធិបញ្ញាកម្ពុជា របស់លោក **នី វិចិត្រ** ឆ្នាំ២០១៣។

៣.ឯកសារផ្សេងៗ

- ឯកសារបង្រៀនសម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលភ្នាក់ងារម៉ាកជំនាន់ទី៣ ការអភិវឌ្ឍកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៅកម្ពុជា របស់លោក Penn Sovicheat ឆ្នាំ២០១៦។
- ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មសហការជាមួយនឹងទីភ្នាក់ងារម៉ាកជប៉ុន បានបើសិក្ខាសាលាមួយស្តីពីកិច្ចការពារសមស្របនៃពាណិជ្ជសញ្ញា, ធ្វើឡើងនៅថ្ងៃទី២៧ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០១៧
- U.S. Trademark Law (u.s. Patent & Trademark office) December 28 2009
- Charter of The United Nations and Statute of The International Court of Justice San Francisco 1945
- Trademark Law of The People´s Republic of China March 1 198

៤. គេហទំព័រដែលពាក់ព័ន្ធ

- www.forbes.com/powerful-brands/list/#tab:rank
- www.thebalance.com/how-to-calculate-your-brand-s-value-2295186
- www.cambodiaip.gov.kh/SearchMark.aspx
- www.wipo.int/branddb/kh/en/
- www.cambodiaip.gov.kh/TemplateTwo.aspx?parentId=78&menuid=320&childMasterMenuId=320
- www.wto.org/english/thewto_e/acc_e/a1_cambodge_e.htm
- www.ukessays.com/essays/economics/asean-and-history-of-cambodias-membership-economics-essay.php
- www.wipo.int/members/en/details.jsp?country_id=90
- www.cambodiaip.gov.kh/TemplateTwo.aspx?parentId=2&menuid=39&childMasterMenuId=29
- www.uspto.gov/sites/default/files/trademarks/law/Trademark_Statutes.pdf

- www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=188401
- www.cncpi.fr/sta144-44-LA-CNCPI.htm
- www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=13198

ឧបសម្ព័ន្ធ

អនុក្រឹត្យ

ស្តីពី

ការផ្តល់សមត្ថកិច្ចបន្ថែមជាសារការីដល់មេធាវី នៃគណៈមេធាវីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា

លេខៈ ៥០៥ អនក្រ.តត

អនុក្រឹត្យ

ស្តីពី

ការផ្តល់សមត្ថកិច្ចបន្ថែមជាសារគារីដល់មេធាវី នៃគណៈមេធាវីនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

~~~~~

រាជរដ្ឋាភិបាល

- បានឃើញរដ្ឋធម្មនុញ្ញ នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
- បានឃើញព្រះរាជក្រឹត្យ លេខ នស/រកត/១១៩៨/៧២ ចុះថ្ងៃទី៣០ ខែ វិច្ឆិកា ឆ្នាំ ១៩៩៨ ស្តីពីការតែងតាំងរាជរដ្ឋាភិបាល នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
- បានឃើញព្រះរាជក្រមលេខ ០២/នស/៩៤ ចុះថ្ងៃទី ២០ ខែ កក្កដា ឆ្នាំ១៩៩៤ ដែលប្រកាសអោយប្រើច្បាប់ ស្តីពីការរៀបចំ និង ប្រព្រឹត្តិទៅនៃគណៈរដ្ឋមន្ត្រី
- បានឃើញច្បាប់ ស្តីពីលក្ខន្តិកៈមេធាវី ចុះថ្ងៃទី ១៥ ខែ មិថុនា ឆ្នាំ ១៩៩៥
- យោងតាមភាពចាំបាច់របស់រាជរដ្ឋាភិបាល

សំរេច

មាត្រា ១

តែងតាំង លោក ម៉ែនសុន សម័យ សមាជិកគណៈមេធាវី នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាមាន អត្តលេខ ៥៤ បន្ថែមលើមុខងារបច្ចុប្បន្នជា សារគារី ដែលហៅថា "មេធាវីសារគារី" ។
~~~~~

មាត្រា ២.

មេធាវីសារការីជាមន្ត្រីសាធារណៈ ទទួលបាននូវអំណាចសាធារណៈតាមការតែងតាំងដោយអនុក្រឹត្យនេះ ។

មាត្រា ៣.

មេធាវីសារការីមានសមត្ថកិច្ចការងារទូទៅក្នុងវិស័យផ្នែកគ្រួសារ, ចលនវត្ថុ និង អចលនវត្ថុ ជាអាទិមាន :

ក- ទទួល និង ធ្វើ ឬ ចារឹកបញ្ជាក់ និង ប្រថាប់ត្រា នូវលិខិតស្នាមគតិយុត្តិ ឬ កិច្ចសន្យាទាំងឡាយ ដើម្បីជាបន្ទាល់ពេញលក្ខណៈតាមផ្លូវច្បាប់ ដែលតែងតែមានលិខិតរបស់រាជការអំណាចសាធារណៈ ។

ខ- ធ្វើការបញ្ជាក់លើកាលបរិច្ឆេទ, ទទួលតំកល់ទុកឯកសារ និងចេញអោយនូវសេចក្តីដើម ឬសេចក្តីចម្លង នៃលិខិត ឬ កិច្ចសន្យាទាំងឡាយនោះតាមមុខការ ។

គ- កិច្ចការនេះត្រូវពិនិត្យ, អានឱ្យអស់សេចក្តី និង ចុះហត្ថលេខានៃគូភាគីនៅចំពោះមុខ ទើប **មេធាវីសារការី** ចុះហត្ថលេខា ប្រថាប់ត្រា ចារឹកនាពេលនោះជាចុងក្រោយ ។

មាត្រា ៤.

មេធាវីសារការី ត្រូវតំកល់ប្រាក់ធានាចំនួន ៦០០.០០០.០០០.០០ (ប្រាំមួយរយលានរៀល) នៅធនាគារជាតិនៃកម្ពុជា សំរាប់ទទួលខុសត្រូវក្នុងមុខការនេះ ។

មាត្រា ៥:

រដ្ឋមន្ត្រីទទួលបន្ទុកទិស្តិការគណៈរដ្ឋមន្ត្រី, រដ្ឋមន្ត្រី, រដ្ឋលេខាធិការ និង ក្រសួងស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ត្រូវទទួលបន្ទុកអនុវត្តអនុក្រឹត្យនេះតាមភារកិច្ចរៀងៗខ្លួន ចាប់ពីថ្ងៃចុះហត្ថលេខានេះតទៅ ។

រាជធានីភ្នំពេញ, ថ្ងៃទី ០៤ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០០១

នាយករដ្ឋមន្ត្រី

ហ៊ុន សែន

<u>ចម្លងជូន:</u>

- ក្រសួងព្រះបរមរាជវាំង
- អគ្គលេខាធិការដ្ឋានព្រឹទ្ធសភា
- អគ្គលេខាធិការដ្ឋានរដ្ឋសភា
- ខុទ្ទកាល័យសម្តេចនាយករដ្ឋមន្ត្រី
- ដូចមាត្រា៥
- ឯកសារ- កាលប្បវត្តិ

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
Ministry of Commerce
No. ០៤ MOC / SM 2011

ប្រកាស
ស្តីពី
ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាកក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ទេសរដ្ឋមន្ត្រី រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

-បានឃើញរដ្ឋធម្មនុញ្ញ នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
-បានឃើញព្រះរាជក្រឹត្យលេខ នស/រកត/០៩០៨/១០២៥ ចុះថ្ងៃទី ២៥ ខែ កញ្ញា ឆ្នាំ ២០០៨ ស្តីពីការតែងតាំងរាជរដ្ឋាភិបាលនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
-បានឃើញព្រះរាជក្រមលេខ ០២ នស.៩៤ ចុះថ្ងៃទី ២០ ខែ កក្កដា ឆ្នាំ ១៩៩៤ ស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់គណៈរដ្ឋមន្ត្រី
-បានឃើញព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/០១៩៦.១៦ ចុះថ្ងៃទី ២៤ ខែ មករា ឆ្នាំ ១៩៩៦ ដែលប្រកាស ឱ្យប្រើច្បាប់ស្តីពីការបង្កើតក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
-បានឃើញព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/០២០២/០០៦ ចុះថ្ងៃទី ០៧ ខែ កុម្ភៈ ឆ្នាំ ២០០២ ដែលប្រកាស ឱ្យប្រើច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់
-បានឃើញអនុក្រឹត្យលេខ ៩១ អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី ០១ ខែ សីហា ឆ្នាំ ២០០៧ ស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
-បានឃើញអនុក្រឹត្យលេខ ៦៤ អនក្រ .បក ចុះថ្ងៃទី ១២ កក្កដា ឆ្នាំ ២០០៦ ស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពី ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់
-បានឃើញប្រកាសលេខ ២១១ MOC/SM ២០០៧ ចុះថ្ងៃទី ១៨ ខែ កញ្ញា ឆ្នាំ ២០០៧ ស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា របស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
-បានឃើញប្រកាសលេខ ១០៥ MOC/SM ២០០៩ ចុះថ្ងៃទី ១៨ ខែ ឧសភា ឆ្នាំ ២០០៩ ស្តីពី អំពីនីតិវិធីណែនាំការចុះបញ្ជី និងការការពារម៉ាកសម្រាប់ការសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ
-យោងតាមសំណូមពរចាំបាច់នៃការងារ

<u>ស ម្រេ ច</u>

ប្រការ ១ : គោលដៅ

ប្រកាសនេះមានគោលដៅកំណត់នូវលក្ខខណ្ឌតម្រូវ និងនីតិវិធីទទួលស្គាល់បុគ្គលធ្វើជាតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក់ ដោយអនុលោមតាមច្បាប់ និង បទប្បញ្ញត្តិ ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ និងម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ។

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
លេខ ១៩-៦១ ផ្លូវក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម (ផ្លូវ១១៣បេ)
ភូមិទឹកថ្លា សង្កាត់ទឹកថ្លា ខណ្ឌសែនសុខ
រាជធានីភ្នំពេញ ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ខុទ្ទកាល័យឯកឧត្តម ទេសរដ្ឋមន្ត្រី
ទូរស័ព្ទលេខៈ (៨៥៥) ២៣ ៨៦៦ ០៨៨/៨៦៦ ៨៧៨
ទូរសារលេខៈ (៨៥៥) ២៣ ៨៦៦ ៨២៥
អ៊ីមែលៈ moccab@moc.gov.kh

ប្រការ ២ ៖ គោលបំណង

ប្រកាសនេះមានគោលបំណង ៖

១- គ្រប់គ្រង និងពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់តំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក ដើម្បីសម្រួលដល់ការងារចុះបញ្ជី និង កិច្ចការដទៃទៀតដែលទាក់ទងនឹងម៉ាក និង ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ឱ្យមានភាពរលូនប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ។

២- ផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់ម្ចាស់ម៉ាកក្នុងការធ្វើអាជីវកម្ម និង ការការពារសិទ្ធិរបស់ខ្លួន តាមរយៈតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក ។

ប្រការ ៣ ៖ និយមន័យ និង វិសាលភាព

ម៉ាកសំដៅដល់ ម៉ាក និង ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ។

ប្រកាសនេះគ្រប់ដណ្តប់ទៅលើការងារផ្សេងៗដែលទាក់ទងទៅនឹងម៉ាក ដូចជា ការចុះបញ្ជី ការធ្វើអាជីវកម្ម ការវាយតម្លៃទ្រព្យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា និងការអនុវត្តន៍សិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ម៉ាកក្នុង និង ក្រៅប្រទេស ជាដើម ។

ប្រការ ៤ ៖ ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក

១- ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក គឺជារូបវន្តបុគ្គល ឬនីតិបុគ្គល តំណាងឱ្យរូបវន្តបុគ្គល ឬ នីតិបុគ្គល ដើម្បីបំពេញកិច្ចការចំពោះមុខនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។ ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់ នៃម្ចាស់ម៉ាក ត្រូវមានលក្ខណៈសម្បត្តិបច្ចេកទេសគ្រប់គ្រាន់ ហើយត្រូវបានចុះបញ្ជីទទួលស្គាល់ជាផ្លូវការក្នុងបញ្ជីភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក នៅនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃក្រសួង ពាណិជ្ជកម្ម ។

២- បរិមាណភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក មិនត្រូវបានកំណត់ចំនួនឡើយ ។ រូបវន្តបុគ្គលដែលបានប្រឡងជាប់ជាស្ថាពរ ត្រូវបានចាត់ទុកថាមានគុណសម្បត្តិបច្ចេកទេសគ្រប់គ្រាន់ ក្នុងការធ្វើជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក ។

៣- ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក អាចបង្ហាញខ្លួនក្នុងតុលាការនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា តែក្នុងករណី មិនផ្ទុយនឹងច្បាប់ និង បទប្បញ្ញត្តិនានា នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ។

៤- ផ្អែកតាមសំណើ រូបវន្តបុគ្គលណាមួយអាចនឹងត្រូវបានចុះបញ្ជីទទួលស្គាល់ជាផ្លូវការនៅក្នុងបញ្ជីភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក លុះត្រាតែបុគ្គលនោះ បំពេញតាមលក្ខខណ្ឌ ដូចខាងក្រោម ៖

- មានសញ្ជាតិខ្មែរ និង
- មាននិវេសនដ្ឋានអចិន្ត្រៃយ៍ នៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា និង
- មានទីតាំងប្រកបអាជីវកម្ម ឬការងារ នៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា និង
- ជាប់ជាស្ថាពរក្នុងការប្រឡងជ្រើសរើសភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក ឬត្រូវបានចាត់ទុកថា មានគុណសម្បត្តិបច្ចេកទេសគ្រប់គ្រាន់ ដូចមានចែងក្នុងប្រការ ២៦ និង
- មិនផ្ទុយនឹងច្បាប់សហលក្ខន្តិកៈមន្ត្រីរាជការស៊ីវិល ។

៥- ផ្អែកតាមសំណើ នីតិបុគ្គលអាចនឹងត្រូវបានចុះបញ្ជីទទួលស្គាល់ជាផ្លូវការនៅក្នុងបញ្ជីភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក លុះត្រាតែ ៖

- មានបុគ្គលិកជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាកយ៉ាងតិចមួយនាក់ឈរឈ្មោះអោយ និង
- មាននិវេសនដ្ឋានអចិន្ត្រៃយ៍ នៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ។

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
លេខ ១៩-៦១ ផ្លូវក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម (ផ្លូវ១១៣បេ)
ភូមិទឹកថ្លា សង្កាត់ទឹកថ្លា ខណ្ឌសែនសុខ
រាជធានីភ្នំពេញ ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ខុទ្ទកាល័យឯកឧត្តម ទេសរដ្ឋមន្ត្រី
ទូរស័ព្ទលេខ: (៨៥៥) ២៣ ៨៦៦ ០៨៨/៨៦៦ ៨៧៨
ទូរសារលេខ: (៨៥៥) ២៣ ៨៦៦ ៨២៥
អ៊ីម៉ែល: moccab@moc.gov.kh

៦-រូបវន្តបុគ្គលជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាកម្នាក់ អាចឈរឈ្មោះអោយនីតិបុគ្គលជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់តែមួយគត់ ។

ប្រការ ៥ ៖ ការរៀបចំការប្រឡង

ក្នុងករណីមានចំនួនបេក្ខជនសមស្រប ការប្រឡងសមត្ថភាពសម្រាប់ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក នឹងត្រូវរៀបចំធ្វើឡើង យ៉ាងតិចមួយដងក្នុងមួយឆ្នាំ ឬតាមការចាំបាច់ ។ រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម នឹងរៀបចំបង្កើតក្រុមប្រឹក្សាប្រឡង គណៈកម្មការប្រឡង និង លេខាធិការដ្ឋានប្រឡង ។

ប្រការ ៦ ៖ ក្រុមប្រឹក្សាប្រឡង

១- ក្រុមប្រឹក្សាប្រឡងមានតួនាទីជ្រើសរើសមន្ត្រីជំនាញ ដើម្បីបង្រៀនដល់បេក្ខជនត្រៀមប្រឡង និងរៀបចំការប្រឡងជ្រើសរើសភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក ។

២- ក្រុមប្រឹក្សាប្រឡង មានសមាសភាពចំនួន ០៧ រូប រួមមាន ÷

ក-ប្រធាននាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា នៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

ខ-ប្រធាននាយកដ្ឋានបុគ្គលិក នៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

គ-មន្ត្រីនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ចំនួន ០៣រូប និងមន្ត្រីនាយកដ្ឋានបុគ្គលិក នៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ចំនួន ០២រូប ដែលស្នើសុំតែងតាំងដោយប្រធាននាយកដ្ឋានសាមី ។

៣- ប្រធាន និងអនុប្រធានក្រុមប្រឹក្សាប្រឡង ត្រូវជ្រើសរើសចេញពីសមាជិករបស់ខ្លួន ។

៤-ប្រធាននាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា និងប្រធាននាយកដ្ឋានបុគ្គលិកនៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម អាចតែងតាំងមន្ត្រីមួយរូបតាមជម្រើសរបស់ខ្លួន ដើម្បីកាន់តំណែងជំនួសក្នុងក្រុមប្រឹក្សាប្រឡង សម្រាប់រយៈពេលណាមួយ ។

ប្រការ ៧ ៖ សិទ្ធិអំណាចរបស់ក្រុមប្រឹក្សាប្រឡង

១- រៀបចំសមាសភាពគណៈកម្មការប្រឡង និង លេខាធិការដ្ឋានប្រឡង ដើម្បីសុំការឯកភាពពីរដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។

២- ជ្រើសរើសគ្រូបង្រៀនជំនាញកម្មសិទ្ធិបញ្ញាក្នុងចំណោមមន្ត្រីនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដែលមានសមត្ថភាព និងគរុកោសល្យ ដើម្បីបង្រៀនដល់បេក្ខជនត្រៀមប្រឡង ។

៣- ក្រុមប្រឹក្សាត្រូវផ្តល់ការណែនាំដែលចាំបាច់ទៅគណៈកម្មការប្រឡង សម្រាប់ការរៀបចំវិញ្ញាសាប្រឡង ពិនិត្យមើលសេចក្តីព្រាង និងធ្វើការជ្រើសរើសអត្ថបទចុងក្រោយ សម្រាប់វិញ្ញាសាប្រឡង ។

៤- ក្រុមប្រឹក្សាត្រូវសម្រេច ជាពិសេស ទៅលើបញ្ជីសៀវភៅ និងឯកសារ ដែលបេក្ខជនអាចប្រើប្រាស់ក្នុងពេលប្រឡង និងណែនាំលេខាធិការដ្ឋានប្រឡង អំពីវិធានការដែលត្រូវធ្វើចំពោះបេក្ខជន ដែលបានរកឃើញថា កំពុង ឬ មានបំណងលួចចម្លង ។

៥- ក្រុមប្រឹក្សាត្រូវកំណត់ពិន្ទុសម្រាប់វិញ្ញាសានីមួយៗ ត្រួតពិនិត្យពិន្ទុ ដែលផ្តល់ដោយគណៈកម្មការប្រឡង ហើយសម្រេចបឋមថា បេក្ខជនមួយណាបានប្រឡងជាប់ ឬ ធ្លាក់ ។ សមាជិកណាមួយរបស់ក្រុមប្រឹក្សា ដែលបានធ្វើជាសមាជិករបស់គណៈកម្មការប្រឡង ហើយបានឱ្យពិន្ទុបេក្ខជនប្រឡង មិនអាចចូលរួមក្នុងការសម្រេចចិត្តនេះបានទេ ។

ប្រការ ៨ ៖ កិច្ចប្រជុំរបស់ក្រុមប្រឹក្សាប្រឡង

ក្រុមប្រឹក្សា ត្រូវកោះប្រជុំដោយប្រធានរបស់ខ្លួន។ កូរ៉ុមនៃកិច្ចប្រជុំ ដែលមានសមាជិកចំនួន ០៤(បួន) រូប អាចដំណើការកិច្ចប្រជុំបាន។ សេចក្តីសម្រេចបឋមរបស់ក្រុមប្រឹក្សា ត្រូវធ្វើឡើងជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ។ សេចក្តីសម្រេចរបស់អង្គប្រជុំត្រូវយកតាមសម្លេង ៥០ ភាគរយ បូក ១ របស់សមាជិកចូលរួម ក្នុងករណីមានសម្លេងស្មើគ្នា សម្លេងរបស់ប្រធានមានឧត្តមានុភាព។

ប្រធានក្រុមប្រឹក្សាប្រឡង ត្រូវរាយការណ៍សុំសេចក្តីសម្រេចចុងក្រោយពីរដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម អំពីសមាសភាពបេក្ខជនដែលប្រឡងជាប់ជាស្ថាពរ។

ប្រការ ៩ ៖ អាណត្តិរបស់ក្រុមប្រឹក្សាប្រឡង

សមាជិកក្រុមប្រឹក្សាប្រឡងដែលបានតែងតាំង នឹងកាន់មុខតំណែងមានរយៈពេល ០៣ (បី) ឆ្នាំ។ នៅពេលផុតរយៈពេលនេះ សមាជិកក្រុមប្រឹក្សាអាចត្រូវបានតែងតាំងសាជាថ្មី។

ប្រការ ១០ ៖ គណៈកម្មការប្រឡង

១- ក្នុងការរៀបចំប្រឡង ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មត្រូវតែងតាំងគណៈកម្មការប្រឡងមួយ ឬច្រើន តាមការស្នើសុំរបស់ក្រុមប្រឹក្សាប្រឡង

២- គណៈកម្មការនីមួយៗ ត្រូវបង្កើតឡើងដោយមានការចូលរួមពីមន្ត្រីនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា និង មន្ត្រីនាយកដ្ឋានបុគ្គលិកនៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

៣- សមាជិកច្រើនបំផុត ០៣ (បី) រូប របស់ក្រុមប្រឹក្សាប្រឡង អាចត្រូវបានតែងតាំងជាសមាជិករបស់គណៈកម្មការ។

ប្រការ ១១ ៖ ភារកិច្ចរបស់គណៈកម្មការប្រឡង

គណៈកម្មការប្រឡង មានភារកិច្ចទទួលខុសត្រូវ ÷

១- រៀបចំវិញ្ញាសាប្រឡង ដោយអនុលោមទៅតាមការណែនាំរបស់ក្រុមប្រឹក្សា និង បញ្ជាក់ពីសារៈសំខាន់ពាក់ព័ន្ធរបស់សំណួរនីមួយៗ នៅពេលដែលចាំបាច់

២- ផ្តល់ចម្លើយនៃវិញ្ញាសាប្រឡង ជាមួយនឹងតារាងកំណត់ពិន្ទុ

៣- ប្រគល់ចម្លើយនិងពិន្ទុរបស់បេក្ខជនទៅអោយក្រុមប្រឹក្សា

៤- កិច្ចការផ្សេងៗទៀត ដែលប្រគល់ជូនដោយក្រុមប្រឹក្សា។

ប្រការ ១២ ៖ លេខាធិការដ្ឋានប្រឡង

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម នឹងផ្តល់ទីកន្លែង សម្ភាររដ្ឋបាលចាំបាច់ដែលបានមកពីការបង់ប្រាក់ឧបត្ថម្ភក្នុងការប្រឡងទៅឱ្យក្រុមប្រឹក្សា និង គណៈកម្មការប្រឡង សម្រាប់បង្កើតលេខាធិការដ្ឋានប្រឡង។

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
លេខ ១៩-៦១ ផ្លូវក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម (ផ្លូវ១១៣បេ)
ភូមិទឹកថ្លា សង្កាត់ទឹកថ្លា ខណ្ឌសែនសុខ
រាជធានីភ្នំពេញ ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ខុទ្ទកាល័យឯកឧត្តម ទេសរដ្ឋមន្ត្រី
ទូរស័ព្ទលេខ: (៨៥៥) ២៣ ៨៦៦ ០៨៨/៨៦៦ ៨៧៨
ទូរសារលេខ: (៨៥៥) ២៣ ៨៦៦ ៨២៥
អ៊ីម៉ែល: moccab@moc.gov.kh

ប្រការ ១៣ ៖ ភារកិច្ចរបស់លេខាធិការដ្ឋាន

១- លេខាធិការដ្ឋានត្រូវៈ

- ជួយការងារក្រុមប្រឹក្សា និងគណៈកម្មការប្រឡង
- ផ្សព្វផ្សាយពតិមាន អំពីវគ្គបណ្តុះបណ្តាលត្រៀមប្រឡង
- ទទួលពាក្យសុំចុះឈ្មោះចូលរៀនវគ្គបណ្តុះបណ្តាលត្រៀមប្រឡង និង ប្រឡង
- ត្រៀមមធ្យោបាយក្នុងការបង្រៀន និង ប្រឡង
- ចាត់វិធានការចាំបាច់នានា ដើម្បីត្រួតពិនិត្យការប្រឡង
- បំពេញការងារផ្សេងៗតាមការណែនាំរបស់ក្រុមប្រឹក្សានិងគណៈកម្មការប្រឡង ។

២- លេខាធិការដ្ឋាន ត្រូវទទួលខុសត្រូវចំពោះការបោះពុម្ពផ្សាយព័ត៌មានទាំងអស់ដែលបេក្ខជនត្រូវការ រួមមាន កាលបរិច្ឆេទនៃការទទួលពាក្យស្នើសុំចុះឈ្មោះ និងឯកសារដែលចាំបាច់នានា សម្រាប់ការដាក់ពាក្យ

៣- អនុលោមទៅតាមការណែនាំជាលាយលក្ខណ៍អក្សររបស់ក្រុមប្រឹក្សា លេខាធិការដ្ឋានប្រឡងនឹងសម្រេច អំពីការចុះឈ្មោះបេក្ខជន។ លេខាធិការដ្ឋានត្រូវរៀបចំធ្វើការប្រឡង ហើយចាត់វិធានការចាំបាច់នានា ដើម្បីត្រួតពិនិត្យការប្រឡង ។

ប្រការ ១៤ ៖ សេចក្តីជូនដំណឹងអំពីការប្រឡងជ្រើសរើស

សេចក្តីជូនដំណឹងអំពីការប្រឡងជ្រើសរើស ត្រូវផ្សព្វផ្សាយនៅក្នុងព្រឹត្តិបត្រផ្លូវការ និង ឬ បណ្តាញសារព័ត៌មាន ដែលបញ្ជាក់ពីកាលបរិច្ឆេទនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះឈ្មោះ និង កាលបរិច្ឆេទនៃការប្រឡង និងឯកសារ ដែលតម្រូវ ។

ប្រការ ១៥ ៖ ពាក្យសុំចុះឈ្មោះប្រឡង

១- ពាក្យសុំចុះឈ្មោះប្រឡង ត្រូវដាក់នៅលេខាធិការដ្ឋានប្រឡង

២- ពាក្យសុំចុះឈ្មោះត្រូវបញ្ជាក់ពី គោត្តនាម នាមខ្លួន អាសយដ្ឋាន និង សញ្ជាតិ របស់បេក្ខជន និងត្រូវ ភ្ជាប់មកជាមួយនូវ ÷

ក- ភស្តុតាងបញ្ជាក់ពីលក្ខណៈសម្បត្តិ ដូចមានចែងក្នុងប្រការ ២១

ខ- លិខិតបញ្ជាក់ថា បានបញ្ចប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលត្រៀមដោយជោគជ័យ ដែលរៀបចំដោយ ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។

ប្រការ ១៦ ៖ ការចុះឈ្មោះ និងសេចក្តីជូនដំណឹង

១- លេខាធិការដ្ឋានប្រឡងត្រូវជូនដំណឹងដល់បេក្ខជន អំពីការទទួលយក ឬការបដិសេធពាក្យសុំចុះឈ្មោះ របស់បេក្ខជន ។ ក្នុងករណីពាក្យស្នើសុំត្រូវបានបដិសេធ ត្រូវបញ្ជាក់ពីមូលហេតុ ។

២- កាលបរិច្ឆេទ ពេលវេលា និង ទីកន្លែង នៃការប្រឡង នឹងត្រូវផ្សព្វផ្សាយជាសាធារណៈ ។

2011-01-31 Prakas Trademark Agent 28.12.11

ប្រការ ១៧ : អនាមិកភាព

១- អនាមិកភាពនៃបេក្ខជននឹងត្រូវបានគោរព នៅពេលចម្លើយរបស់បេក្ខជនត្រូវបានដាក់ពិន្ទុ ។

២- ចម្លើយរបស់បេក្ខជនអាចត្រូវបានបោះពុម្ពផ្សាយ និងប្រើប្រាស់នៅពេលណាមួយ សម្រាប់ការស្រាវជ្រាវ សម្រាប់គោលបំណងស្ថិតិ ឬ ការបណ្តុះបណ្តាល ដោយគោរពអនាមិកភាពរបស់បេក្ខជន ។

ប្រការ ១៨ : លទ្ធផល

១- ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មនឹងរាយនាមនៅក្នុងបញ្ជីឈ្មោះ តាមលំដាប់ព្យញ្ជនៈរបស់បេក្ខជនដែលបានទទួលជោគជ័យក្នុងការប្រឡង ។

២- លេខាធិការដ្ឋានប្រឡងទទួលខុសត្រូវក្នុងការចងក្រង ផ្សព្វផ្សាយស្ថិតិ ស្តីពីលទ្ធផលនៃការប្រឡង ។ ក្រុមប្រឹក្សា នឹងសម្រេចអំពីព័ត៌មានដែលត្រូវផ្សព្វផ្សាយ ។

ប្រការ ១៩ : ការរក្សាការសម្ងាត់

អនុលោមទៅតាមប្រការ១៧ សមាជិកក្រុមប្រឹក្សា សមាជិកគណៈកម្មការ និងបុគ្គលិកដែលធ្វើការនៅក្នុងលេខាធិការដ្ឋានប្រឡង ត្រូវរក្សាការសម្ងាត់ទាំងក្នុងអំឡុងពេល និងក្រោយពេលកាន់ការងារ នូវរាល់ព័ត៌មាន ទាំងអស់ និង ការពិភាក្សាណាមួយដែលធ្វើឡើងទាក់ទងនឹងបេក្ខជន ។

ប្រការ ២០ : ការបណ្តុះបណ្តាលត្រៀមប្រឡង

១- បេក្ខជនដែលអាចចុះឈ្មោះចូលរៀនត្រៀមប្រឡង ត្រូវមានសញ្ញាបត្របរិញ្ញាបត្រ ឬខ្ពស់ជាងនេះ ឬលិខិតបញ្ជាក់ដែលមានតម្លៃស្មើ ដោយមានបញ្ជាក់ភាពត្រឹមត្រូវ ។

២- អ្នកចូលរៀនត្រៀមប្រឡងត្រូវដាក់ពាក្យស្នើសុំ និង បង់ថ្លៃចូលរៀន តាមការកំណត់របស់ក្រុមប្រឹក្សាប្រឡង ដើម្បីសម្រួលដល់ការចំណាយចាំបាច់នានា ។

៣- មន្ត្រីរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកមត្រូវបានលើកលែងក្នុងការបង់ថ្លៃចូលរៀន ។

៤- វគ្គបណ្តុះបណ្តាលត្រៀមប្រឡង ត្រូវប្រើប្រាស់ពេលយ៉ាងតិចហុកសិប (៦០) ម៉ោង ។

ប្រការ ២១ : លក្ខខណ្ឌចុះឈ្មោះប្រឡង

១- បេក្ខជនដែលដាក់ពាក្យសុំចុះឈ្មោះប្រឡង ត្រូវបញ្ចប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលត្រៀម មុនកាលបរិច្ឆេទប្រឡងដែលបានរៀបចំឡើងនៅចន្លោះពេលទៀងទាត់មួយ ដោយនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។

២- មន្ត្រីនៃនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដែលបានចូលបម្រើការងារយ៉ាងតិច ៥ ឆ្នាំ ត្រូវបានលើកលែងក្នុងការចូលរៀនវគ្គត្រៀមប្រឡង ។

៣- បេក្ខជនទាំងឡាយដែលមានសញ្ញាបត្របរិញ្ញាបត្រជាន់ខ្ពស់ជំនាញកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ឬខ្ពស់ជាង ដែលទទួលស្គាល់ដោយស្ថាប័នមានសមត្ថកិច្ច និងមានបទពិសោធន៍ក្នុងការងារកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ចំនួន ៥ ឆ្នាំយ៉ាងតិច

2011 01 31 Prakas Trademark Agent ...

នៅក្នុងភ្នាក់ងារកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ឬ ក្រុមហ៊ុនច្បាប់ ឬ ក្នុងការិយាល័យដែលទទួលបន្ទុកកម្មសិទ្ធិបញ្ញា នៃក្រុមហ៊ុនណាមួយ ត្រូវបានលើកលែងក្នុងការចូលរៀនវគ្គត្រៀមប្រឡង ។

៤- បេក្ខជនត្រូវដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះឈ្មោះប្រឡង ។ ក្រុមប្រឹក្សាប្រឡងជាអ្នកកំណត់តម្លៃពាក្យស្នើសុំចុះឈ្មោះប្រឡង ដើម្បីមានថវិកាទ្រទ្រង់ការចំណាយចាំបាច់នានាក្នុងដំណើរការប្រឡង ។

៥- មន្ត្រីនៃក្រុមប្រឹក្សាប្រឡង គណៈកម្មការប្រឡង និង លេខាធិការដ្ឋាន ដែលកំពុងកាន់មុខតំណែង មិនមានសិទ្ធិចុះឈ្មោះប្រឡងទេ ។ មន្ត្រីទាំងនោះនឹងមានសិទ្ធិចុះឈ្មោះប្រឡង បន្ទាប់ពីតំណែងរបស់ខ្លួនត្រូវបានបញ្ចប់ ។

ប្រការ ២២ : កម្មវិធីសិក្សា និងការប្រឡង

កម្មវិធីសិក្សា និង ការប្រឡងសំដៅផ្តល់ ដល់បេក្ខជននូវចំណេះដឹងជ្រៅជ្រះពី ÷

១- សញ្ញាណជាមូលដ្ឋាននៃកម្មសិទ្ធិបញ្ញា

២- ច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញាកម្ពុជា ដែលរួមមាន : ច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិនានា ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ និង ច្បាប់ និង បទប្បញ្ញត្តិនានា ស្តីពីម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ របស់ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ។

៣- ច្បាប់កម្ពុជាដទៃទៀតដែលត្រូវបានចាត់ទុកដោយក្រុមប្រឹក្សាថា មានសារៈសំខាន់ចំពោះការអនុវត្តន៍របស់ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់ ។

៤- កិច្ចព្រមព្រៀង អនុសញ្ញា សន្ធិសញ្ញាអន្តរជាតិ ដែលត្រូវបានចាត់ទុកដោយក្រុមប្រឹក្សាថា មានសារៈសំខាន់ចំពោះការអនុវត្តន៍ការងាររបស់ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់ ។

៥- ការអនុវត្តន៍ជាក់ស្តែងក្នុងការចុះបញ្ជី ការប្តឹងជំទាស់ និងដោះស្រាយវិវាទ កម្មសិទ្ធិបញ្ញា ។

ប្រការ ២៣ : វិញ្ញាសារប្រឡង

១- ការប្រឡងមានវិញ្ញាសារសរសេរ និង ឬ ផ្ទាល់មាត់ ។

២- ក្រុមប្រឹក្សានឹងសម្រេចអំពីវិញ្ញាសា និងរយៈពេលប្រឡង ។ វិញ្ញាសាប្រឡងនឹងរៀបចំចេញពីកម្មវិធីសិក្សា ដូចក្នុងប្រការ ២២ ។

ប្រការ ២៤ : ការដាក់ពិន្ទុ

ក្រុមប្រឹក្សាត្រូវផ្តល់ការណែនាំដែលចាំបាច់ដល់គណៈកម្មការប្រឡង ដើម្បីធានាឱ្យប្រាកដថា ចម្លើយរបស់បេក្ខជនត្រូវបានដាក់ពិន្ទុតាមរបៀបតែមួយ ។

ប្រការ ២៥ : ការប្រឡងជាប់ជាស្ថាពរ

បេក្ខជន ដែលប្រឡងជាប់ជាស្ថាពរ នឹងត្រូវបានទទួលស្គាល់ដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ។

ប្រការ ២៦ ៖ ករណីលើកលែងក្នុងការប្រឡង

អ្នកត្រួតពិនិត្យខ្លឹមសារម៉ាកលម្អិត ដែលមានបទពិសោធន៍ក្នុងការងារយ៉ាងតិចចំនួន ០៦ ឆ្នាំ និង មន្ត្រីជំនាញច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញាដែលធ្លាប់បង្រៀនជំនាញកម្មសិទ្ធិបញ្ញាដល់បេក្ខជនត្រៀមប្រឡង ដែលទទួលស្គាល់ដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម នឹងត្រូវចាត់ទុកថា មានគុណសម្បត្តិបច្ចេកទេសគ្រប់គ្រាន់ ដោយមិនបាច់ចូលរួមក្នុងការប្រឡង និងត្រូវបានចាត់ទុកថាប្រឡងជាប់ជាស្ថាពរ ។

ប្រការ ២៧ ៖ រយៈពេលនៃការទទួលស្គាល់

ការទទួលស្គាល់ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់ជារូបវន្តបុគ្គល មិនមានរយៈពេលកំណត់ឡើយ ។ ចំពោះនីតិបុគ្គល រយៈពេលនៃការទទួលស្គាល់នេះក៏គ្មានរយៈពេលកំណត់ដែរ ដរាបណានីតិបុគ្គលនោះ នៅតែមានរូបវន្តបុគ្គលជាភ្នាក់ងារតំណាង ឈរឈ្មោះអោយ ។

ប្រការ ២៨ ៖ ភ្នាក់ងារស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាកដែលមានស្រាប់

ដើម្បីធានាគុណភាពភ្នាក់ងារស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក នីតិបុគ្គលទាំងឡាយណាដែលបានទទួលស្គាល់ជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក ក្នុងប្រព័ន្ធស្វ័យប្រវត្តិកម្មកម្មសិទ្ធិបញ្ញា (Intellectual Property Automation System-IPAS) រួចហើយមុនប្រកាសនេះចូលជាធរមាន ត្រូវជ្រើសរើសភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់ដែលជារូបវន្តបុគ្គលដើម្បីឈរឈ្មោះអោយក្នុងរយៈពេល ៥ ឆ្នាំ បន្ទាប់ពីប្រកាសនេះចូលជាធរមាន ពុំនោះសោតទេ នីតិបុគ្គលទាំងឡាយនោះ នឹងបាត់បង់សិទ្ធិជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក ។

ប្រការ ២៩ ៖ មោឃភាពនៃការទទួលស្គាល់

មោឃភាពនៃការទទួលស្គាល់ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក ត្រូវបានកំណត់ដូចខាងក្រោម ÷

១- ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក សុំបញ្ចប់ការទទួលស្គាល់ដោយខ្លួនឯង ។

២- ទទួលបានការទទួលស្គាល់ជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក ដោយមធ្យោបាយក្លែងបន្លំណាមួយ ។

៣- លែងមាននិវេសនដ្ឋាន និងទីតាំងប្រកបអាជីវកម្ម ឬការងារ នៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ។

៤- ប្រព្រឹត្តផ្ទុយនឹងច្បាប់ និង បទប្បញ្ញត្តិ ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ និងម៉ាកទំនិញសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រ ។

៥- ធ្វើឱ្យខូចប្រយោជន៍ធ្ងន់ធ្ងរដល់អ្នកដាក់ពាក្យសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ឬអ្នកដែលមានសិទ្ធិលើម៉ាក ។

៦- មិនបានបង់ប្រាក់កម្រៃសមាជិកភាពប្រចាំឆ្នាំ ។

៧- ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក បាត់បង់សមត្ថភាព ឬ ទទួលមរណភាព ។

៨- ចំពោះនីតិបុគ្គល លែងមានរូបវន្តបុគ្គលជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក ឈរឈ្មោះអោយ ។

ប្រការ ៣០ : តម្លៃសម្រាប់ការចុះបញ្ជីទទួលស្គាល់ភ្នាក់ងារតំណាង

ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាកដែលទទួលស្គាល់ជាផ្លូវការ និងជារូបវន្តបុគ្គល ត្រូវបង់កម្រៃសមាជិកភាពរបស់ខ្លួនប្រចាំឆ្នាំ តាមប្រកាសអន្តរក្រសួង ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចហិរញ្ញវត្ថុ និង ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។

ប្រការ ៣១ :

បទប្បញ្ញត្តិទាំងឡាយណា ដែលផ្ទុយនឹងប្រកាសនេះ ត្រូវទុកជានិរាករណ៍។

ប្រការ ៣២ :

នាយិកាខុទ្ទកាល័យ អគ្គនាយក ប្រធាននាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ប្រធាននាយកដ្ឋានបុគ្គលិក ប្រធានគ្រប់អង្គភាពចំណុះក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ត្រូវអនុវត្តប្រកាសនេះតាមភារកិច្ចរៀងៗខ្លួន ចាប់ពីថ្ងៃចុះហត្ថលេខា នេះតទៅ ។

រាជធានីភ្នំពេញ, ថ្ងៃទី ខែ ឆ្នាំ ២០១១

ទេសរដ្ឋមន្ត្រី

រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

ចម ប្រសិទ្ធ

<u>ចំលងជូនៈ</u>

-ខុទ្ទកាល័យ **សម្តេចអគ្គមហាសេនាបតីតេជោ ហ៊ុន សែន**
-ខុទ្ទកាល័យឯកឧត្តមឧបនាយករដ្ឋមន្ត្រី **ស ខេង**
-ខុទ្ទកាល័យលោកជំទាវឧបនាយករដ្ឋមន្ត្រីប្រចាំការ **ម៉ែន សំអន**
-ខុទ្ទកាល័យឯកឧត្តមឧបនាយករដ្ឋមន្ត្រី **គាត ឈន់**
-ទីស្តីការគណៈរដ្ឋមន្ត្រី
-អគ្គលេខាធិការរាជរដ្ឋាភិបាល
-សាលាខេត្ត រាជធានី
-ដូចប្រការ ៣២
-រាជកិច្ច
-ឯកសារ-កាលប្បវត្តិ

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
លេខ ១៩-៦១ ផ្លូវក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម (ផ្លូវ១១៣បេ)
ភូមិទឹកថ្លា សង្កាត់ទឹកថ្លា ខណ្ឌសែនសុខ
រាជធានីភ្នំពេញ ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ខុទ្ទកាល័យឯកឧត្តម ទេសរដ្ឋមន្ត្រី
ទូរស័ព្ទលេខ: (៨៥៥) ២៣ ៨៦៦ ០៨៨/៨៦៦ ៨៧៨
ទូរសារលេខ: (៨៥៥) ២៣ ៨៦៦ ៨២៥
អ៊ីម៉ែល: moccab@moc.gov.kh

TRAINING
FOR
LEGAL MARK AGENT

Duration:
6 Hours

SECTION:I

"IP DEVELOPMENT IN CAMBODIA"

Presented by: Penn Sovicheat
Deputy Director General of Internal Trade of the MoC, and
Member of Secretariat of National Committee for IPR

OBJECTIVES

- By the end of this presentation, participants are able to:
  - Understand the development of IP system in Cambodia from the beginning to now, including NCIPR Duties.
  - Understand the rules and responsibilities of each ministries, and especially the D/IPR of MoC.
  - Have some data relating to applications, registrations, enforcement of marks, patents, utility models certificates, and copyrights.
  - Understand IP Action Plan and its implementation from 2010 to 2014, and challenges.

"IP DEVELOPMENT IN CAMBODIA"

A. ESTABLISHMENT OF A SPECIAL IP COMMITTEE

B. RESPONSIBLE INSTITUTIONS & LAW PREPARATIONS

C. MEMBERSHIP & INTERNATIONAL COOPERATION

D. THE D/IPR

E. DATA OF APPLICATIONS AND REGISTRATION OF MARK, GI, PATENT, INDUSTRIAL DESIGN, AND COPYRIGHTS

F. IMPLEMENTATION OF ACTION PLAN

A. ESTABLISHMENT OF A SPECIAL IP COMMITTEE

I- IP Committee Governing the 3 Areas of IP

II- National Committee for IPR (NCIPR)

I- IP Committee Governing the 3 Areas of IP

First Phase (1991- 2007)

Study and Prepare IP Main Laws for the Purpose of WTO Accession

1)- Study:

- Marks, Trade Name, and Acts of Unfair Competition
- Copyrights and Related Rights
- Patents, Utility Models, and Industrial Designs
- Other laws such as Protection of New Plant Varieties (Breeder Rights), GIs, Trade Secret, IC, …

2)- Setting Up: Ministerial Committee Governing the Three Areas of IP

- By Declaration of the Council of Ministers No. 16 dated February 22,1999.
- Composition of the Committee:
  - Minister of MoC : Chairman
    - D/IPR : Secretariat
  - Minister of MIME : Deputy
  - Min. Culture & Fine Arts : Member
  - Min. Information : Member

- Main Duties:

1. Prepare laws relating to Agreement between Cambodia and the US and for the purpose of WTO membership
2. Smoothly cooperate among Ministries relating to IP in Cambodia: MoC, MIME, and MCFA, and other Ministries
3. Smoothly receive TA

II- National Committee for IPR (NCIPR)
Second Phase (2008 ahead)

Prepare, Strengthen, and Enforce IP Laws and Regulations

1) Setting Up:

National Committee for IPR (NCIPR):

- By Sub-Decree of the Council of Ministers No. 142 on September 18, 2008
- To replace Ministerial Committee Governing the Three Areas of IP established by Declaration of the Council of Ministers in 1999.

➢ Composition of the NCIPR

1- Minister of MoC : Chairman

– Department of Intellectual Property Rights (D/IPR): Secretariat

2- Secretary of State of MIME : Deputy

3- Secretary of State of MCFA : Deputy

4- Office of Prime Minister : Member

5- Min. Interior : Member

6- Min. Economics and Finance : Member

7- Min. Information : Member

8- Min. Telecommunication	: Member
9- Min. Health	: Member
10- Min. Agriculture	: Member
11- Min. Environment	: Member
12- Min. Justice	: Member
13- Min. Education	: Member
14- Min. Tourism	: Member

- **Main Duties:**

1- Stimulate and assure a *unique national policy* on IP

2- Enhance a smooth cooperation between ministries and institutions concerned *in preparing, disseminating, and enforcing IP laws and regulations*

3- Comply with the commitment of Cambodia during its accession into WTO

4- Receive and utilize effectively technical assistance related to IP from international organization and other countries

- To fulfill its duties, the NCIPR is going to establish two Sub-Committees:
  - Sub-Committee for Enforcement, and
  - Sub-Committee for Education and Public Awareness

  NB: Sub-Decree on the Establishment of the two Sub-Committees has already been drafted. The draft Sub-Decree will be sent to the CM after the draft law on GIs was approved by the CM. Heads and Permanent Members of the two Sub-Committees will be selected at the CM meeting.

B. RESPONSIBLE INSTITUTIONS & LAW PREPARATIONS

A. Ministry of Commerce/ Secretariat of NCIPR :

1. Marks, Trade Names, and Acts of Unfair Competition Law (TM Law) was promulgated on Feb.07, 02)
   - Sub-Decree for Implementing TM law was adopted on July 12, 2006.
2. TM Manual has been updated by the D/IPR and WIPO. It is a best guideline and practice for mark registration, opposition, and hearing. The Manual will be translated into Khmer for publication in 2014 as Declaration of MoC.

3. Declaration relating to Legal Agent/Attorney was issued in 2011.
4. Declaration relating to "Procedures for Enforcement of IPRs" will be drafted in 2014-15
5. Sub-Decree on "Border Measure" will be drafted in 20114-15.
6. Appeal Board of MoC will be established in 2014-15
7. "IP Information Center" was created in June, 2012.
8. GIs law was passed by National Assembly on 30 December 2013, by the Senate on January 08, 2014, and was promulgated by the King on 20 January 2014.

9. “IP Handbook” for universities has been finished. It will be published in English and Khmer in 2014-15.

10. Trade Secrete and Undisclosed Information is being drafted and will be promulgated in 2015

11. Draft Commercial Contract Law has included two Chapters of Franchising and Licensing Contracts. The Law is being debated at the CM. It can be promulgated in 2014-15

12. Law on the Establishment of Commercial Court has been drafted. Now it is under consideration of the Ministry of Justice whether it should be a separated court or be as a special chamber.

13. The success of TRIPs extension until July 01, 2021 for LDCs.

14. Draft National IP Strategy (NIPS):

- By the request of NCIPR Secretariat, National IP Strategy has been drafted by WIPO to align IP with Government Rectangular Strategy (The Importance of IP for Economic, Social and Cultural Development).
- The draft text was corrected and amended by NCIPR Secretariat and sent to SNEC and Min. Planning on 17 May 2013, and will be sent to CM for adoption.
- The draft NIPS involved in six (06) sectors, namely, Agriculture Culture, Education, Heath, Industry & Commerce, and Tourism.

- There are 4 Objectives including 44 Initiatives.
- Actual Activities for each Initiatives will be done by by NCIPR Secretariat and WIPO in 2014 with priority of Activities.

15. Two Draft Sub-Decrees are on hold
    - Draft Sub-Decree on the Establishment of Sub-Committee for IP Enforcement, and Sub-Committee for education and Public Awareness.
    - Drat Dub-Decree on the Establishment of Collective Management of Author Rights

NB: These two draft sub-decrees were sent to CM since 2012.

16. Two Main Projects Financed by TDSP:

a)- Enhancing IP Teaching and Training: $110,000.00

- IP Curricula for universities is completed
- IP Text Book for Universities was done (800 pages) with 100 copies was distributed.
- NCIPR Secretariat officially received confirmation from WIPO that inclusion of extracts on WIPO rule in the IP Text Book is authorized. It can be translated into Khmer and published in 2014.

- Based on the IP Text Book, 06 training courses including 3 training for trainers was conducted .
- IP Lexicon of 30 pages has been prepared. The D/IPR will add more IP words and publish in 2014.
- Translation of IP Publication of WIPO (1400 pages) was done. Publication will be done in 2014.

b)- Developing a stronger National System for IP: $148,491.00

- An SMEs Consulting Desk phase I has been established.
- CambodiaIP.gov.kh website phase I was completed.

- Equipment to support IP administrative system has been delivered.
- On the process of recruiting consultant for drafting Enforcement Procedures on IPR. ToR was developed.

17- Implementation Plan of IP Cooperation with Thailand:

- The Implementation Plan was sign on August 19, 2013 in Phnom Penh.

18- Membership of Madrid Protocol - International Trademark Registration:

❖ Agreed by PM; Timeline: 2015

- WIPO expert mission has been done several times to study law, regulations, and mark registration procedures.
- As result, no need to change or amend Law or Regulations on Marks, Trade Names, and Acts of Unfair Competition of Cambodia.
- Some small practices should be amended to facilitate implementation of Madrid Protocol.
- Many training courses in Cambodia and abroad on Madrid Protocol has been done since 2012.

- However, capacity building for Examiners and more capable officials must be given.
- Special Bureau for Madrid Protocol registration must be established.
- WIPO evaluated that Cambodia can be member of Madrid Protocol in 2014.
- But the D/IPR thinks that because of lack of human resource, after 2015 is the most suitable time to be member.

B. Ministry of Industry, Mines, and Energy

- Patents, Industrial Designs, and Utility Models Law (Patent Law) was promulgated on January 02, 2003.
  - Declaration for Implementing the Patent Law was introduced on June 29, 2006.
  - Declaration on the Process of Granting Patent will be drafted in 2014-15.
- Seed Law including Plant Breeder Rights was promulgated in 13 May, 2008.
  - Preparation of Draft Decision on the Implementation of Plant Breeder Rights.
  - Translated and published UPOV Convention, and Guideline for Preparation of Law Based on UPOV Convention 1991.

- Integrated Circuit Protection is being drafted and under review. It can be promulgated in 2014-15.
  - Draft Law on Integrated Circuit Protection was sent to WIPO for comment.

C. Ministry of Culture and Fine Arts

- Copyrights & Related Rights was promulgated on March 05, 2003.
  - Sub-Decree on Collective Management is under the debate at CM.
  - Law or Sub-Decree on the Control of Production, Import and Export of Optical Disc is under consideration

D. Ministry of Health:

- Draft Law on Compulsory License for Public Health was sent to CM for debate.

E. Ministry of Post and Telecommunication

- Encrypted Satellite Signal Protection

  The law will be drafted in 2014-15.

F. Mixed Institutions:

- Traditional Cultural Expression (TCE) –> MCFA?
- Traditional Knowledge (TK) –> Min. Heath?
- Genetic Resource (GR) -> Min. Environment + Min. Heath?

C. MEMBERSHIP & INTERNATIONAL COOPERATION

I- Membership of International IP Convention or Agreement

II- International Cooperation

I- Membership of International IP Convention or Agreement

1- Cambodia's Membership of International IP Convention/Agreement

2- ASEAN Membership of International of IP Convention/Agreement

1- Cambodia's Membership of International IP Convention/Agreement (as of 27 August 2012)

No.	In Short	Treaties/Conventions/Agreement	Status
1.	WIPO	**WIPO** Convention (1967), amended in 1979	X
2.	P	**P**aris Convention for the Protection of Industrial Property (1883, 1900, 1911, 1925, 1934, 1958, 1967,1979)	X
3.	B	**B**erne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works (1886, 1896, 1908, 1914, 1928, 1948, 1967, 1971, 1979)	-

4.	M	**M**adrid Agreement and Protocol Relating to the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks	Will be in 2015
5.	H	**H**ague Agreement Concerning the International Registration of Industrial Designs (Hague Union, 1925, 1999)	-
6.	N	**N**ice Agreement Concerning the International Classification of Goods and Services for the Purposes of the Registration of Marks (Nice Union 1957, Stockholm 1967, Geneva 1977)	Applied But Not member
7.	R	International Convention for the Protection of Performers, Producers of Phonograms and Broadcasting Organisations (**R**ome Convention, 1961)	-
8.	PCT	**P**atent **C**ooperation **T**reaty (Washington, 1970, 1979, 1984, 2001)	-

9.	PHC	Convention for the Protection of Producers of **Ph**onograms Against Unauthorized Duplication of Their Phonograms (**Ph**onograms **C**onvention, Geneva, 1971)	-
10.	SC	Convention Relating to the Distribution of Programme-Carrying Signals Transmitted by Satellite (**S**atellite **C**onvention, Brussels, 1974)	-
11	BT	**B**udapest **T**reaty on the International Recognition of the Deposit of Microorganisms for the Purposes of Patent Procedure (Budapest 1997, amended in 1980)	-
12	TLT	**T**rademark **L**aw **T**reaty (Geneva 1994)	-
13	WCT	**W**IPO **C**opyright **T**reaty (Geneva 1996)	-
14	WPPT	**W**IPO **P**erformances and **P**honograms **T**reaty (Geneva, 1996)	-

15	STLT	**S**ingapore **T**reaty on the **L**aw of **T**rademarks (Singapore, 2006)	-
16	UPOV	International Convention for the Protection of New Varieties of Plants (**UPOV**, Geneva 1972, 1978, 1991)	-
17	TRIPS	Agreement on **T**rade-**R**elated Aspects of **I**ntellectual **P**roperty Right**s** (Marrakesh, 1994)	X
18.	CBD	**C**onvention on **B**iological **D**iversity (Biodiversity Convention, Rio de Janeiro, 1992)	**X**
19.	V	**V**ienna Agreement Establishing an International classification of the Figurative Elements of Marks (Vienna 19)	Applied But not member

2- ASEAN Membership of International of IP Convention/Agreement (as of 27 August 2012)

Country	1 WIPO	2 P	3 B	4 M	5 H	6 N	7 R	8 PCT	9 PHC	10 SC	11 BT	12 TLT	13 WCT	14 WPPT	15 STLT	16 UPOV	17 TRIP	18 CBD	19 V
Brunei	x	-	x	-	-	-		x	-	-	-	-	-	-	-	-	x	x	-
Cambodia	x	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	x	-
Indonesia	x	x	x	-	-	-	-	x	-	-	-	x	x	x	-	-	x	x	-
Lao PDR	x	x	x	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	-
Malaysia	x	x	x	-	-	x	-	x	-	-	-	-	-	-	-	-	x	x	x
Myanmar	x	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	x	x	-
Philippines	x	x	x	x	-	-	x	x	-	-	x	-	x	x	-	-	x	x	-
Singapore	x	x	x	x	x	x	-	x	-	x	x	-	x	x	x	x	x	x	-
Thailand	x	x	x	-	-	-	-	x	-	-	-	-	-	-	-	-	x	x	-
Viet Nam	x	x	x	x	-	-	x	x	x	x	-	-	-	-	-	x	x	x	-

II- International Cooperation

Date	Description/Member of / Signatory
July 25, 1995	World Intellectual Property Organization
October 04, 1996	Trade Relations and Intellectual Property Rights Protection Agreement with the US, coming into force on October 25, 1996
March 05, 1997	MoU on IP Cooperation (Cambodia - Thailand)
Sept. 22, 1998	Member of Paris Convention
April 30, 1999	ASEAN Framework Agreement on IP Cooperation
February 2003	EC-SEAN Intellectual Property Rights Program (ECAP II), now ECAP III

13 October 2004	Member of WTO, member of TRIPS (Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights Agreement)
August 2006	Trade Investment Framework Agreement (TIFA) with the US
	Cambodia –China
	ASEAN-ANZ: Under negotiation
	ASEAN- JAPAN
	ASEAN- CHINA: Under negotiation
August 19, 2013	The Implementation Plan of IP Cooperation with Thailand

D. THE DEPARTMENT OF IPR (D/IPR)

I- History

II- Role & Duties

III- Organization Chart

IV- Time Frame for a Mark Registration

I- History of the D/IPR

1)- From 1991 to 1997:

- Mark registration was started under the responsibility of *Bureau of External Relation* of Department of Foreign Trade of MoC. At the time, there were 25 staffs working for the Bureau.
- With the assistance from an IP law firm of Philippines and Canada experts, Cambodia started to register marks.

- No regulations or laws to implement the mark registrations. Only a letter No. 452 requesting CM to collect fees dated October 10, 1 91 .
- UNTAC Law 2 of 10 September1992 , Arts 47 & 48 related to IP in general, but it was not adequate to implement mark registration and protection.
- Foreign mark registrations was under the control of MoC. While, domestic mark registrations was the duty of MIME.

2)- From 1997 to 2004:

- The IPD or D/IPR was established by Sub-decree No. 54 dated September 22, 1997. It was under the supervision of Director General of Technical Affairs of MoC. The total staffs working for the D/IPR was 58.
- There were only two Bureaus within the D/IPR, namely, Bureau of Mark Registration, and Information Bureau.
- December 15, 1997: (3) Declaration No. 368 on the Procedures of the D/IPR was issued
- February 22,1999: (4) Declaration of the Council of Ministers No. 16 to set up Ministerial Committee Governing the Three Areas of IP.

- January 22, 2002: (5) Declaration No. 015 on the Certification of Application for Mark of Product was issued.
- February 14, 2002: (6) Joint Agreement on the Transfer of Governing & Registration and Protection of Marks of Local Product was concluded by MoC and MIME.
- February 07, 2002: Marks, Trade Names, and Acts of Unfair Competition Law (TM Law) was promulgated.

3)- From 2004 to 2007:

- There were 59 staffs working for the D/IPR and two (02) Bureaus, namely, Bureau of Mark Registration, and Information Bureau were still remained.
- Mark Manuel in English was drafted in 2004. The Manual is a good guideline for mark registrations.
- Sub-Decree (7) on the Implementation of TM Law was adopted on July 12, 2006.
- 31 Forms for mark searches, registrations, amendment, licensing, assignment, opposition, ... were introduced.

- Substantive examination gradually went into deeper.
- Disclaimer system and figurative element(s) of marks were studied.
- International relation and cooperation became more active than before.
- MoC & MEF Joint Declaration No. 457 (8) on the Administrative Fees was introduced on June 08, 2007.

4)- From 2007 to Now:

- The D/IPR was established by Sub-Decree No. 91 dated August 01, 2007 under the supervision of General Directorate of Domestic Trade of MoC. There are now six Bureaus and 75 staffs working for the D/IPR.
- Industrial Property Administration System (IPAS) for the purpose of facilitation of mark search and substantive examination was set up with assistance from WIPO.

- Disclaimer system has been applied.
- Figurative elements of marks have been introduced.
- Substantive Examination of marks was more reliable and accurate.
- Concrete Action Plan for NCIPR and in particular for the D/IPR, DIP (MIME), and DCR (MCFA) has developed for three year plan of action - 2010 to 2012 (39 proposed activities), and now 2nd three year plan of action - 2012 to 2014 (52 proposed activities).

- Mark Manual has been updated as a strong guideline for the D/IPR and IP practitioners to follow. It will become a Declaration at the end of 2014.
- IP Information Center is started and will become a strong Center for the Public in future.
- More proactive in IP capacity building for D/IPR officials, public awareness and enforcement by conducting more seminars, publishing text books for universities, lexicon, and related IP books.

- Declaration No. 045 MOC/SM 2011 relating to Legal Agent/Attorney was issued on February 09, 2011 and start to implement its training course for the 1st batch (64 hours) of legal agent/attorney from 12 November 2012 , and now 2nd batch (70 hours) stating from February 10, 2014 9
- E-filing was introduced in January 2014.

II- Role & Duties of the D/IPR

- By Sub-Decree No. 91 dated August 01, 2007, Department of Intellectual Property Rights (D/IPR) of the Ministry of Commerce is under the supervision and led directly by the General Directorate of Domestic Trade and has the following role and duties:
  - Secretariat of the committee governing Intellectual Property of Cambodia;

- Coordinate with concerned ministries in drafting and implementing the law on Intellectual Property in accordance with the commitment of Cambodia during its accession to the World Trade Organization;
- Coordinate with concerned ministries in receiving and using technical assistance with regard to Intellectual Property sector from the international organizations and other countries;
- To be a focal point to facilitate the bilateral or multilateral cooperation on Intellectual Property with international organizations;

- Coordinate with other institution to disseminate the laws and regulations and Intellectual Property awareness to the public, education institutions and enforcement bodies;
- In charge of drafting laws and regulations related to Intellectual Property as following:
  - Law Concerning Marks, Trade Names and Acts of Unfair Competition
  - Law on Geographical Indication
  - Law on Trade Secret and Undisclosed Information

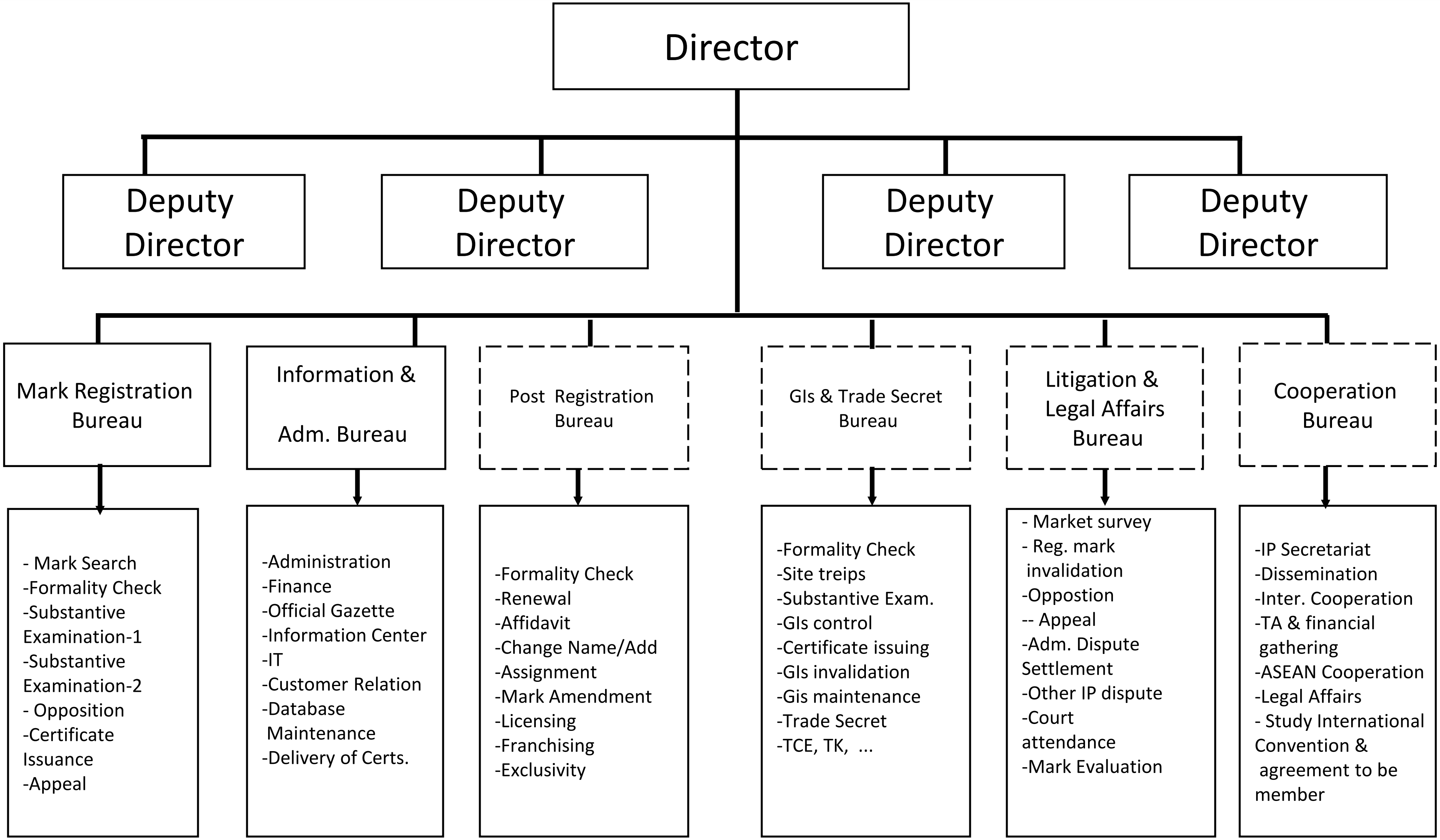
- Law on Licensing contract and Franchising
- Laws and regulations on Intellectual Property under the supervision of the Ministry of Commerce;

- Register marks, GIs, Collective Marks, Certification Marks as well as record license contract and franchising;
- Issue Exclusive Rights Recognition Letter of registered marks, at the request of mark owner or applicant;

- ❖Coordinate with Municipality - Provincial Commercial Brands in receiving application for marks, GIs, collective marks, certification marks, and settle its disputes;
- ❖Settle disputes related to IPR under the supervision of the Ministry of Commerce;
- ❖Coordinate with competent authorities and courts to desist the IPR infringement;
- ❖Design and manage homepage for dissemination of laws and regulations, as well as store registered marks;

- Participate in conducting study research on International IP Agreements or Conventions in order to examine the benefits prior to the accession of Cambodia into the Agreement and Conventions;
- Promote Intellectual Property trade and evaluate the IP assets under the supervision of the Ministry of Commerce;
- Implement other duties assigned by ministry's leaders.

III- Organization Chart



IV- Time Frame for a Mark Registration (Compared to Some Countries)

No.	Country	Time spent
1.	Cambodia	4 to 6 Months
2.	ASEAN	6 to 12 -
3.	Japan	8 to 12 -
4.	U.S.A	10 to 18 -

E- Application/Registrations of IP Rights

1- Mark Registration:

YEAR	APPLICATION			REGISTRATION		
	Total	Local	Foreign	Total	Local	Foreign
2011	4,144	721	3,423	3,600	657	2,943
2012	**5,140**	906	4,234	**3,490**	705	2,785
2013	**5,984**	885	5,099	**5,138**	748	4,390

NB: - Increase in application number, but decrease in registration number because of lack of Examiners.

- Increase in number of registration compared to 2012 because of capacity building of Examiners, official reinforcement, and reduction of getting approval steps within the D/IPR.

2- Cancellation of Mark

APPLICATION			RESULT					Carried Over
Total	2012	2013	Total	Cancelled	Amended	Self Cancellation	Refuse	
61	36	25	18	10	02	05	01	46

3- Litigation of Mark Infringement

CASES RECEIVED			RESULT			Carried Over
Total	2012	2013	Total	Adm. Means	Rejected	
33	14	19	24	19	05	09

4- Collective Marks:

- As mention in National IP Strategy, to promote Cambodia's best quality of goods, we are under preparation of collective mark registration for:

  1- Phka Rumduol Rice (its logo will be developed by Rice Export Association).

  2- Longan (Pailin), and

  3- Red Rice (Svay Rieng).

5-Certification Mark:

- A certification mark is a sign certifying that the goods or services in respect of which it is used are of particular origin, material, mode of manufacture, quality, accuracy, performance, or other characteristic.
- A certification mark is owned by association/person, but cannot trade in the goods or services concerned.
- To identify Cambodia products, especially handicrafts made my Cambodian;
- To certify quality of agricultural products of Cambodia such as organic rice (especially for export), and to successfully compete with rice of other countries, an certification mark system must be established.

- After such system was created, certification mark registration can be done, and all organic rice can be certified by Association/person owned the certification mark registration based on production criteria set by the Association/person. Tough control by the Association must be conducted.

6- Patents and Utility Models Registrations:

YEAR	APPLICATION	REGISTRATION
2011	42	0
2012	56	0
2013	82	0

6- Industrial Design Registration:

YEAR	APPLICATION			REGISTRATION		
2011	43			35		
2012	47			47		
2013	Total	New App.	Renewal	Total	New Reg.	Renewal
	125	**88**	37	**98**	**71**	27

8- Copyright Registration:

YEAR	APPLICATION	REGISTRATION
2011	54	54
2012	21	21
2013	44	44

9- Permit of Copyright without heir

YEAR	APPLICATION	PERMITED (SONG)
2011	181 songs	181 songs
2012	158 songs	158 songs
2013	29 App	343 songs

10- Works Publication:

YEAR	APPLICATION	PERMITTED
2013	08	08

11- Imported Works:

YEAR	APPLICATION	PERMITTED
2013	01	01

F- 2012-2013 Implementation of 2012-2015 Action Plan

- Basing on the result of the two years of implementation of the Action Plan (2010-2011), we have developed Second 4 years of Action Plan – 2012-2015.
- The Action Plan-2012-2015 was included Work Program of WTO- 1st TPR, and the remaining of Actions of Proposed 39 Activities (Action Plan 2010-2011), Cambodia commitments with WTO and ASEAN, and actual activities needed to comply with the TRIPS.

➢There are IV main pillars included in the Action Plan (2012-2015) as the followings:

No.	Purposes of each pillars	No. of Activities	Result in 2012-2013
1-	Prepare laws, Sub-Decrees, Regulations, and International IP Membership.	11 Activities	04 Activity
2-	Promote Capacity Building of IP Offices.	26 Activities	15 Activities
3-	Develop regulation, procedures, guidelines.. for enforcement of IPR.	07 Activities	04 Activities
4-	IP Public awareness and information.	08 Activities	05 Activities
	TOTAL	**52 Activities**	**28/26Activities**

Details of Action Plan 2012- 2015

1- Prepare Laws and Sub-Decrees & IP Membership:

No.	Activities	IA/Sources
1	**Activity 1.1:** Translation into English of the Law on **Seeds management and New Plant Breeder Rights of Cambodia** and publication.	MIME AGRI
2	**Activity 1.2:** Seminar on **UPOV Convention** compared to New Plant Breeding Rights Law of Cambodia to **find out non-compliance with UPOV Convention** to be amended if needed.(followed by WTO-1st TPR)	MIME AGRI
3	**Activity 1.3:** Review and monitoring of the remaining steps required for **TRIPS compliance** and actions for implementing TRIPS by July 2013. It relates to Activity 4.3, No. 46. (followed by WTO-1st TPR)	NCIPR (WIPO support Study Visit Geneva)

NB: - Green color : Finished

- Yellow color : Partly finished

4	**<u>Activity 1.4</u>**: Draft Law on Layout Designs of Integrated Circuits. (followed by WTO-1st TPR)	MIME
5	**<u>Activity 1.5</u>:** Workshop on "Madrid Protocol " to review and monitoring of the remaining steps required for membership of the Protocol. (followed by the ASEAN Economic Community Blue Print)	MoC Partly finished, to be continued in March and May/WIPO
6	**<u>Activity 1.6</u>:** Examine requirements and consequences ("costs/benefits") of possible accession by Cambodia to the **Hague Agreement** including trainings and steps to be taken	MIME
7	**<u>Activity 1.7</u>:** Examine requirements and consequences ("costs/benefits") of possible accession by Cambodia to the Patent Cooperation Treaty **(PCT)** including trainings and steps to be taken	MIME
8	**<u>Activity 1.8</u>:** Examine requirements and consequences ("costs/benefits") of possible accession by Cambodia to the International Convention for the Protection on New Plant Varieties (**UPOV Convention**) including Trainings and steps to be taken.	MIME/ MAFF

9	**Activity 1.9**: Examine requirements and consequences ("costs/benefits") of possible accession by Cambodia **to Bern Convention** including Trainings and steps to be taken.	MCFA
10	**Activity 1.10:** Setting up **Collective Mark** for "Cambodia Rice" (followed by Export Rice Policy of RGC) -Regulation/procedure for registration -Training (on job at other office) -Assist stakeholder to set up Association including workshop -Dissemination program -Field visit for officials	MoC Implementation in 2012 for Branding of longan, and red rice (Korea). To be continued in 2013 for preparation regulation
11	**Activity 1.11:** Draft Law on Traditional knowledge **(TK),** genetic resources **(GRs)** and traditional cultural expressions **(TCEs,** or "expressions of folklore") [Way to protect Angkor Wat from Replica].	NCIPR MoC

2- Promote Capacity Building of IP Offices:

12.	**Activity: 2.1:** Develop and publish IP Training Materials and Curricula. (followed by WTO-1st TPR)	MoC Done/will be published in 2013/TDSP
13.	**Activity 2.2**: Translate and publish key IP texts into Khmer. (followed by WTO-1st TPR)	MoC Done TDSP
14.	**Activity 2.3:** Capacity building for official of D/IPR on "Substantive Examination of Marks"	MoC Done
15.	Modernization of Department of Intellectual Property Rights for the purpose of internet access to D/IPR trademark data: -Cleaned-up (accurate and updated) databases and digitization of trademark documents; -Roadmap for enhancement of existing IT systems of IP Dept is prepared. → Necessary IT equipment needed.	MoC Activities is being prepared TDSP/WIPO/ Japan To be finished in 2013
16.	**Activity 2.4:** Training for TM Attorney/Agent	MoC Done

17.	**Activity 2.5:** IT equipments (hardware) for Supporting the implementation of IPAS Java	MoC TDSP/WIPO
18.	**Activity 2.6:** Draft Declaration on Setting up Rules and Rankings for Mark Examiners	MoC Drafted/WIPO Support
19.	**Activity 2.7:** Training on Mark Manual by the author	MoC Done/ WIPO
20.	**Activity 2.8**: Create an Adhoc Committee for Collective Management Organization.	MCFA Drafted
21.	**Activity 2.9**: WIPO Consultant Mission for Setting up Process for Granting Patents. (followed by WTO-1st TPR)	MIME
22.	**Activity 2.10**: Workshop on the Implementation of Process for Granting Patents. (followed by WTO-1st TPR)	MIME
23.	**Activity 2.11**: Reinforce Training on Nice and Vienna Classifications and Validate databases for IPAS Java.	MoC 2013 (WIPO support Oversea Training)
24.	**Activity 2.12:** Organize "National Policy Forum on IP". (followed by LDC Ministerial Declaration adopted on the occasion of the UN LDC IV)	MoC Done (WIPO Support)

25	**<u>Activity 2.13</u>**: To review current **Appeal Procedures** and Practices related to marks; propose revised practices as necessary and support the MoC in the drafting of a Declaration on "Function and Procedures for Appeal Board" of the Ministry of Commerce".	MoC Partly finished
26	**<u>Activity 2.14</u>** Support a study tour abroad to observe the substantive examination and opposition procedures for marks and patents to Intellectual Property Office of Singapore (IPOS).	MoC/MIME Done for Mark only
27	**<u>Activity 2.15</u>**: Support a study tour abroad to observe the process of registration and deposit of copyrights works and Copyrights Administration System.(followed by WTO-1st TPR)	MCFA
28	**<u>Activity 2.16</u>**: Equipment for supporting PVP registration (computers, printers,....)	MIME
229	**<u>Activity 2.17</u>:** Translation and publication of **Madrid Protocol** and Related Documents.	MoC Done (WIPO Support)
30	**<u>Activity 2.18</u>:** Support training on **"Management of IP Information Center".** (support Activity 4-7, No. 48)	MoC Done (WIPO Support)

31	**Activity 2.19:** Prepare **Intellectual Property Policy and Innovation Strategies.** (followed by LDC Ministerial Declaration adopted on the occasion of the UN LDC IV)	MoC Done (WIPO Support)
32	**Activity 2.20**: Workshop on "Brussels Satellite Convention", and draft Law on Encrypted Satellite Signal Protection. (followed by WTO-1st TPR)	Min. Communication
33	**Activity 2.21:** Undertake **training by trained trainers** for IP Offices new staff and in the provinces, in selected targets (universities, Chamber of Commerce.etc) in the provinces, and in other relevant venues.	MoC Partly done
34	**Activity 2.22:** Support a study tour abroad to observe the **appeal process** for mark	MoC
35	**Activity 2.23:** Support a **study tour/training abroad** to observe the implementation of Marks and Patents *Administration Systems* to IP Australia	MoC MIME
36	**Activity 2.24**: Review current practices on **substantive examination and opposition procedures** for Trademarks and Patents, and revise practices as necessary.	MoC Done for TM MIME
37	**Activity 2.25**: To provide IP scholarships (Postgraduate level) for selected teacher/trainer (public servants only) on IP.	Partly done

3- Develop Regulation, Procedures, Guidelines.. for Enforcement of IPR:

38	**<u>Activity: 3.1: </u>** Adopt draft Sub-Decree on the Establishment of Sub-National Committees on Enforcement, and Education and Awareness of IP. **(followed by WTO-1st TPR). NCIPR**	Sent to CoM in November, 2012
39	**<u>Activity 3.2</u>**: Draft a Sub-Decree on Enforcement of IP- Rules of each agencies involved in enforcement. (followed by WTO-1st TPR).	NCIPR Finalize the draft in 2013
40	**<u>Activity 3.3</u>**: Support studies, and if possible, registrations of 3rd and 4th GIs products, namely, **"SILK PHNOM SROC"** and **"THMOH KAUL RICE"**	MoC

41	**<u>Activity 3.4</u>:** Workshop on IP enforcement: Introducing the updated enforcement system in the world, and Sub-Decree on Enforcement of IP to develop awareness of the public, SMEs, IP officials, academia, legal agents, trade associations, and law enforcement agencies, including judges and the prosecutor.	NCIPR (workshop in Sunday Hotel)
42	**<u>Activity 3.5:</u>** Draft a Sub-Decree on "Border Enforcement" for IPR	NCIPR
43	**<u>Activity 3.6:</u>** Draft a Sub-Decree on "Control of Production, Import, and Export of Optical Discs (CD, VCD, and DVD)	MCFA Declaration issued
44	**<u>Activity 3.7:</u>** Organize an annual workshop on the application targeted risk management with the participation of right-holders **to provide tools to identify fake from genuine products** relating to marks	MoC Done by Tilleke (11-10-12)

4- IP Public Awareness and Information:

45	**Activity: 4.1**: Organize a follow-up seminar on "Innovation and Creativity for Development of SMEs"	MoC/WIPO March 2013
46	**Activity 4.2**: Workshop on "Branding of Products". (followed by LDC Ministerial Declaration adopted on the occasion of the UN LDC IV)	MoC Done by Korea
47	**Activity 4.3:** Training on TRIPS Agreement, Paris Convention compared to Cambodian IP laws (followed by WTO-1st TPR). Related to Activity 1.3, No. 3	NCIPR
48	**Activity 4.4**: Training on Berne Convention, Geneva Phonogram compared to Copyright Law of Cambodia, and the Preparation of Cambodia to be Member of the Bern Convention **(followed by WTO-1st TPR).**	MCFA

49	**<u>Activity 4.5</u>**: Support the creation and maintenance of **a one door access website Khmer/English** for the dissemination of IP relevant information (www.cambodiaip.gov.kh)	MOC TDSP/WIPO/ECAP
50	**<u>Activity 4.6</u>**: To support the design and dissemination (publication and TV spot) of IP communication material	NCIPR (WIPO support IP for SME)
51	**<u>Activity 4.7:</u>** Establish a joint **"IP information, IP Consulting Desk, and Technology and Innovation Support"** in Phnom Penh, but also other relevant locations to foster IP applications, and awareness of IP "IP Information Center" (beginning at MoC).(followed by LDC Ministerial Declaration adopted on the occasion of the UN LDC IV)	MoC Done WIPO TDSP
52	**<u>Activity 4.8</u>**: Organize workshops on **IP Valuation and Commercialization** in Phnom Penh, Siam Reap and another location in Cooperation with the Cambodia Chamber of Commerce	NCIPR

Challenges and Needs

- Limited IP awareness of enforcement bodies, and the public
- No Bureau responsible for Secretariat of NCIPR
- No Bureau responsible for IP Training and Awareness
- Lack of some laws and regulations relating to IP Enforcement
- Lack of information sharing and coordination, especially among enforcement agencies of IP
- Budget constraint
- Lack of human resources, especially capable officials
- Limitation of Capacity in receiving of TA and cooperation of some Agencies

Thank You For Your Attention!

Forbes

2017 RANKING

12 Stocks to Buy Now

Log in | Sign up | Connect

The World's Most Valuable Brands

The List

The World's Most Valuable Brands

Spreadsheet Reprints Logo Licensing

Filter list by: Rank Company All industries

Search by brand name

	Rank	Brand	Brand Value	1-Yr Value Change	Brand Revenue	Company Advertising	Industry
	#1	Apple	$170 B	10%	$214.2 B	$1.8 B	Technology
	#2	Google	$101.8 B	23%	$80.5 B	$3.9 B	Technology
	#3	Microsoft	$87 B	16%	$85.3 B	$1.6 B	Technology
	#4	Facebook	$73.5 B	40%	$25.6 B	$310 M	Technology
	#5	Coca-Cola	$56.4 B	-4%	$23 B	$4 B	Beverages
	#6	Amazon	$54.1 B	54%	$133 B	$5 B	Technology
	#7	Disney	$43.9 B	11%	$30.7 B	$2.9 B	Leisure

Forbes 2017 RANKING

	#8	Toyota	$41.1 B	-2%	$168.8 B	$4.3 B	Automotive
	#9	McDonald's	$40.3 B	3%	$85 B	$646 M	Restaurants
	#10	Samsung	$38.2 B	6%	$166.7 B	$3.7 B	Technology

Inside Forbes

A Troll Is Helping To Pick Your Next Government

Internet troll Charles "Chuck" Johnson is helping to pick members of the incoming administration.

Russian Billionaires Got $29B Since Trump's Win

Trump Admin Hasn't Asked Palantir To Build Registry

Inside The 10 Most Stressful Jobs In 2017

Real-Time Billionaires

Forbes

2017 RANKING

2017 Forbes Agreen Summit

Small Gaints

Company Info

Advertise

Forbes Press Room

Forbes Careers

Contact Us

Sitemap

Send Us Feedback

Share a News Tip with Forbes

& Technology at Ashford University

Forbes Thailand

Forbes Vietnam

Newsletters

Forbes Investor

Forbes Billionaire's Portfolio

Forbes Real Estate Investor

Special Situation Survey

Forbes Dividend Investor

Forbes Premium Income Report

Investing Newsletters

© 2017 Forbes Media LLC. All Rights Reserved.

Terms and Conditions | Privacy Statement | Market Data by Morningstar | AdChoices

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ
KINGDOM OF CAMBODIA
Nation - Religion - King

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
Ministry of Commerce
លេខ ១៥៨៥ ព.ណ.ក.ស.ម

ភ្នំពេញ, ថ្ងៃទី ១៥ ខែ សីហា ឆ្នាំ ២០០៥

List of Operating IP Agent/Attorney in Cambodia

(As of August, 2005)

No.	Agent/Attorney's Name
1	**DERSENILIPSE DORAN & LEE** 45 Preah Sumarit Blvd., Phnom Penh, Cambodia Fax: (855-23) 428 277 E-mail: dfdl-pp@bigpond.com.kh
2	**LPN Intellectual Property Agency** 178, Trasak Pha Em St., Chamcar Mon Dist., Phnom Penh, Cambodia Fax: (855-23) 363 140 E-mail: lpna@forum.org.kh
3	**KIMLY IP SERVICE** 207 Eo, Vithei Ang Duong, Sangkat Wat Phnom, Khan Daun Penh, Phnom Penh, Cambodia Fax: (855-23) 214 671 E-mail: poevkimly@online.com.kh kimlyip@online.com.kh
4	**PINTHANA IP & CONSULTING SERVICES** 29, Mao Tse Tung Blvd., Sangkat Boeung Keng Kang I Khan Chamcarmon, Phnom Penh, Cambodia Fax: (855-23) 217 438 E-mail: pinthana@online.com.kh

No.	Agent/Attorney's Names
5	**LEAP CAMBODIA TRADEMARK ASSOCIATES** 3E1, Neayok Suk (136) st., Phsar Thmei 3, Daun Penh Phnom Penh, Cambodia Fax: (855-23) 363 066
6	**DOM PENN & ASSOCIATES - IP Consulting Services** No. 18, Boeung Keng Korng I, Chamkarmorn, Phnom Penh, Cambodia Tel: (855) 12 597/12 816 663 Fax: (855) 217 079
7	**Sarin & associates** Attorneys and Legal Consultants 45, Street 355, Boeung Kak I Tuol Kork, Phnom Penh, Cambodia Te: (855) 12 828 007 Fax: (855-23) 882 943 Email: Sarin-associates@ camnet.com.kh
8	**Yin Kim San & Associates** Advocates & Solicitors IP Professional No. 4c Street 610 Khan Tuol Kok, Phnom Penh, Cambodia P.O. Box 2276 Cell: 855 23 12 843 860 Fax/Phone: 855 23 883 542 Email: info@yks-cambodia.com

APPROVED BY:
Secretary of State

Sok Siphana

Phnom Penh, August 11, 2005

Director

Var Roth San

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
MINISTRY OF COMMERCE

លេខ ០០២

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ
KINGDOM OF CAMBODIA
Nation-Religion-King

វិញ្ញាបនបត្រទទួលស្គាល់ជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក

RECOGNITION CERTIFICATE OF LEGAL MARK AGENT

បញ្ជាក់ថា ឈ្មោះ : តា ប៊ុនធូ (TA BUNTHOU) ភេទ ប្រុស កើតថ្ងៃទី ០៧-០៣-១៩៨៧

ត្រូវបានទទួលស្គាល់ជា : ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក ឆ្នាំ ២០១៦

ស្របតាមប្រការ ៤ នៃប្រកាសលេខ ០៤៥ MOC/SM២០១១ ស្តីពី ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

លេខអត្តសញ្ញាណភ្នាក់ងារ : ០២៥/២៥/១៣

ឈ្មោះភ្នាក់ងារតំណាង : KIMLY IP SERVICE

គីមលី អាយភី សើវីស
Kimly IP Service

រាជធានីភ្នំពេញ ថ្ងៃទី ០៧ ខែ កញ្ញា ឆ្នាំ ២០១៥
Phnom Penh, September 2015

ជ.រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
អគ្គនាយករងទទួលបន្ទុកផ្សព្វផ្សាយរដ្ឋបាល

អ៊ុក ប្រជា

* វិញ្ញាបនបត្រនេះមានសុពលភាពចាប់ថ្ងៃចុះហត្ថលេខាដល់ថ្ងៃទី ៣១ ខែ ធ្នូ ឆ្នាំ ២០១៦។
THIS CERTIFICATE IS VALID FROM THE SIGNATURE DATE TO 31 DECEMBER 2016.
* វិញ្ញាបនបត្រនេះត្រូវប្តូរជាថ្មីក្នុងរយៈពេល ៣០ ថ្ងៃ មុនថ្ងៃផុតសុពលភាព។
IT SHALL BE RENEWED WITHIN 30 DAYS BEFORE THE EXPIRE DATE.

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

MINISTRY OF COMMERCE

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

KINGDOM OF CAMBODIA

Nation-Religion-King

វិញ្ញាបនបត្របញ្ជាក់ជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក

Certificate of Legal Mark Attorney

បញ្ជាក់ថា ឈ្មោះ តា ប៊ុនធូ ភេទ ប្រុស កើតថ្ងៃទី ០៧-០៣-១៩៨៧ បានបញ្ចប់ដោយជោគជ័យ វគ្គបណ្តុះបណ្តាល **ត្រៀមប្រឡងដើម្បីក្លាយជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក** រយៈពេល ៦៤ ម៉ោង ចាប់ពីថ្ងៃទី ១២ ខែ វិច្ឆិកា ដល់ថ្ងៃទី ១៧ ខែ ធ្នូ ឆ្នាំ២០១២ នៅក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងបាន**ប្រឡងជាប់ជាស្ថាពរ** និង អាចក្លាយជាភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក ស្របតាមប្រការ ៤ នៃប្រកាសលេខ ០៤៥ MOC/SM២០១១ ស្តីពី ភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់នៃម្ចាស់ម៉ាក នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ។

This is to certify that: Mr. TA BUNTHOU born on 07-03-1987 has successfully completed 64 hours training course on Legal Mark Attorney at the Ministry of Commerce, from November 12th, to December 17th, 2012, and has passed the Exam. He is able to be **"Legal Mark Attorney"** under the Rule 4 of the Declaration No. 045 MOC/SM 2011 on the "Legal Mark Attorney of the Kingdom of Cambodia".

លេខ ៦៧៥ ៦៧៥/១៣

រាជធានីភ្នំពេញ, ថ្ងៃទី ២៣ ខែ មេសា ឆ្នាំ ២០១៣

Phnom Penh, April 23, 2013

ជ.រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

រដ្ឋលេខាធិការ

ម៉ៅ_ថុរ៉ា