សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច

Royal University of Law and Economics

សារណាបញ្ចប់ការសិក្សា

ការក្លែងបន្លំម៉ាក និងយន្តការការពារម៉ាក នៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា

ស្រាវជ្រាវពីថ្ងៃទី ១៨ ខែ មីនា ឆ្នាំ ២០១៩ ដល់ថ្ងៃទី ១៦ ខែ ឧសភា ឆ្នាំ ២០១៩

តាក់តែងឡើងដោយ

និស្សិតឈ្មោះ ក.**អ៊ាង ឡូចលីម** សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ

ក.**ល័ក្ខ ចិន្តា** **លោក ឃឹម គីរី**

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ **នីតិសាស្ត្រ** ឆ្នាំចូលសិក្សា ២០១៥

ជំនាន់ទី ១៩ ឆ្នាំសរសេរសារណា ២០១៩

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

នាងខ្ញុំឈ្មោះ **អ៊ាង ឌួចលីម** និងកញ្ញា **ល័ក្ខ ចិន្តា** ជានិស្សិតថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រនីតិសាស្ត្រ ឆ្នាំទី៤ ជំនាន់ទី១៩ នៃសាកលវិទ្យាល័យ **ភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច។**

សូមធ្វើការថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅចំពោះ ៖

នាងខ្ញុំ អ៊ាង ឌួចលីម សូមធ្វើការគោរពកិច្ចសំដែងនូវកត្តញ្ញូតាធម៌ចំពោះ

លោកឪពុក **គឹម អ៊ាង** និងអ្នកម្តាយ **ហុង លាងម៉េង** ដែលបានផ្តល់កំណើតដល់រូបកូន ចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សាកូន ផ្តល់ដំបូន្មានបៀនប្រដៅ ផ្គត់ផ្គង់ថវិការ និងគាំទ្រកូនជានិច្ច ធ្វើឲ្យកូនមានទឹកចិត្តខិតខំរៀនសូត្ររហូតបានសព្វថ្ងៃ។ រាល់ដំបូន្មានល្អៗ និងការខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់លោកទាំងពីរគឺបានដិតជាប់នូវក្នុងមនោគិតរបស់រូបកូនជានិច្ច។

នាងខ្ញុំ ល័ក្ខ ចិន្តា សូមធ្វើការគោរពកិច្ចសំដែងនូវកត្តញ្ញូតាធម៌ចំពោះ

លោកឪពុក **សៅ ឈាងលី** និងអ្នកម្តាយ **ម៉ៃ ទូច** ដែលបានផ្តល់កំណើតដល់រូបកូន ចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សាកូន ផ្តល់ដំបូន្មានបៀនប្រដៅ ផ្គត់ផ្គង់ថវិការ និងគាំទ្រកូនជានិច្ច ធ្វើឲ្យកូនមានទឹកចិត្តខិតខំរៀនសូត្ររហូតបានសព្វថ្ងៃ។ រាល់ដំបូន្មានល្អៗ និងការខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់លោកទាំងពីរគឺបានដិតជាប់នូវក្នុងមនោគិតរបស់រូបកូនជានិច្ច។

យើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់សូមថ្លែងអំណរគុណដល់ **ឯកឧត្តមបណ្ឌិតសាកលវិទ្យាធិការ ថ្នាក់ដឹកនាំ លោក លោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យនៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច** ទាំងអស់ ដែលបានដឹកនាំ និងរៀបចំកម្មវិធីសិក្សាយ៉ាងល្អៗចំពោះការផ្តល់ចំណេះដឹងដល់យើងខ្ញុំក៏ដូចជាដល់និស្សិតទាំងអស់ ដែលបានសិក្សានៅសាលកវិទ្យាល័យនេះទាំងមូល។ ជាពិសេសចំពោះលោកសាស្ត្រាចារ្យ **ឃឹម គីរី** ដែលជាសាស្ត្រាចារ្យណែនាំ និងកែសម្រួលនូវរចនាបទនៃប្រធានបទមួយនេះឲ្យកាន់តែមានអត្ថន័យ និងខ្លឹមសារល្អឡើង។

ជាចុងបញ្ចប់ យើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់សូមគោរពជូនពរដល់អ្នកមានគុណទាំងអស់ សូមជួបតែសំណាងល្អ និងពុទ្ធពរទាំងបួនប្រការ គឺ អាយុ វណ្ណៈ សុខៈ ពលៈ កុំបីឃ្លៀងឃ្លាតឡើយតរៀងទៅ។

អារម្ភកថា

ជាដំបូងនាងទាំងពីរនាក់ សូមគោរពនិងស្វាគមន៍ចំពោះ លោក-លោកស្រី សាស្ត្រាចារ្យ សិស្ស និស្សិត និងបញ្ញាវ័ន្តទាំងអស់ ដែលបានផ្តល់កិត្តិយសក្នុងការអានសៀវភៅរបស់យើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់ ដែលសរសេររៀបរាប់អំពី " **ការក្លែងបន្លំម៉ាក និងយន្តការការពារម៉ាកនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា** "។ យើងទាំងពីរនាក់ពិតជាមានក្តីសោមនស្សរីករាយយ៉ាងក្រៃលែង ចំពោះ ការផ្តល់ឱកាសពីសំណាក់សាកលវិទ្យាល័យ ក្នុងការអនុញ្ញាតអោយខ្ញុំទាំងពីរ ធ្វើការបញ្ចេញសមត្ថភាព តាមរយៈការសរសេរសារណាស្រាវជ្រាវមួយនេះ ដើម្បីបញ្ចប់នូវថ្នាក់បរិញ្ញាបត្ររបស់ខ្លួន។

ឆ្លងកាត់រយៈពេលជិតបួនឆ្នាំនៃការសិក្សាកន្លងមកនេះ យើងខ្ញុំជឿជាក់ថា សមត្ថភាពរបស់ពួកយើងខ្ញុំនៅមានកំរិតនៅឡើយ ដូច្នេះនៅក្នុងការសរសេរ សារណាស្រាវជ្រាវមួយនេះប្រាកដជាមាននូវកំហុសឆ្គង និង ចន្លោះប្រហោងជាក់ជាមិនខាន។ ហេតុដូចនេះហើយ យើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់សូមធ្វើការខន្តីអភ័យទោសទុកជាមុនពីសំណាក់ លោក-លោកស្រី សាស្ត្រាចារ្យ សិស្ស និស្សិត និងបញ្ញាវ័ន្តទាំងអស់ ពីព្រោះថារាល់កំហុសឆ្គងទាំងអស់នេះ សុទ្ធតែកើតចេញពីកំហុសអចេតនារបស់ពួកយើងខ្ញុំតែប៉ុណ្ណោះ។

យើងខ្ញុំជឿជាក់ថា មិត្តអ្នកអានទាំងអស់ប្រាកដមានការមន្ទិលនៅក្នុងចិត្តថា ហេតុអ្វីបានជាយើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់ជ្រើសរើសយកនូវប្រធានបទមួយនេះមកសរសេរជាសារណានេះឡើង? ចម្លើយនោះគឺ ដោយសារយើងខ្ញុំពីរយល់ឃើញថា **ការក្លែងបន្លំម៉ាក និងយន្តការការពារម៉ាកនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា** ជាប្រធានបទមួយដែលមានលក្ខណៈថ្មីស្រឡាង និងមិនទាន់សូវមានអ្នកយល់ដឹងអំពីបញ្ហានេះច្រើនប៉ុន្មានទេ។ ដូច្នេះហើយយើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់ចង់អោយសៀវភៅមួយនេះក្លាយជាមូលដ្ឋានដល់អ្នកសិក្សា និងអ្នកដែលមានបំណងចង់យល់ដឹងច្បាស់អំពី **ការក្លែងបន្លំម៉ាក និងយន្តការការពារម៉ាកនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។**

មាតិកា

ទំព័រ

សេចក្តីផ្តើម……………………………………………………………………………………………១

ជំពូកទី១
និដ្ឋភាពទូទៅនៃម៉ាក

ផ្នែកទី១ សញ្ញាណនៃម៉ាក………………………………………………………………………..៣

១. និយមន័យនៃម៉ាក...៣

២. លក្ខណៈសម្គាល់នៃម៉ាក...៣

៣. ប្រភេទនៃម៉ាក ៣

ផ្នែកទី២ ការចុះបញ្ជីនៃម៉ាក………………………………………………………………………..៦

២.១. ការចុះបញ្ជីនៃម៉ាក ៦

២.២. ម៉ាកដែលមិនអាចចុះបញ្ជីបាន...៧

២.៣. ម៉ាកដែលអាចចុះបញ្ជីបាន ៨

ជំពូកទី២
នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក

ផ្នែកទី១ ការចុះបញ្ជីម៉ាក…………………………………………………………………………...១៣

១.១. ការដាក់ឈ្មោះម៉ាក..១៣

១.២. គោលការណ៍នៃការដាក់ឈ្មោះម៉ាក...១៣

១.៣. គោលបំណងនៃការដាក់ឈ្មោះម៉ាក ១៣

២. ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក..១៤

២.១. គំរូពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ១៤

២.២. គំរូម៉ាក.. ១៥

២.៣. កម្រៃនៃការចុះបញ្ជី... ១៥

ផ្នែកទី២ ដំណើរការដំបូង និងការត្រួតពិនិត្យបែបបទ..១៦

២.១. ដំណើរការដំបូង ១៦
២.២. ការត្រួតពិនិត្យបែបបទ ១៦
២.៣. ការជំនះលើការបដិសេធ ១៧
២.៤. របាយការណ៍របស់មន្ត្រីត្រួតពិនិត្យ ១៧
២.៥. កាលបរិច្ឆេទឆ្លើយតប ១៨
២.៦. ការឆ្លើយតបទៅលើរបាយការណ៍របស់មន្ត្រីត្រួតពិនិត្យ ១៨
២.៧. ការពុះពារជំនះនៅលើការបដិសេធរបស់មន្ត្រីត្រួតពិនិត្យ ១៩
២.៨. ការកែតម្រូវពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកដោយអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ ២០
២.៩. ការកែតម្រូវមុនពេលចុះបញ្ជី ២០
៣. ការប្តឹងទាស់ ២១
៣.១ មូលដ្ឋាននៃការប្តឹងទាស់ ២១
៣.២. ភស្តុតាងគាំទ្រ ២២
៣.៣. សារណាការពារ ២២
៣.៤. សវនាការ ២២
៣.៥. ការកំណត់ពេលវេលាប្តឹងទាស់ ២២
៣.៦. ការបោះពុម្ពផ្សាយនិងការចេញវិញ្ញាបនបត្រ ២៣

ជំពូកទី៣

ការក្លែងបន្លំម៉ាក

ផ្នែកទី១ ការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាក ២៤
១.១. ការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាកធម្មតា ២៤
១.២. ការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាកពាណិជ្ជនាម ២៥
១.៣. ការក្លែងបន្លំទៅលើពាណិជ្ជសញ្ញា ២៥
១.៤. ការក្លែងបន្លំទៅលើសេវាសញ្ញា ២៥
១.៥. ការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាកសម្គាល់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ ២៥
១.៦. ការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាកល្បីដែលចុះបញ្ជី ២៦
១.៧. ការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាកល្បីដែលមិនទាន់បានចុះបញ្ជី ២៦
ផ្នែកទី២ ការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ទៅលើម៉ាក ២៦
២.១. ការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២៦

២.២. ទម្រង់នៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២៧
២.៣. ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មដោយមធ្យោបាយបំភ័ន្តណាមួយ ២៧
២.៤. ការបោកបញ្ឆោតនាំអោយមានការយល់ខុស ២៨
២.៥. ការបង្ខូចកិត្តិយសដៃគូប្រកួតប្រជែង ២៨
២.៦. ទម្រង់ផ្សេងៗទៀតនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ២៩
២.៧. ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលធ្វើអោយប៉ះពាល់ដល់ដៃគូរពាណិជ្ជកម្ម ២៩
២.៨. ការធ្វើអោយរាំងស្ទះដល់ដំណើរការទីផ្សារ ២៩

ជំពូកទី៤

យន្តការការពារការក្លែងបន្លំម៉ាក

ផ្នែកទី១ វិធានការបឋម ៣០
១.១. លិខិតជូនដំណឹងទៅអ្នករំលោភបំពាន ៣០
១.២. ជូនដំណឹងជាសាធារណៈ ៣០
២. ដំណោះស្រាយផ្នែករដ្ឋបាល ៣០
៣. វិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន ៣១
៣.១. ការដាក់ពាក្យប្តឹង ៣១
៣.២. គយ ៣១
៣.៣. នគរបាលសេដ្ឋកិច្ច និង ស្ថាប័នកាំកុងត្រូ ៣២
៣.៤. ការសហការរបស់តុលាការ និងនគរបាលដើម្បីបិទរោងចក្រ ៣៣
ផ្នែកទី២ វិធានការតាមផ្លូវតុលាការ ៣៣
២.១. វិធានការបណ្តោះអាសន្ន ៣៣
២.២. ការឃាត់ទុក ៣៤
២.៣. ការរឹបអូស ៣៤
៣. វិធានការបណ្តឹង ៣៤
៣.១. បណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណីនៅតុលាការ ៣៤
៣.២. បណ្តឹងព្រហ្មទណ្ឌនៅតុលាការ ៣៥
៤. យន្តការដែលដាក់ចេញពីរាជរដ្ឋាភិបាល ៣៦

៥. យន្តការដែលដាក់ចេញពីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និង ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ ៣៨
៥.១. ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ៣៨
៥.២. ការិយាល័យប្រឆាំងបទល្មើសកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ៣៩
សេចក្តីសន្និដ្ឋាន
ឯកសារយោង
តារាងឧបសម្ព័ន្ធ

សេចក្តីផ្តើម

នៅក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ននេះ ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាកំពុងតែ មានការរីកចម្រើនគួរឲ្យកត់សំគាល់លើវិស័យពាណិជ្ជកម្មក្នុង និងក្រៅប្រទេស។ ដើម្បីបំពេញតាមតំរូវប្រើប្រាស់របស់ប្រជាជននៅក្នុងស្រុក និងក្រៅស្រុក រដ្ឋាភិបាលបានខិតខំបង្កើតទំនាក់ទំនងលើវិស័យពាណិជ្ជកម្មជាមួយបណ្តាលប្រទេសជាច្រើនលើសកលលោកក្នុងគោលបំណងនាំចេញ និងនាំចូលនៅផលិតផលជាច្រើនដែលមានគុណភាពល្អ និងមានតម្លៃសមរម្យ សម្រាប់ផ្គត់ផ្គង់លើការប្រើប្រាស់ប្រចាំថ្ងៃរបស់ប្រជាជន។ ក្នុងនោះយើងឃើញថា វិស័យឧស្សាហកម្មមានភាពមមារញឹកគួរអោយកត់សម្គាល់។ ដោយសារ វិស័យឧស្សាហកម្មមានភាពជឿនលឿនខ្លាំង និងមានការប្រកួតប្រជែងគ្នាខ្លាំង ជាហេតុនាំអោយមានការក្លែងបន្លំ និងលួចចម្លងគ្នាទៅវិញទៅមក នាំអោយមានផលិតផលក្លែងក្លាយជាច្រើននៅលើទីផ្សារ បណ្តាលអោយក្រុមហ៊ុន ឬ សហគ្រាសមួយចំនួនធំ បានបង្កើតនូវសេវាផ្សេងៗ ដើម្បីជៀសវាងការភ័ន្តច្រឡំលើផលិតផល និងដើម្បីបំពេញតម្រូវការរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ រួមទាំងអតិថិជនរបស់ខ្លួនទាំងចាស់ និងថ្មី មានការងាយស្រួលក្នុងការសំគាល់នូវទំនិញ ឬ សេវារបស់ខ្លួនម្ចាស់ទំនិញ ឬ សេវានោះបានបង្កើតសញ្ញាសំគាល់លើផលិតផលរបស់ខ្លួន ហើយសញ្ញាសំគាល់នោះយើងអោយឈ្មោះថា *"ម៉ាក"*។ ម៉ាក់ត្រូវបានគេប្រើសម្រាប់សំគាល់នូវទំនិញ ឬ សេវា របស់សហគ្រាស ឬ ក្រុមហ៊ុន។ ទោះបីជាម៉ាកអាចបង្កើតឡើង ឬ ច្នៃប្រឌិតឡើងដោយម្ចាស់ម៉ាកក៏ដោយ ប៉ុន្តែការបង្កើត ឬ ការច្នៃប្រឌិតនោះ មិនត្រូវបានអនុញ្ញាតអោយធ្វើឡើងតាមតែអំពើចិត្តនោះទេ។ ដោយឡែកបច្ចុប្បន្ននេះទីផ្សារពាណិជ្ជកម្ម គឺជាទីផ្សារសេរី និងមានការប្រកួតប្រជែងខ្លាំង។ សកម្មភាពទាំងនេះ ធ្វើអោយជនមួយចំនួនឆ្លៀតឱកាសធ្វើពាណិជ្ជកម្ម មិនស្របច្បាប់បានយ៉ាងងាយ នេះជាហេតុនាំអោយមានការក្លែងបន្លំម៉ាក។

ដោយមានការបារម្មណ៍លើការដាក់ឈ្មោះម៉ាកតាមទំនើងចិត្ត និងដើម្បើទប់ស្កាត់ការក្លែងបន្លំម៉ាក ទើបរដ្ឋាភិបាលបានបង្កើតអោយមានស្ថាប័នមួយដែលមាន តួនាទីទទួលបន្ទុកលើការចុះបញ្ជីម៉ាកនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ដែលស្ថាប័ននោះមានឈ្មោះថា **នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា** ហើយ ស្ថាប័ននេះមានទីស្នាក់ការនៅក្នុងក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និងស្ថិតនៅក្រោមការគ្រប់គ្រងពីក្រសួង ពាណិជ្ជកម្មផងដែរ។ នៅពេលម៉ាកមួយបានចុះបញ្ជីរួចរាល់ហើយនោះ ម៉ាកនោះនិងទទួលបានការការពារដោយស្របច្បាប់ និងមិនមានការក្លែងបន្លំ ហើយម្ចាស់ម៉ាក និងទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើនពីការចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ខ្លួន។

សម្រាប់ការស្រាវជ្រាវមួយនេះផងដែរ គឺផ្តោតយ៉ាងសំខាន់ទៅលើ ៣ជំពូក ធំៗ ដែលទាក់ទងទៅលើម៉ាក ក្នុងនោះរួមមាន៖ **ជំពូកទី១ ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃម៉ាក, ជំពូកទី២ នីតិវិធីនៃការចុះ**

បញ្ជីម៉ាកនៅកម្ពុជា, ជំពូកទី៣ ការក្លែងបន្លំម៉ាកនៅកម្ពុជា និង ជំពូកទី៤ យន្តការការពារការក្លែងបន្លំម៉ាកនៅកម្ពុជា។

សម្រាប់ប្លង់ដែលបានរៀបរាប់ខាងលើនេះ នៅត្រង់ជំពូកទី១ ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃម៉ាក នៅត្រង់ចំនុចសញ្ញាណទូទៅនៃម៉ាក គឺយើងខ្ញុំសូមធ្វើការបកស្រាយតែចំពោះម៉ាកធម្មតា ពាណិជ្ជនាម (ពាណិជ្ជសញ្ញា និងសេវាសញ្ញា) និង ម៉ាកសំគាល់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ។ សម្រាប់នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកនៅកម្ពុជាវិញ គឺយើងខ្ញុំសូមធ្វើការបកស្រាយចំពោះតែ នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកទូទៅស្របតាម ច្បាប់ស្តីអំពី ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់តែប៉ុណ្ណោះ។

ជំពូកទី១
ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃម៉ាក

ផ្នែកទី១ សញ្ញាណនៃម៉ាក

១. និយមន័យនៃម៉ាក

ម៉ាកគឺជា សញ្ញាដែលអាចមើលឃើញ ហើយអាចសម្គាល់លក្ខណៈខុស នៃទំនិញ ឬ សេវា នៃសហគ្រាសនីមួយៗ។ ម៉ាកដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់សម្គាល់នូវទំនិញគេហៅថាពាណិជ្ជសញ្ញា ហើយម៉ាកដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់សេវា ហៅថាសេវាសញ្ញា។[1]

២. លក្ខណៈសម្គាល់នៃម៉ាក

ម៉ាកជាសញ្ញាមួយដែលត្រូវបានគេយកមកប្រើប្រាស់ ដើម្បីញែកដាច់នូវទំនិញ ឬ សេវានៃសហគ្រាសនីមួយៗរបស់ពាណិជ្ជករ ឬ សហគ្រាសនីមួយៗ។ ម៉ាកពុំមែនជាសញ្ញាមួយដែលពាណិជ្ជករដទៃទៀតអាចប្រើប្រាស់បានដោយសេរី ឬ មានចេតនាទុច្ចរិត ដើម្បីជំរុញផ្សព្វផ្សាយ ឬ ពិពណ៌នាទំនិញ ឬ សេវារបស់ខ្លួនបានឡើយ។

៣. ប្រភេទនៃម៉ាក

ម៉ាកត្រូវបានបែងចែកជា ៣ប្រភេទ ៖ ម៉ាកធម្មតា ពាណិជ្ជនាម (សេវាសញ្ញា និងពាណិជ្ជសញ្ញា) និង ម៉ាកសម្គាល់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ។

- **ម៉ាកធម្មតា**

ម៉ាកដែលមានទម្រង់ជាពាក្យ	ម៉ាក SAMSUNG SAMSUNG
ម៉ាកដែលមានទម្រង់ជាអក្សរ	ម៉ាក PTT ptt
ម៉ាកដែលមានទម្រង់ជាលេខ	ម៉ាក555

[1] មាត្រា២ (ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ម៉ាកដែលមានទម្រង់ជារូបសញ្ញា	ម៉ាកTOTAL
ម៉ាកដែលមានទម្រង់រួមគ្នាជាពាក្យ និងលេខ	ម៉ាក 7 up
ម៉ាកដែលមានទម្រង់រួមគ្នាជាអក្សរ និងរូបសញ្ញា	ម៉ាកCELLCARD
ម៉ាកដែលមានទម្រង់ជាឈ្មោះ	ម៉ាក HONDA
ម៉ាកដែលមានទម្រង់ជាហត្ថលេខា	ម៉ាកជាហត្ថលេខា

- **ម៉ាកជម្មតា** មាន ៣ប្រភេទ
- **ពាណិជ្ជនាម**

ពាណិជ្ជនាមគឺជាឈ្មោះ ឬ សញ្ញាសម្គាល់ សម្រាប់បញ្ជាក់ និងសម្គាល់លក្ខណៈខុសៗគ្នានៃសហគ្រាសនីមួយៗ។[2] នាម ឬសញ្ញាសម្គាល់ មិនអាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ជាពាណិជ្ជនាមឡើយ ប្រសិនបើសារជាតិ ឬការប្រើប្រាស់នាម ឬសញ្ញាសម្គាល់ដែលបានកំណត់នោះ ប៉ះពាល់ដល់សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ ឬសីលធម៌ និងជាពិសេស អាចបំភ័ន្តដល់មជ្ឈដ្ឋានពាណិជ្ជកម្ម ឬសាធារណៈជន អំពីប្រភេទនៃសហគ្រាសដែលបានកំណត់ដោយនាមនោះ។[3]

[2] មាត្រា២ (គ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[3] មាត្រា២០ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

➢ **ពាណិជ្ជសញ្ញា**

ពាណិជ្ជសញ្ញា គឺជាសញ្ញាដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់សម្គាល់ទំនិញនៃសហគ្រាសណាមួយ ដែលអាចឲ្យគេស្គាល់ថា ម៉ាកនេះជាម៉ាកនៃទំនិញអ្វី ហើយទោះបីជាទំនិញនោះជាប្រភេទទំនិញ ដែលចេញពីរោងចក្រ សហគ្រាស កើតចេញពីការដាំដុះ ឬកើតចេញពីមធ្យាបាយផ្សេងទៀត។[4]

ម៉ាកកាហ្វេ	ម៉ាកកូកាកូឡា
សំគាល់ទំនិញ កាហ្វេ	សំគាល់ទំនិញ ភេសជ្ជៈ

➢ **សេវាសញ្ញា**

សេវាសញ្ញា គឺជាសញ្ញាដែលប្រើសម្រាប់សម្គាល់ទំនិញ ដែលជាសេវានៃសហគ្រាសណាមួយ ដែលសញ្ញានៃសេវានោះបង្ហាញអោយគេស្គាល់វាបានថា ជាសញ្ញាសម្រាប់បម្រើសេវាសហគ្រាស ឬក្រុមហ៊ុន។[5]

- **ម៉ាកសម្គាល់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ**

ម៉ាកសម្គាល់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ គឺសំដៅដល់ឈ្មោះ សញ្ញាសម្គាល់ និងឬ រូបភាព ផ្សេងៗទៀតដែលមានលក្ខណៈ ញែកដាច់ ដែលជាឈ្មោះ ឬតំណាងអោយប្រភេទដើមនៃតំបន់ភូមិសាស្ត្រមួយហើយឈ្មោះសញ្ញាសម្គាល់ និងឬ រូបភាពទាំងនោះគឺសម្រាប់កំណត់ពីអត្តសញ្ញាណនៃទំនិញ

[4] មាត្រា២ (ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[5] ដូច៤

មានប្រភពក្នុងភូមិសាស្ត្រនោះ ដែលបានផ្តល់ជាមូលដ្ឋានគ្រឹះដល់គុណភាព កិត្តិស័ព្ទ ឬ ចរិតលក្ខណៈ ផ្សេងទៀតនៃទំនិញដែលកើតចេញពីតំបន់ភូមិសាស្ត្រនោះ។[6] ម៉ាកសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រជាប្រភេទមួយនៃម៉ាកសមូហភាពដែលត្រូវបានគ្រប់គ្រងដោយសមាគមន៍ម៉ាកសមូហភាព ដែលត្រូវបានកំណត់ដោយច្បាប់ដោយឡែក។[7]

ម៉ាក ម្រេចកំពត

ផ្នែកទី២ ការចុះបញ្ជីនៃម៉ាក

ម៉ាកមួយអាចទទួលបាននូវការចុះបញ្ជីបាន លុះត្រាម៉ាកនោះ បានបំពេញតាមលក្ខខណ្ឌនៃច្បាប់ និងគោរពតាមគោលការណ៍ណែនាំរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីជាមុនសិន។ ការដែលបុគ្គលម្នាក់ចង់យកទៅចុះបញ្ជីដើម្បីទទួលបាននូវភាពជាម្ចាស់ម៉ាក គឺមិនមែនជាការងាយស្រួលឡើយ ពោលវាត្រូវឆ្លងកាត់នូវដំណើរការនីតិវិធីជាច្រើន ដូចជាត្រូវឆ្លងកាត់ដំណើរការបឋមក្នុងការត្រួតពិនិត្យ និងការពិនិត្យបែបបទ ដើម្បីទទួលបាននូវកាលបរិច្ឆេទនៃការដាក់ពាក្យសុំ និងលេខដាក់ពាក្យសុំ ឆ្លងកាត់ការជំនះលើការបដិសេធ ប្រសិនបើពាក្យសុំ មិនបានបំពេញគ្រប់តម្រូវការនៃលក្ខខណ្ឌច្បាប់ជាដើម។

២.១. ការចុះបញ្ជីនៃម៉ាក

សិទ្ធផ្តាច់មុខក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាក ត្រូវបានទទួលស្គាល់តាមរយៈការចុះបញ្ជី ដោយអនុលោមតាមបទបញ្ញត្តិនៃច្បាប់នេះ។[8] មានន័យថា ម្ចាស់ម៉ាក ត្រូវបំពេញតាមលក្ខខណ្ឌក្នុងការស្នើសុំបញ្ជីម៉ាកដែលបានកំណត់ដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។ ជាមួយគ្នាផងដែរ នីតិវិធីក្នុងការចុះ

[6] មាត្រា៤ នៃច្បាប់ស្តីពី ម៉ាកសំគាល់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ ឆ្នាំ២០១៤

[7] ច្បាប់ស្តីពី ម៉ាកទីតាំងភូមិសាស្ត្រ ឆ្នាំ២០១៤

[8] មាត្រា៣ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

បញ្ជីម៉ាកត្រូវតែអនុលោមតាមច្បាប់ស្តីពីម៉ាកពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ក៏ដូចជាអនុក្រឹត្យស្តីអំពី ការអនុវត្តច្បាប់ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។

២.២. ម៉ាកដែលមិនអាចចុះបញ្ជីបាន

ក. ម៉ាកដែលមិនអាចសម្គាល់លក្ខណៈខុសគ្នានៃទំនិញឬសេវា របស់សហគ្រាសមួយទៅនឹងសហគ្រាសមួយផ្សេងទៀត។[9]

ខ. ម៉ាកដែលបណ្តាលឱ្យប៉ះពាល់ដល់សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ សីលធម៌ ឬប្រពៃណីល្អរបស់ជាតិ។[10]

គ. ម៉ាកដែលនាំឱ្យសាធារណជនឬមជ្ឈដ្ឋានពាណិជ្ជកម្មភាន់ច្រឡំទៅនឹងប្រភពភូមិសាស្ត្រទំនិញឬសេវាពាក់ព័ន្ធ ឬធាតុដើមឬលក្ខណៈខាងក្រៅរបស់ទំនិញឬសេវានោះ។[11]

ឃ. ម៉ាកដែលដូចគ្នានឹង/ឬត្រាប់តាម ឬមានចំណុចណាមួយដូច សញ្ញាជាតិ ទង់ជាតិ និងនិមិត្តរូបផ្សេងៗ ឈ្មោះឬឈ្មោះសង្ខេប ឬអក្សរកាត់ ឬ សញ្ញា ឬ ត្រាជាផ្លូវការ ដែលអនុម័ត ដោយរដ្ឋណាមួយ អង្គការអន្តររដ្ឋាភិបាល ឬ អង្គការដែលបង្កើតដោយអនុសញ្ញាអន្តរជាតិមួយ លើកលែងតែមានការអនុញ្ញាតពីអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច នៃរដ្ឋនោះឬអង្គការនោះ។[12]

ង. ម៉ាកដែលដូចគ្នាឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នា ដែលនាំឱ្យច្រឡំនឹងម៉ាកឬពាណិជ្ជនាមមួយដែលល្បីក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ឬបង្កើតពីការបកប្រែនៃម៉ាកឬ ពាណិជ្ជនាមដែលល្បីនោះសម្រាប់ទំនិញ ឬ សេវាដូចគ្នាឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នានៃសហគ្រាសមួយទៀត។[13]

ច. ម៉ាកដែលដូចគ្នាឬប្រហាក់ប្រហែលដែលនាំឱ្យច្រឡំនឹងម៉ាក ឬពាណិជ្ជនាមមួយដែលល្បី ឬបង្កើតពីការបកប្រែនៃម៉ាក ឬពាណិជ្ជនាមដែលល្បីនោះ ហើយដែលបានចុះបញ្ជីនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា សម្រាប់ទំនិញ ឬសេវាដែលមិនដូចគ្នា ឬមិនប្រហាក់ប្រហែលគ្នា ដោយការប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះ ធ្វើឱ្យខូចខាតប្រយោជន៍របស់ម្ចាស់ម៉ាកល្បី។[14]

---

[9] មាត្រា៤ (ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[10] មាត្រា៤ (ខ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[11] មាត្រា៤ (គ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[12] មាត្រា៤ (ឃ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[13] មាត្រា៤ (ង) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[14] មាត្រា៤ (ច) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ឆ. ម៉ាកដែលដូច ឬស្ទើរតែដូចគ្នាទាំងស្រុងទៅនឹងម៉ាកដែលជាកម្មសិទ្ធិរបស់ម្ចាស់ផ្សេង ដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយ ឬបានដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីមុន ឬបានទទួលអាទិភាពចុះបញ្ជីមុន នៅឯបរទេស ចំពោះទំនិញ ឬសេវាដូចគ្នា ឬ ទំនិញ ឬសេវាដែលពាក់ព័ន្ធគ្នាយ៉ាងជិតស្និទ។[15]

២.៣. ម៉ាកដែលអាចចុះបញ្ជីបាន

២.៣.១. ម៉ាកដែលអាចចែកដាច់ពីគ្នាបាន

ម៉ាកមួយមិនអាចចុះបញ្ជីអោយមានសុពលភាពបានទេ ប្រសិនបើម៉ាកនោះមិនអាចញែកដាច់ពីគ្នារវាងទំនិញ ឬសេវានៃសហគ្រាសមួយទៅនឹងទំនិញ ឬសេវានៃសហគ្រាសមួយទៀត។ ប្រសិនបើម៉ាកមួយ មិនអាចញែកដាច់ពីគ្នាបាននោះវាមិនអាចមានមុខងារពាណិជ្ជសញ្ញាបានទេ។ ម៉ាកមួយអាចញែកដាច់ពីគ្នាបានចំពោះទំនិញ ឬសេវាតាមរបៀបពីរយ៉ាង៖

- ប្រសិនបើម៉ាកនោះ អាចញែកដាច់ពីគ្នាដោយខ្លួនឯងបានដោយផ្សារភ្ជាប់ទៅនឹងលក្ខណៈញែកដាច់ពីគ្នាតាំងពីដំបូង។
- ប្រសិនបើម៉ាកនោះ បានក្លាយជាម៉ាកដែលអាចញែកដាច់ពីគ្នាបានដោយសារតែការប្រើប្រាស់

ម៉ាក់ខ្លះអាចញែកដាច់ពីគ្នាបានដោយខ្លួនឯងបាន (ដូច្នេះបានន័យថា ម៉ាកនោះអាចញែកដាច់ពីគ្នាដោយខ្លួនឯងតែម្តង) នៅពេលដែលម៉ាកដ៏ទៃទៀតចាំបាច់ត្រូវតែប្រើប្រាស់ក្នុងទីផ្សារទើបអាចក្លាយជាម៉ាកដែលអាចញែកដាច់ពីគ្នាបាន។ ក្នុងការសម្រេចថា តើម៉ាកមួយអាចញែកដាច់ពីគ្នាដោយខ្លួនឯងបាន(ដោយភ្ជាប់ទៅនឹងលក្ខណៈញែកដាច់ពីគ្នាតាំងពីដំបូង) សំនួរដែលត្រូវចោទសួរគឺថា តើម៉ាកនោះជាសញ្ញាដែលពាណិជ្ជកររដទៃទៀតត្រូវការប្រើប្រាស់ នៅក្នុងដំណើរការពាណិជ្ជកម្មធម្មតារបស់ ខ្លួនដោយពុំមានគោលបំណងមិនសមស្របណាមួយ។ ប្រសិនបើចម្លើយចំពោះសំនួរនេះ គឺជាចម្លើយអវិជ្ជមានម៉ាកនោះអាចញែកដាច់ពីគ្នាដោយខ្លួនឯង បានដោយសារតែម៉ាកនោះ គឺជាម៉ាកដែលផ្សារភ្ជាប់ទៅនឹងលក្ខណៈញែកដាច់ពីគ្នាតាំងពីដំបូង។ ប្រសិនបើចម្លើយចំពោះសំនួរជាចម្លើយវិជ្ជមានវិញម៉ាកនោះមិនអាចញែកដាច់ដោយខ្លួនឯងបានទេ។ ទោះជាយ៉ាងនេះក្តីម៉ាកនោះអាចញែកដាច់ពីគ្នាបានតាមរយៈការប្រើប្រាស់។

២.៣.២ ម៉ាកដែលមិនផ្ទុយនឹងសណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈឬសីលធម៌

ម៉ាកដែលមិនបណ្តាលអោយប៉ះពាល់ដល់សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈសីលធម៌ និង ប្រពៃណីល្អរបស់ជាតិចំនុចនេះវាមិនសំដៅទៅលើបញ្ហាសេដ្ឋកិច្ចនោះទេ ប៉ុន្តែវាជាការពារ និងទប់ស្កាត់នូវការចុះ បញ្ជីម៉ាកដែលនាំអោយប៉ះពាល់ដល់សាសនា ជាតិសាសន៍ ភេទ ជំនឿ សុជីវធម៌ ដែលរួម

[15] មាត្រា៤ (ឆ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

បញ្ចូលទាំងពាក្យ ឬ រូបភាពអាសអាភាស ការបង្ហាញអត្តន័យអាក្រក់ ការប្រកាន់ពូជសាសន៍ការបង្ហាញក្នុងន័យនយោបាយជាដើម។ ដូច្នេះប្រសិនបើពាក្យស្នើសុំបានបង្ហាញអោយឃើញនូវភាពប៉ះពាល់សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ សីលធម៌ និង ប្រពៃណីល្អ នោះពាក្យស្នើសុំនោះនឹងត្រូវបដិសេធមិនអោយធ្វើការចុះបញ្ជីម៉ាកជាដាច់ខាត។

វិធានការណ៍មួយចំនួនដែលត្រូវបានយកចិត្តទុកដាក់ ដើម្បីឆ្លើយតប ទៅនឹងបញ្ហាទាំងនេះមានដូចជា៖

- ម៉ាកនោះត្រូវធ្វើការវិនិច្ឆ័យ ថាតើវាបានបង្កផលប៉ះពាល់ដល់អ្នកណាខ្លះ?
- ចំនុចដែលសំខាន់បំផុត គឺវាមិនធ្វើអោយប៉ះពាល់ដល់សណ្តាប់ធ្នាប់សាធារណៈ
- ចំនុចគោលដែលនឹងត្រូវយកមកវិច្ឆ័យក្នុងការបដិសេធមិនចុះបញ្ជីក្នុងលក្ខខណ្ឌនេះគឺត្រូវគិតអំពីប្រតិកម្មរបស់សាធារណៈជនពេលដែលបានឃើញម៉ាកនោះ។

២.៣.៣. ម៉ាកដែលនាំអោយសាធារណៈជនភ័ន្តច្រឡំ ជាពិសេសម៉ាកពាក់ព័ន្ធនិងប្រភពដើមទំនិញដែលមានលក្ខណៈសំគាល់ភូមិសាស្ត្រ

ជាទូទៅការចុះម៉ាកសមូហភាព ត្រូវមានភ្ជាប់នូវលក្ខខណ្ឌពិសេសប្លែកពីពាណិជ្ជសញ្ញា ឬសេវាសញ្ញា គឺនៅពេលដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី វាត្រូវបញ្ជាក់ថាជាម៉ាកសមូហភាពនៅក្នុងពាក្យស្នើសុំ និង ត្រូវភ្ជាប់មកជាមួយនូវបទបញ្ជាជារួមស្តីពីការគ្រប់គ្រង ការប្រើប្រាស់ម៉ាកសមូហភាពនោះមួយច្បាប់ ដើម្បីអោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ដឹងថា ជាម៉ាកសមូហភាពហើយមានការអនុញ្ញាតពីអាជ្ញាធរពាក់ព័ន្ធ។ គោលបំណងរបស់អ្នកទិញម្នាក់ គឺនៅពេលធ្វើការទិញតែងរំពឹងថាទំនិញ ឬសេវាដែលខ្លួនបម្រុងទិញនោះ នឹងមានលក្ខណៈពណ៌នា ឬជាការចង្អុលបង្ហាញប្រភពដើមទីតាំងភូមិសាស្ត្រមួយ គឺជាសញ្ញាក្លែងបន្លំប្រសិនបើប្រើចំពោះផលិតផលដែលមិនមែនមានប្រភពមកពីតំបន់ដែលបានចង្អុលបង្ហាញ ឬដែលបានពណ៌នានោះទេ។ ក្នុងករណីនេះអតិថិជនម្នាក់អាចនឹងត្រូវបានល្បួងអោយជឿជាក់ថាផលិតផលនោះមានប្រភពតំបន់ជាក់លាក់ណាមួយ។

ក. ការល្បួងអោយសាធារណៈជនភ័ន្តច្រឡំ

នៅក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាក ដែលអាចល្បួងអោយសាធារណៈជនភ័ន្តច្រឡំដោយសារប្រការដូចតទៅ៖

- លក្ខណៈសម្បត្តិរបស់ទំនិញឬ សេវារួមទាំងសមាសធាតុ សារធាតុ ឬគ្រឿងបង្គុំរបស់វា
- គុណភាព ឬ បរិមាណរបស់ទំនិញឬសេវា
- ប្រភពដើមភូមិសាស្ត្ររបស់ទំនិញសេវា
- បំណងប្រើប្រាស់ ឬ គោលបំណងរបស់ទំនិញឬសេវា

- ការទទួលស្គាល់ ឬ អាជ្ញាប័ណ្ណរបស់ផលិត ឬ សេវាមួយដោយបុគ្គលណាម្នាក់ ឬ ដោយអង្គការមួយ។[16]

ខ. កត្តាផ្សេងៗដែលត្រូវយកមកពិចារណា

កត្តាដូចតទៅនេះត្រូវបានលើកយកពិចារណាក្នុងការវាយតម្លៃថា តើម៉ាកមួយអាចនឹងល្បួងបញ្ឆោតសាធារណៈជនបាន៖

- សារជាតិរបស់ទំនិញ
- សារជាតិរបស់បុគ្គលដែលទិញទំនិញ
- សារជាតិនៃការធ្វើអាជីវកម្មទំនិញ

➢ សារជាតិរបស់ទំនិញ

តើទំនិញបានរៀបរយហើយស្រេចអាចអោយគេត្រួតពិនិត្យបានឬទេ? ប្រសិនបើបាននោះឪកាសដែលអាចនឹងត្រូវបានគេល្បួងបញ្ឆោតនោះគឺតិចបំផុត។ តើទំនិញទាំងនោះជាទំនិញថោកបំផុតឬទេ?តើទំនិញទាំងនោះត្រូវបានគេពិនិត្យជាធម្មតាឬទេ? តើទំនិញទាំងនោះជាប្រភេទទំនិញថ្លៃឬទេ? ដោយផ្អែកលើសារជាតិរបស់ទំនិញ ឬ សេវាគេសង្កេតឃើញថា ឱកាសដែលអាចបានត្រូវគេល្បួងបញ្ឆោតនោះ គឺតិច ឬ ច្រើនទៅតាមសារជាតិទាំងនោះ។

➢ សារជាតិរបស់បុគ្គលដែលទិញទំនិញ

តើអ្នកទិញ គឺជាមនុស្សដែលបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាល ពិសេសណាមួយឬជាមនុស្សធម្មតា? ដោយផ្អែកលើចំណេះដឹងអំពីផលិតរបស់បុគ្គលដែលជាអ្នកទិញនោះឱកាសអាចនឹងត្រូវបានគេល្បួងបញ្ឆោតគឺប្រែប្រួលទៅតាមប្រការនេះដែរ។

➢ សារជាតិនៃការធ្វើអាជីវកម្មទំនិញ

របៀបធ្វើអាជីវកម្មខ្លះផ្តល់នូវឪកាសតិចតួចក្នុងការពិនិត្យទំនិញ។ អាជីវកម្មទាំងនោះរួមមានការបញ្ជាទិញតាមប្រៃសណីយ៍ ការបញ្ជាទិញតាមទូរស័ព្ទ ឬការទិញទំនិញតាមបញ្ជានៅក្នុងហាង ឬផ្សារទំនើបជាដើម។ ដោយផ្អែកលើសារជាតិនៃរបៀបធ្វើអាជីវកម្មទាំងនោះ លទ្ធភាពនៃការអាចបានត្រូវគេល្បួងបញ្ឆោតគឺប្រែប្រួលទៅតាមនោះដែរ។

២.៣.៤. ម៉ាកដែលមិនមានរូបភាពទង់ជាតិនិងសញ្ញាជាតិ

ទង់ជាតិ និង សញ្ញាជាតិជាកម្មសិទ្ធរបស់រដ្ឋ។ ការប្រើប្រាស់ទង់ជាតិ និង សញ្ញានេះដោយបុគ្គល និង អង្គការឯកជន គឺកម្រនឹងត្រូវទទួលបានការអនុញ្ញាតណាស់ព្រោះប្រការនេះផ្ទុយនឹងអត្តន័យជាសារវ័ន្តរបស់វាហើយអាចបង្កើតបាននូវភាពបន្លោកទៀតផង។ ការផ្សារភ្ជាប់ ទង់ជាតិនិង

[16] មាត្រា៤ (គ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

សញ្ញាជាតិ ទៅនិងការធ្វើជំនួញ អាជីវកម្ម ឬ មុខងារវិជ្ជាជីវៈណាមួយជាធម្មតា នឹងមិនត្រូវបាន អនុញ្ញាតជូនឡើយ។

២.៣.៥. ម៉ាកដែលមិនដូចគ្នា ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នាទៅ នឹងម៉ាកល្បី (ចំពោះ ទំនិញឬសេវាដូចគ្នា)

ម៉ាកដែលមិនអាចត្រូវទទួលចុះបញ្ជីទេ ប្រសិនបើម៉ាកនោះដូច ឬ ប្រហាក់ប្រហែលធ្វើអោយភ័ន្តច្រឡំទៅនឹងម៉ាកមួយ ឬ ពាណិជ្ជនាមមួយដែលល្បីហើយត្រូវយកមកប្រើប្រាស់ចំពោះទំនិញដូចគ្នា ឬ ប្រហាក់ប្រហែលគ្នា។[17] ការកំណត់ថាតើម៉ាកមួយជាម៉ាកល្បីឈ្មោះនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា គឺអាស្រ័យទៅលើលក្ខខណ្ឌដូចតទៅ៖

- កម្រិតនៃការទទួលស្គាល់ ឬការយល់ដឹងអំពីម៉ាកនោះ នៅក្នុងវិស័យពាក់ព័ន្ធនៃស្រទាប់សាធារណៈជនក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
- រយៈពេល ភាពគ្របដណ្តាប់ នឹងទីតាំងភូមិសាស្ត្រនៃការប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះ
- រយៈពេល ភាពគ្របដណ្តប់ នឹងទីតាំងភូមិសាស្ត្រនៃការផ្សព្វផ្សាយម៉ាកនោះ
- រយៈពេលនៃការចុះបញ្ជី នឹង ឬការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកនោះនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
- កំណត់ត្រានៃការការពារប្រកបដោយភាពជោគជ័យនៃសិទ្ធិក្នុងការប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះ
- តម្លៃដែលផ្សារភ្ជាប់ទៅនឹងម៉ាកនោះ។

២.៣.៦. ម៉ាកដែលមិនដូចគ្នា ឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នាទៅនិងម៉ាកល្បីដែលបានចុះបញ្ជីរួចដោយមានការដាក់ពាក្យមុន ឬ មានកាលបរិច្ឆេទអាទិភាព

ម៉ាកមួយមិនអាចត្រូវបានចុះបញ្ជីប្រកបដោយសុពលភាពបានទេ ប្រសិនបើ៖

- ម៉ាកនោះដូចគ្នា ឬ ជិតដូចគ្នា ទៅនិងម៉ាកណាមួយដែលបានចុះបញ្ជីរួចនៅក្នុងបញ្ជីម៉ាក
- ម៉ាកនោះជាកម្មសិទ្ធិរួចទៅហើយរបស់ម្ចាស់ម៉ាកដទៃ
- ម៉ាកនោះត្រូវចុះបញ្ជីសម្រាប់ប្រើប្រាស់លើទំនិញ ឬសេវាដូចគ្នានិងទំនិញ ឬសេវារបស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច។[18]

ជាទូទៅក្នុងការសម្រេចថា តើម៉ាកពីរដូចគ្នា ឬទេ គេត្រូវ៖

- ធ្វើការប្រៀបធៀបម៉ាកទាំងពីរនោះពីជ្រុងមួយទៅជ្រុងមួយ
- គេត្រូវធ្វើការកត់ត្រាភាពដូចគ្នា និងភាពខុសគ្នានោះ

[17] មាត្រា៤ (ង) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[18] មាត្រា៤ (ឆ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

- គេត្រូវធ្វើការកត់សម្គាល់កត្តាសំខាន់នៃភាពស្រដៀងគ្នា ឬខុសគ្នានោះ

គេតែងជួបប្រទះនូវការល្អៀងគ្នាបន្តិចបន្តួចដូចជា ការបន្ថែមបន្ទាត់ ឬ រង្វង់មូលជុំវិញម៉ាក និងមិនធ្វើអោយម៉ាកទាំងពីរនេះខុសគ្នាបានទេ។

ការកំនត់ថា តើម៉ាកមួយប្រហាក់ប្រហែលគ្នាធ្វើអោយភ័ន្តច្រឡំទៅនិងម៉ាកមួយទៀត គឺជាការលំបាកជាងការចង្អុល ថាជាម៉ាកដូចគ្នា មានកត្តាជាច្រើន ដែលត្រូវលើកយកមកពិចារណាក្នុងការសម្រេចភាពដូចគ្នា៖

- ផ្នែកសាធារណៈដែលពាក់ព័ន្ធ
- រូបរាងខាងក្រៅដែលអាចមើលឃើញ
- សម្លេងក៏ដូចជារូបរាងខាងក្រៅ
- ការពញ្ញាក់អារម្មណ៍សុទ្ធសាធ
- អសុក្រឹតភាពនៃការរំលឹកឡើងវិញ
- លក្ខណៈសំខាន់ៗរបស់ម៉ាក
- សារជាតិរបស់ទំនិញ។

ជំពូកទី២

នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក

ផ្នែកទី១ ការចុះបញ្ជីម៉ាក

១.១. ការដាក់ឈ្មោះម៉ាក

ម្ចាស់ម៉ាកគឺជាអ្នកដែលមានសិទ្ធិក្នុងការដាក់ឈ្មោះម៉ាកសម្គាល់ទំនិញ ឬ សេវាណាដែលម្ចាស់ម៉ាកមានបំណងយកទៅចុះបញ្ជី។ ការដាក់ឈ្មោះទៅលើម៉ាកមិនមែនធ្វើឡើងទៅតាមតែចិត្តរបស់ម្ចាស់ចង់ដាក់នោះទេ តែត្រូវធ្វើទៅតាមគោលការណ៍ដែលច្បាប់បានកំណត់ដោយគិតទាំងសម្លេងអាន និងអត្ថន័យ ហើយឈ្មោះរបស់ម៉ាកគឺអាចជាប្រយោជន៍ដល់ម្ចាស់ម៉ាកបើឈ្មោះនោះត្រឹមត្រូវទៅតាមគោលការណ៍ច្បាប់។

១.២. គោលការណ៍នៃការដាក់ឈ្មោះម៉ាក

ចំនុចដែលសំខាន់នោះដែលអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចង់ទទួលបានការការពារ ចាំបាច់ត្រូវតែមាន ឈ្មោះដែលអាចបង្ហាញពីភាពដោយឡែកពីគ្នាចំពោះចំនុចណាដែលមិនបង្ហាញនូវភាពញែកដាច់ពីគ្នា ឬលក្ខណៈខុសគ្នា នៃទំនិញឬសេវា មិនតម្រូវអោយមានការដាក់ឈ្មោះទេ ព្រោះថាវាមិនទទួលបានការការពារឡើយ។

នៅក្នុងការអនុវត្តផ្ទាល់ មន្ត្រីត្រួតពិនិត្យបឋមអាចធ្វើការកាត់បន្ថយនូវចំនុច ដែលមិនបានបង្ហាញពីលក្ខណៈញែកដាច់ច្បាស់លាស់ តាមដែលអាចធ្វើទៅបានក្នុងគោលបំណងដើម្បីផ្តល់ឈ្មោះទៅអោយម៉ាកនោះ ហើយបញ្ហានេះក៏ និងត្រូវបានធ្វើឡើងដោយមន្ត្រីត្រួតពិនិត្យលម្អិតដែរ។[19]

១.៣. គោលបំណងនៃការដាក់ឈ្មោះម៉ាក

គោលបំណងនៃការដាក់ឈ្មោះម៉ាក គឺដើម្បីកំណត់អោយបាននូវ ចំនុចសំខាន់ណាមួយនៃម៉ាកដែលអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចង់ទទួលបាននូវការការពារ ហើយត្រូវធ្វើការសម្រេចចិត្តយ៉ាងត្រឹមត្រូវទៅលើលទ្ធភាពនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកនោះ ដោយជួយសម្រួលដល់ការស្រាវជ្រាវ និង ការត្រួតពិនិត្យលម្អិតនៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួច។[20]

[19] ឯកសារបង្រៀនទាក់ទងនិងការចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ **ឯកឧត្តម វ៉ា រុតសាន** ប្រធាននាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

[20] ដូច១២

២. ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក

ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវធ្វើឡើងតាមគំរូពាក្យស្នើសុំលេខ TM00១ (ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក)។ គំរូពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីអាចស្វែងរកបាននៅ នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ឬ អាចថតចម្លងតាមគេហទំព័ររបស់នាយកដ្ឋាន។[21]

ការចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវមាន៖

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

២.១. គំរូពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក

គំរូ TM00១ (គំរូពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក) ឬ គំរូដែលមានតំលៃសមមូលត្រូវបាន យកមកប្រើប្រាស់សំរាប់ធ្វើការស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក។ ចំពោះការស្នើសុំចុះបញ្ជីនីមួយៗ ត្រូវប្រើពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីដាច់ដោយឡែកពីគ្នា ប៉ុន្តែប្រសិនបើអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំតែម្នាក់ មានបំណងចង់ដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកច្រើន នោះគាត់ត្រូវដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកដាច់ដោយឡែកពីគ្នាចំពោះការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកនីមួយៗ។ នៅក្នុងពាក្យស្នើសុំ តម្រូវអោយអ្នកស្នើសុំត្រូវបំពេញទិន្នន័យអោយបានគ្រប់គ្រាន់តាមទំរង់ដែល មាននៅក្នុងពាក្យស្នើសុំ។

ពាក្យស្នើសុំនេះគឺជាឯកសារស្របច្បាប់មួយ ហេតុនេះប្រសិនបើមានការកែប្រែណាមួយនៅលើពាក្យស្នើសុំ ចាំបាច់ត្រូវតែមានការយល់ព្រម ពីអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកជាមុនសិនរាល់ការកែប្រែលើពាក្យស្នើសុំធ្វើលិខិតជាលាយល័ក្ខអក្សរ មកមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីដើម្បីធ្វើការពិនិត្យ និងសម្រេច។

[21] សូមចូលទៅកាន់គេហទំព័រ www.cambodiaip.gov.kh

២.២. អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក

អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក គឺជាបុគ្គលដែលប្រកាសទាមទារធ្វើម្ចាស់ម៉ាកនោះបុគ្គលនោះចាំបាច់ត្រូវតែ៖

- ប្រើប្រាស់ ឬ មានបំណងប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា
- អនុញ្ញាត ឬ មានបំណងអនុញ្ញាតអោយមានការប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា
- មានបំណងនឹងផ្ទេរកម្មសិទ្ធិម៉ាកនោះទៅអោយសាជីវកម្មណាមួយដែលនឹងប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាករួមមាន រូបវន្តបុគ្គល និង នីតិបុគ្គល។ ប៉ុន្តែអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកលើកលែងតែជនបរទេស ឬ អ្នកស្នើសុំដែលមានទីលំនៅអចិន្ត្រៃយ៍ ឬ ទីតាំងប្រកបអាជីវកម្មសំខាន់ស្ថិតនៅក្រៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ត្រូវតែមានអ្នកតំណាងជាភ្នាក់ងារម៉ាក ដែលមានទីលំនៅ និងកំពុងប្រកបអាជីវកម្មនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។

២.៣. គំរូម៉ាក

ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក ត្រូវភ្ជាប់មកជាមួយនូវគំរូម៉ាកក្រោមរូបភាពជាគំនូសក្រាហ្វិកច្បាស់ និងមិនរលុបដែលមានមិនលើសពី ៨សង់ទីម៉ែត្រ គុណនឹង ៨សង់ទីម៉ែត្រទេ។ ចំពោះគ្រប់ពាក្យស្នើសុំទាំងអស់ត្រូវភ្ជាប់គំរូម៉ាកចំនួន ១៥បន្ថែម ទាំងនេះចាំបាច់ត្រូវដូចគ្នាបេះបិទ។ គំរូម៉ាកដែលភ្ជាប់មកជាមួយត្រូវតែបង្ហាញច្បាស់លាស់នូវគំរូគ្រប់លក្ខណៈលម្អិតរបស់ម៉ាក ហើយអាចត្រូវអោយគេធ្វើការចម្លងបានច្បាស់លាស់ពីភាពត្រឹមត្រូវនៃគំរូនេះទៀតផង។ ប្រសិនបើមានភាពខ្វះខាតមិនទាន់ពេញលក្ខណៈត្រឹមត្រូវ ការិយាល័យចុះបញ្ជីម៉ាកអាចធ្វើការស្នើសុំគំរូម៉ាកនោះបន្ថែមទៀត សូមធ្វើការកត់សម្គាល់ថា ប្រសិនបើការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវធ្វើឡើងចំពោះចំណាត់ថ្នាក់លើសពីមួយថ្នាក់ នោះគេត្រូវដាក់ជូនបន្ថែមគំរូម៉ាកចំនួន ១៥ទៀត សម្រាប់ចំណាត់ថ្នាក់នីមួយៗ។[22]

២.៤. កម្រៃនៃការចុះបញ្ជី

កម្រៃដែលពាក់ព័ន្ធទៅ នឹងការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកត្រូវបានកំណត់នៅក្នុងប្រកាសអន្តរក្រសួងស្តីពីកម្រៃរដ្ឋបាលក្នុងការចុះបញ្ជី និងកម្រៃរដ្ឋបាលពាក់ព័ន្ធនានា។[23]

[22] មាត្រា១១ នៃអនុក្រឹតស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦

[23] ប្រកាសអន្តរក្រសួងស្តីពីកម្រៃរដ្ឋបាលក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាក និងកម្រៃរដ្ឋបាលពាក់ព័ន្ធនានា ឆ្នាំ២០០៧

ផ្នែកទី២ ដំណើរការដំបូង និងការត្រួតពិនិត្យបែបបទ

២.១. ដំណើរការដំបូង

ការដាក់ពាក្យសុំត្រូវតែទទួលបាននូវការបរិច្ឆេទនៃការដាក់ពាក្យសុំ និងលេខដាក់ពាក្យអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំត្រូវតែបំពេញតម្រូវការអប្បបរមានៅពេលដាក់ពាក្យស្នើសុំដូចខាងក្រោម៖

- ឈ្មោះអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ
- អាសយដ្ឋានសម្រាប់ទំនាក់ទំនង
- គំរូម៉ាក
- យថាប្រភេទរបស់ទំនិញ ឬសេវាដែលស្នើសុំចុះបញ្ជីក្នុងជំពូកនីមួយៗ
- កម្រៃនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកដែលតម្រូវសំរាប់ជំពូកនីមួយៗនៃទំនិញឬសេវាដែលបានស្នើសុំចុះបញ្ជី។[24]

២.២. ការត្រួតពិនិត្យបែបបទ

នៅពេលទទួលបានពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក នាយកដ្ឋាននិងពិនិត្យមើលរាល់ឯកសារទាំងអស់ដើម្បីធានាអោយប្រាកដថា អ្នកស្នើសុំបានបំពេញតាមតម្រូវការនៃការដាក់ពាក្យ។

មន្ត្រីដែលទទួលភារកិច្ចពិនិត្យបែបបទត្រូវ ៖

- ពិនិត្យមើលថាតើឯកសារទាំងអស់មានកាលបរិច្ឆេទទទួលពាក្យស្នើសុំរួចហើយឬនៅ
- បញ្ជាក់ថាពាក្យស្នើសុំនេះប្រើសំរាប់ម៉ាកចំនួនមួយតែប៉ុណ្ណោះ
- ពិនិត្យមើលថា តើអ្នកស្នើសុំបានបំពេញតាមតម្រូវការអប្បបរមា នៃការដាក់ពាក្យហើយ ឬនៅ។

ប្រសិនបើអ្នកស្នើសុំ បានបំពេញតាមតម្រូវការអប្បបរមា នៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំសព្វគ្រប់ហើយនាយកដ្ឋានត្រូវ៖

- ផ្តល់កាលបរិច្ឆេទនៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំ ជាកាលបរិច្ឆទនៃការទទួលបាននូវរាល់តម្រូវការអប្បបរមាទាំងអស់
- ផ្តល់នូវលេខដាក់ពាក្យដែលមានយ៉ាងតិចប្រាំខ្ទង់ (៥ខ្ទង់)
- ពិនិត្យមើលថា តើតម្រូវការផ្សេងទៀតដែលបន្ថែមទៅលើតំរូវការអប្បបរមានៃការដាក់ពាក្យត្រូវបានបកប្រែហើយឬនៅ
- ប្រសិនបើអ្នកស្នើសុំទាមទារសិទ្ធិអាទិភាពដោយសំអាងទៅលើពាក្យស្នើសុំមុននៅបរទេសចូលពិនិត្យមើល ថាតើគេបានផ្តល់សេចក្តីលម្អិតទាំងអស់ នៃសិទ្ធិអាទិភាពហើយឬនៅ

[24] មាត្រា១១ នៃអនុក្រឹតស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦

- ពិនិត្យថា តើចំណាត់ថ្នាក់នៃទំនិញ ឬ សេវាស្របតាមតម្រូវការចំណាត់ថ្នាក់ហើយឬនៅ។[25]
  - ❖ បញ្ជីពិនិត្យបែបបទរួមមាន៖
    - ➢ ឈ្មោះនិងអាសយដ្ឋានរបស់អ្នកស្នើសុំដោយបញ្ជាក់នូវលេខទូរស័ព្ទទូរសារ និងសារអេឡិចត្រូនិច (Email)
    - ➢ ពាក្យស្នើសុំមួយសម្រាប់ម៉ាកប៉ុណ្ណោះ
    - ➢ ឈ្មោះ និងអាសយដ្ឋានទំនាក់ទំនងនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ដោយបញ្ជាក់នូវលេខទូរស័ព្ទ ទូរសារ និងសារអេឡិចត្រូនិច (Email)
    - ➢ គំរូម៉ាកចំនួន ១៥ សម្រាប់ជំពូកនីមួយៗ
    - ➢ យថាប្រភេទនៃទំនិញ ឬសេវា
    - ➢ កម្រៃដាក់ពាក្យសំរាប់ជំពូកទំនិញ និងសេវានីមួយៗ
    - ➢ លិខិតប្រគល់សិទ្ធិ ឬ លិខិតប្រគល់សិទ្ធិបន្ត
    - ➢ ការបកប្រែពាក្យជាភាសាបរទេស
    - ➢ សេចក្តីលម្អិតរបស់អនុសញ្ញាអន្តរជាតិដែលពាក់ព័ន្ធ ប្រសិនបើត្រូវយកមកអនុវត្ត។

២.៣. ការជំនះលើការបដិសេធ

រាល់ការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក គឺមិនសុទ្ធតែអាចទទួលបាននូវការចុះបញ្ជីនោះទេគឺអាចមានការបដិសេធពីមន្រ្តីពិនិត្យ ក៏ប៉ុន្តែអ្នកដាក់ពាក្យអាចជំនះនូវការបដិសេធនោះបានប្រសិនបើអ្នកចុះបញ្ជីចង់ទទួលបាន ការចុះបញ្ជីដោយបង្ហាញនូវ អំណះអំណាង នឹងភស្តុតាងនានាជូនដល់មន្រ្តីត្រួតពិនិត្យ។

២.៤. របាយការណ៍របស់មន្ត្រីត្រួតពិនិត្យ

របាយការណ៍របស់មន្រ្តីត្រួតពិនិត្យ គឺត្រូវបានធ្វើនៅពេលដែល ពាក្យស្នើសុំមិនបានបំពេញគ្រប់គ្រាន់តាមតម្រូវការហេតុដូចនេះហើយ គឺមិនត្រូវទទួលបានការចុះបញ្ជីទេ។

របាយការណ៍នេះមិនមែនជាការបដិសេធលើពាក្យស្នើសុំឡើយ ពោលគឺអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំត្រូវបានផ្តល់អោយនូវ រយៈពេល ៤៥ ថ្ងៃ ដើម្បីធ្វើការឆ្លើយតបទៅលើរបាយការណ៍នេះ។

ប្រសិនបើមានចំនុចខ្វះខាតណាមួយ ឬ ពាក្យស្នើសុំនោះមិនបានបំពេញនូវល័ក្ខខណ្ឌគ្រប់គ្រាន់នោះមន្រ្តីត្រួតពិនិត្យនឹងធ្វើរបាយការណ៍បញ្ជាក់ពីភាពមិនសមស្រប។ របាយការណ៍នេះត្រូវ

[25] មាត្រា១៦ នៃអនុក្រឹតស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦

គ្របដណ្តប់នូវរាល់បញ្ហារបស់ពាក្យស្នើសុំដែលរួមបញ្ចូលទាំងបញ្ហាបឋមផ្សេងៗ ដែលអាចត្រូវបានមើលរំលងនៅក្នុងដំណាក់កាលត្រួតពិនិត្យបឋម។

របាយការណ៍ត្រូវតែផ្តល់ហេតុផលគាំទ្រណាមួយសម្រាប់ការបដិសេធ និងមធ្យាបាយជាក់ស្តែង ដើម្បីពុះពារនូវបញ្ហាទាំងនោះ។ ប្រសិនបើអាចមូលដ្ឋាននៃការបដិសេធត្រូវតែមានភស្តុតាងជាឯកសារបញ្ជាក់គាំទ្រ។ ប្រសិនបើមូលដ្ឋាននៃ ការបដិសេធនោះផ្អែកទៅលើ ការស្រាវជ្រាវក្នុងប្រព័ន្ធ អ៊ីនធើណេត សៀវភៅជំនាញណាមួយ ឬ វចនានុក្រមនោះខ្លឹមសាររបស់ពត៌មាននោះគួរផ្តល់អោយ។

នៅពេលដែលធ្វើរបាយការណ៍ដោយផ្អែកលើលក្ខខណ្ឌ ដែលអាចចុះបញ្ជីបានរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីសេចក្តីលម្អិតទាំងអស់នៃម៉ាកដែលល្បីទាំងនោះ ឬ ក៏ឯកសារស្តីពីការចុះបញ្ជីរួចហើយគួរតែត្រូវបានដាក់បញ្ចូលនៅក្នុងរបាយការណ៍នោះ។[26]

២.៥. កាលបរិច្ឆេទឆ្លើយតប

របាយការណ៍នេះត្រូវតែបង្ហាញអំពីរយៈពេលច្បាស់លាស់ ដើម្បីអោយអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំធ្វើការឆ្លើយតប ទៅនឹងរបាយការណ៍របស់មន្ត្រីត្រួតពិនិត្យនេះ។ បន្ទាប់ពីរបាយការណ៍ដំបូងត្រូវបានធ្វើឡើងតាមរយៈពេល ៩៥ថ្ងៃ ត្រូវបានផ្តល់អោយអ្នកដាក់ពាក្យសុំដើម្បីធ្វើការឆ្លើយតបទៅនឹងរបាយការណ៍ដំបូងនោះហើយយកពាក្យស្នើសុំនោះមកចុះបញ្ជីឡើងវិញ។ ប្រសិនបើគ្មានការឆ្លើយតបនៅក្នុងរយៈពេលដែលផ្តល់អោយនោះទេ ពាក្យស្នើសុំនោះ នឹងត្រូវចាត់ទុកជាអសារបង់ប៉ុន្តែប្រសិនបើអ្នកដាក់ពាក្យ ស្នើសុំចង់បាននៅការពន្យាពេល នូវការឆ្លើយតបទៅនឹងរបាយការណ៍នោះអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំអាចធ្វើការស្នើសុំពន្យាពេលបាន ដោយដាក់ពាក្យស្នើសុំជាលាយល័ក្ខអក្សរទៅមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។ [27]

២.៦. ការឆ្លើយតបទៅលើរបាយការណ៍របស់មន្ត្រីត្រួតពិនិត្យ

អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកគួរឆ្លើយតប នឹងរបាយការណ៍ជាលាយអក្សរដោយបង្ហាញពីលេខរៀងកថាខណ្ឌនិងសំណួរដែលទាក់ទងទៅនឹងរបាយការណ៍នោះ។ រយៈពេលកំណត់ ៩៥ ថ្ងៃ ត្រូវបានផ្តល់អោយអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ក្នុងការឆ្លើយតបទៅ នឹងរបាយការណ៍របស់មន្ត្រី

[26] មាត្រា ៩(ង), ៩(ច), ៩(ឆ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២
[27] មាត្រា ៥៦ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ត្រួតពិនិត្យ។[28] ប្រសិនបើការិយាល័យចុះបញ្ជី មិនទទួលបានការឆ្លើយតបក្នុងរយៈពេលកំណត់ខាងលើនោះទេ ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីនឹងត្រូវអស់សុពលភាព។

២.៧. ការពុះពារជំនះនៅលើការបដិសេធរបស់មន្ត្រីត្រួតពិនិត្យ

ការបដិសេធរបស់មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីគឺ ឈរទៅលើគោលការណ៍នៃលក្ខខណ្ឌនៃការចុះបញ្ជី ប្រសិនបើល័ក្ខខណ្ឌណាមួយត្រូវបានបដិសេធនោះអ្នកដាក់ពាក្យសុំអាចធ្វើការជំនះលើចំនុចបដិសេធទាំងនោះបានតាមលក្ខខណ្ឌដូចខាងក្រោម ៖

គេអាចពុះពារជំនះលើការបដិសេធតាមចំនុចមួយ ឬច្រើនដូចខាងក្រោម ៖

- ការកែតម្រូវម៉ាកដើម្បីលុបចោលយថាប្រភេទនានាពីម៉ាកនោះ
- កែតម្រូវទំនិញ ឬ សេវា ដើម្បីធ្វើអោយម៉ាកនោះលែងមានលក្ខណៈពិពណ៌នានៃទំនិញ
- ផ្តល់ភស្តុតាងដែលអាចបញ្ជាក់បានថាម៉ាកនោះមានលទ្ធភាពញែកដាច់បានដោយសារការប្រើប្រាស់
- ការឯកភាពចំណុចដែលត្រូវបោះបង់ចោលតាមការណែនាំរបស់មន្ត្រីត្រួតពិនិត្យម៉ាក។[29]

ការបដិសេធ អាចធ្វើការពុះពារជំនះទៅបានតាមរយៈ ការស្នើសុំកែតម្រូវម៉ាកដោយលុបចោលពាក្យ ឬ ធាតុបង្កុំទាំងឡាយណាដែលយល់ថាមិនសមរម្យ។ ប្រសិនបើម៉ាកនោះត្រូវធ្វើការកែតម្រូវចាំបាច់ត្រូវផ្តល់គំរូម៉ាកថ្មីចំនួន ១៥ សម្រាប់ចំណាត់ថ្នាក់នីមួយៗ។[30]

ការបដិសេធ អាចធ្វើការពុះពាជំនះទៅបានតាមរយៈ ការស្នើសុំកែតម្រូវម៉ាកដោយលុបចោលសេចក្តីយោងទាក់ទងទៅនឹងការសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ឬ ផ្នែកនានាដែលមិនសមរម្យរបស់ម៉ាកនោះ។ ប្រសិនបើម៉ាកនោះត្រូវធ្វើការកែតម្រូវចាំបាច់ត្រូវដាក់ជូននូវឯកសារថតចម្លងក្នុងការឯកភាពទៅនឹងការកម្រិតនានាដែលណែនាំដោយមន្ត្រីត្រួតពិនិត្យម៉ាក។[31]

ការបដិសេធ អាចធ្វើការពុះពាជំនះទៅបានតាមរយៈ ការស្នើសុំកែតម្រូវម៉ាកដោយលុបចោលផ្នែកនានាដែលស្រដៀងទៅនឹង ទង់ជាតិ ឬ ក៏សញ្ញាជាតិ។ ប្រសិនបើម៉ាកនោះ ត្រូវកែតម្រូវចាំបាច់ត្រូវដាក់ជូននូវសំណើរសុំកែតម្រូវដោយភ្ជាប់មកជាមួយនូវ ឯកសារថតចម្លងថ្មីចំនួន ១៥

---

[28] មាត្រា១៧ (១) នៃអនុក្រឹតស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦

[29] មាត្រា ៨(ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[30] មាត្រា ៨(ខ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[31] មាត្រា ៨(គ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ច្បាប់នៃគំរូ សម្រាប់ចំណាត់ថ្នាក់នីមួយៗ។ វាក៏អាចជាការចាំបាច់ផងដែរក្នុងការឯកភាពទៅនឹងការកម្រិតនានា ដែលណែនាំដោយមន្ត្រីត្រួតពិនិត្យម៉ាក។[32]

ការបដិសេធ អាចធ្វើការពុះពាជំនះទៅបានតាមរយៈ ការស្នើសុំកែតម្រូវម៉ាកដោយលុបចោលផ្នែកនានាដែលស្រដៀងទៅនឹងម៉ាកដទៃ ឬ ម៉ាកល្បី។ ប្រសិនបើម៉ាកនោះ ត្រូវកែតម្រូវចាំបាច់ត្រូវដាក់ជូននូវសំណើរសុំកែតម្រូវដោយភ្ជាប់មកជាមួយនូវ ឯកសារថតចម្លងថ្មីចំនួន ១៥ ច្បាប់នៃគំរូម៉ាកថ្មី សម្រាប់ចំណាត់ថ្នាក់នីមួយៗ។ គេក៏អាចពុះពារជំនះទៅនឹងការបដិសេធតាមរយៈការកែតម្រូវទៅលើទំនិញ និងសេវាកម្មផងដែរ។ ក្នុងករណីកម្រខ្លះគេក៏អាចទទួលបានលិខិតយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាកល្បីបានផងដែរ។[33]

គេអាចពុះពារជំនះលើការបដិសេធតាមចំនុចមួយ ឬ ច្រើនដូចខាងក្រោម៖

- កែតម្រូវម៉ាកដើម្បីធ្វើអោយម៉ាកនោះមានភាពខុសប្លែកពីម៉ាកដែលបានបញ្ជាក់នោះ
- កែតម្រូវម៉ាក ឬ សេវាកម្មតាមរយៈវិធីនានាដើម្បីជៀសវាងលក្ខណៈជាន់គ្នារវាងទំនិញនិងម៉ាកដែលបានបញ្ជាក់នោះ
- ទទួលបានលិខិតយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាកដែលបានបញ្ជាក់នោះ ប្រសិនបើម៉ាកនោះត្រូវកែតម្រូវចាំបាច់ត្រូវដាក់ជូននូវសំណើរសុំកែតម្រូវ ដោយភ្ជាប់មកជាមួយនូវឯកសារថតចម្លងថ្មីចំនួន១៥ច្បាប់ នៃគំរូម៉ាកថ្មីសម្រាប់ចំណាត់ថ្នាក់នីមួយៗ។[34]

២.៨. ការកែតម្រូវពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកដោយអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ

ប្រសិនបើមានការបដិសេធរបស់មន្ត្រីត្រួតពិនិត្យម៉ាក ឬសម្រាប់ហេតុផលផ្សេងៗអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំត្រូវស្នើសុំតែធ្វើការកែតម្រូវពាក្យស្នើសុំនោះ ដើម្បីជំនះលើការបដិសេធរបស់មន្ត្រីត្រួតពិនិត្យមុនពេលទទួលបានការចុះបញ្ជីប៉ុន្តែការកែតម្រូវ មិនអាចធ្វើឡើងបានទេក្រោយពេលចុះបញ្ជីរួចទេ។ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំក៏អាចធ្វើការស្នើសុំកែតម្រូវពត៌មានលម្អិតនៃពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីបានផងដែរ។

២.៩. ការកែតម្រូវមុនពេលចុះបញ្ជី

ការកែតម្រូវ អាចធ្វើឡើងចំពោះពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីមួយនៅមុនពេលចុះបញ្ជីបាន។ ការកែតម្រូវទាំងនេះ អាចធ្វើឡើងជំនះការបដិសេធរបស់មន្ត្រីពិនិត្យម៉ាក ឬ សម្រាប់ហេតុផលផ្សេងៗ។

[32] មាត្រា ៩(យ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[33] មាត្រា ៩(ង) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[34] មាត្រា ៩(ឆ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ការកែតម្រូវអាចធ្វើឡើងទៅលើពត៌មានលម្អិតគ្រប់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីទាំងអស់ដូចតទៅ ៖

- ឈ្មោះរបស់អ្នកដាក់ពាក្យសុំចុះបញ្ជីម៉ាក
- អាសយដ្ឋានរបស់អ្នកដាក់ពាក្យសុំចុះបញ្ជីម៉ាក
- អាសយដ្ឋានសេវារបស់អ្នកដាក់ពាក្យសុំចុះបញ្ជីម៉ាក
- ប្រភេទនៃការចុះឈ្មោះ (ឧទាហរណ៍ ម៉ាកសមូហភាព)
- ម៉ាក
- យថាប្រភេទរបស់ទំនិញ និងឬ សេវា
- លេខចំណាត់ថ្នាក់
- សិទ្ធអាទិភាពតាមអនុសញ្ញាមុនពេលចុះបញ្ជីគេអាចកែប្រែពត៌មានលំអិតនានានៃពាក្យសុំចុះបញ្ជីម៉ាកបាន។

៣. ការប្ដឹងទាស់

បណ្ដឹងជំទាស់ចំពោះការចុះបញ្ជី អាចធ្វើឡើងដោយ បុគ្គលណាម្នាក់ក៏បានប៉ុន្តែទូទៅបណ្ដឹងជំទាស់ត្រូវធ្វើឡើងដោយ បុគ្គលដែលទទួលរងផលប៉ះពាល ពីវត្តមាននៃការចុះបញ្ជីម៉ាកមួយ។ នីតិវិធីបណ្ដឹងជំទាស់អនុញ្ញាតឲ្យបុគ្គលម្នាក់សរសេរសំណុំរឿងមួយក្រោមហេតុផលសម្អាងដែលមានចែងក្នុងមាត្រា១០(គ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។ ធ្វើដូចនេះគឺដើម្បីឲ្យភាគីមួយអាចជំទាស់ទៅ នឹងការចុះបញ្ជីម៉ាកដោយផ្អែកលើហេតុផលសម្អាងផ្សេងៗ។ក្រោយពីការដាក់ជូនភស្តុតាងទៅនិងសារណារបស់ភាគីទាំងពីរជាចុងក្រោយសំណុំរឿងនោះ អាចត្រូវបានលើកមកធ្វើសវនាការដោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីដែលជាអ្នកសម្រេចបដិសេធទៅនឹងការចុះបញ្ជី។

៣.១ មូលដ្ឋាននៃការប្ដឹងទាស់

ហេតុផលសម្អាងជាក់លាក់តែមួយ មានលក្ខណៈគ្រប់គ្រាន់សំរាប់ដំណើរការនៃការធ្វើបណ្ដឹងជំទាស់។ ការជូនដំណឹងអំពីបណ្ដឹងជំទាស់ ឬ ឯកសារ អាចកែតម្រូវបានប្រសិនបើ មន្ត្រីពិនិត្យឃើញត្រឹមត្រូវ និងសមហេតុផលគ្រប់កាលៈទេសៈនៃរឿងក្តីនេះ។ ប៉ុន្តែមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនឹងមិនអនុញ្ញាតការកែតម្រូវបែបនេះទេ ប្រសិនបើការកែតម្រូវនោះ បង្ហាញនូវហេតុផលសម្អាងបន្ថែមដល់ការជូនដំណឹងអំពីបណ្ដឹងជំទាស់។ ពីព្រោះការជូនដំណឹងអំពីបណ្ដឹងជំទាស់នោះ ត្រូវបានប្រគល់ជូនម្ចាស់ម៉ាកដដែលបានចុះបញ្ជីដែល អ្នកមានវិធានការណ៍ការពារការចុះបញ្ជីដោយឈរលើហេតុផលសម្អាងដែលបានបញ្ជាក់រួចហើយនោះ។ ម្ចាស់ម៉ាក នឹងបាត់បង់អត្ថប្រយោជន៍ប្រសិនបើភាគីប្ដឹងជំទាស់ត្រូវបានអនុញ្ញាត ឲ្យធ្វើការកែប្រែហេតុផលសម្អាងរបស់ខ្លួនក្នុងបណ្ដឹង

ជំទាស់ការចុះបញ្ជី។ ក្នុងករណីស្នើសុំ កែប្រែហេតុផលសម្អាងត្រូវជូនដំណឹងភ្លាមៗ អំពីបណ្តឹងជំទាស់ក្នុងពេលវេលាមួយ។

៣.២. ភស្តុតាងគាំទ្រ

ភាគីប្តឹងជំទាស់អាច ផ្អែកទៅលើភស្តុតាងគាំទ្រដល់ការប្តឹងជំទាស់ ដែលខ្លួនបានដាក់ជូនមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនៅពេលដាក់សេចក្តីជូនដំណឹងអំពីបណ្តឹងជំទាស់។

ប្រសិនបើភាគីប្តឹងជំទាស់នោះទេ ខ្លួនត្រូវជូនដំណឹងអំពីការអនុវត្តនេះទៅអោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីដោយបញ្ជាក់ពីគោលបំណងរបស់ខ្លួន។ ការអនុវត្តបែបនេះត្រូវធ្វើឡើងនៅពេលដាក់សេចក្តីជូនដំណឹងអំពីបណ្តឹងជំទាស់។ ភស្តុតាងជាលាយល័ក្ខអក្សរនៅក្នុងកិច្ចដំណើរការនីតិវិធីទាំងនេះត្រូវមានទម្រង់ជាសេចក្តីប្រកាស។ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីនឹងផ្ញើឯកសារថតចម្លងមួយច្បាប់អំពីភស្តុតាងគាំទ្រជូនដល់ម្ចាស់ដែលបានចុះបញ្ជីម៉ាកអោយឆាប់តាមដែលអាចធ្វើទៅបាន។

៣.៣. សារណាការពារ

ប្រសិនបើម្ចាស់ម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជីមានគោលបំណងពឹងផ្អែកទៅលើសារណាការពាប្រឆាំងទៅនឹងបណ្តឹងជំទាស់ ត្រូវបានផ្ញើទៅដល់ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី។ ប្រសិន បើម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីនោះត្រូវចាត់ទុកថាបានបោះបង់ចោលដោយម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី។ ប៉ុន្តែរយៈពេលនៃការដាក់សារណាការពារអាចពន្យាពេលបាន។[35]

៣.៤. សវនាការ

សវនាការ គឺជាការធ្វើបទបង្ហាញទៅវិញទៅមក នៅក្នុងវេទិកាមួយដែលដឹកនាំដោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី។ នាពេលបច្ចុប្បន្ន ប្រធាន ឬ អនុប្រធាននៃនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញារបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មជាអ្នកដឹកនាំសវនាការទាំងនេះ។ មុនពេលអនុវត្តអំណាចឆន្ទានុសិទ្ធិដែលច្បាប់ ឬ អនុក្រឹតបានប្រគល់អោយមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីប្រឆាំងនិងបុគ្គលណាម្នាក់ មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវជូនដំណឹងដល់បុគ្គលនោះអំពីឱកាសបញ្ចេញមតិក្នុងសវនាការ ប្រសិនបើបុគ្គលនោះចង់ចូលរួម។ សេចក្តីជូនដំណឹងនេះត្រូវធ្វើជាលាយល័ក្ខអក្សរ និងមានបញ្ជាក់ពីពេលវេលាកំណត់មានតិចជាង ១ខែ។[36] បច្ចុប្បន្ននេះពេលវេលាកំណត់មានរយៈពេល ៤៥ថ្ងៃ ចាប់ពីថ្ងៃទទួលសេចក្តីជូនដំណឹងនេះ។ សវនាការនេះមិនតម្រូវអោយបង់កម្រៃទេ។

៣.៥. ពេលវេលាកំណត់ប្តឹងតវ៉ា

[35] មាត្រា ៥៦ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[36] មាត្រា ៣២ នៃអនុក្រឹតស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦

ក្នុងកំឡុងពេល ៩០ ថ្ងៃបន្ទាប់ពីកាលបរិច្ឆេទចុះផ្សាយការចុះបញ្ជីនៅក្នុងព្រឹត្តប័ត្រផ្លូវការ បុគ្គលដែលចាប់អារម្មណ៍អាចជូនដំណឹងទៅឲ្យមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ដើម្បីប្តឹងជំទាស់ទៅនឹងការចុះបញ្ជីម៉ាកនោះ។[37]

៣.៦. ការបោះពុម្ពផ្សាយនិងការចេញវិញ្ញាបនបត្រ

ប្រសិនបើមន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី យល់ព្រមចំពោះការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកដោយមាន ឬ គ្មានលក្ខខណ្ឌ ឬ ការកម្រិតកំណត់ណាមួយដែលលក្ខខណ្ឌ និងការកំណត់ទាំងនោះត្រូវបាន យល់ព្រមដោយអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជីត្រូវចុះបញ្ជីម៉ាក និងចេញ វិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជីម៉ាកជូនអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជី ហើយត្រូវបោះពុម្ពផ្សាយការចុះបញ្ជីម៉ាក នោះនៅក្នុងព្រឹត្តបត្រផ្លូវការរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។[38]

មន្ត្រីកាន់កាប់បញ្ជី ត្រូវផ្តល់នូវលេខរៀងតាមលំដាប់លំដោយ នៃការចុះបញ្ជីនៅលើ វិញ្ញាបនបត្រចុះបញ្ជី។[39]

ការបោះពុម្ពផ្សាយការចុះបញ្ជីម៉ាកមួយត្រូវមានពតិមានមួយចំនួនដូចតទៅ ៖

- កាលបរិច្ឆេទ នៃការដាក់ពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាកនិងកាលបរិច្ឆេទនៃសិទ្ធិអាទិភាព (ប្រសិនបើមាន)
- គំរូម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី
- លេខដាក់ពាក្យ និង លេខចុះបញ្ជី
- ចំណាត់ថ្នាក់ និង ទំនិញ ឬ សេវា ដែលជាកម្មវត្ថុនៃការចុះបញ្ជីម៉ាកដោយមានបញ្ជាក់ពីចំណាត់ថ្នាក់នៃទំនិញ ឬ សេវានោះ ស្របតាមចំណាត់ថ្នាក់អន្តរជាតិ
- ឈ្មោះ និង អាសយដ្ឋានរបស់ម្ចាស់ម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជី
- ឈ្មោះ និង អាសយដ្ឋានរបស់ភ្នាក់ងារតំណាង (ប្រសិនបើមាន) ។[40]

---

[37] មាត្រា ២០ (១) និង មាត្រា ១០ (គ) នៃអនុក្រឹតស្តីពីកាអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះ
ត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦

[38] មាត្រា ១៩ (១) នៃអនុក្រឹតស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦

[39] មាត្រា ១៩ (២) នៃអនុក្រឹតស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦

[40] មាត្រា១៩ (៤) នៃអនុក្រឹតស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦

ជំពូកទី៣

ការក្លែងបន្លំម៉ាក

ផ្នែកទី១ ការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាក

១.១. ការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាកធម្មតា

អំពើនៃការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាក គឺជាការប្រើប្រាស់ម៉ាកដោយជនណាម្នាក់ដោយពុំមានការអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាក។ ប្រសិនបើបុគ្គលណាម្នាក់ប្រើប្រាស់ម៉ាកដូចគ្នា ឬស្រដៀងគ្នាធ្វើអោយភ័ន្តច្រឡំនឹងម៉ាកដែលចុះបញ្ជីរួចមានន័យថាបុគ្គលនោះបានក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាកដែលចុះបញ្ជី។ ម៉ាកល្បីដែលបានចុះបញ្ជីហើយអាចត្រូវបានគេក្លែងបន្លំ ប្រសិនបើមានជនណាម្នាក់ប្រើប្រាស់ម៉ាកទំនិញ ឬ សេវាប្រហាក់ប្រហែលធ្វើអោយភ័ន្តច្រឡំ។ ជាទូទៅអំពើដែលត្រូវបានចាត់ទុកថាជាអំពើនៃការក្លែងបន្លំមានដូចខាងក្រោម៖

- ការប្រើប្រាស់ម៉ាកដោយភាគីដោយទីបីចំពោះទំនិញ ឬ សេវាកម្មដែលបានការពារ
- ការបិទម៉ាកនោះលើទំនិញដោយភាគីទីបីដោយមិនមានការអនុញ្ញាត
- ការប្រើប្រាស់ម៉ាកចំពោះទំនិញឬសេវា ឬ ការដាក់លក់ទំនិញឬសេវាក្រោមម៉ាកមួយ
- ការប្រើប្រាស់ម៉ាកមួយក្នុងការផ្សព្វផ្សាយសំភារៈការិយាល័យឬឯកសារផ្សេងៗទៀត
  ការបង្កើតបានជាការក្លែងបន្លំរួមមាន៣ ដំណាក់កាល៖
- តើម៉ាក ឬ ម៉ាកប្រហាក់ប្រហែលធ្វើអោយភ័ន្តច្រឡំ ត្រូវបានប្រើប្រាស់ដោយបុគ្គលក្រៅពីម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចដោយគ្មានការអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាកដែរឬទេ?
- តើម៉ាកទាំងពីរនោះត្រូវបានចាត់ទុកថាជាម៉ាកស្រដៀង ឬ ប្រហាក់ប្រហែលគ្នាធ្វើអោយភ័ន្តច្រឡំដែរឬទេ?
- តើទំនិញឬសេវានោះត្រូវបានចាត់ទុកថាជាទំនិញ ឬ សេវាស្រដៀងឬប្រហាក់ប្រហែលគ្នាដែរឬទេ
- ចម្លើយវិជ្ជមានចំពោះសំនួរទាំងបីខាងលើនេះនឹងបង្កើតបានជាអំពើក្លែងបន្លំ។[41]

ការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាកទូទៅ គឺត្រូវបានបែងចែកជា ៣ប្រភេទរួមមាន៖ ការក្លែងបន្លំទៅលើពាណិជ្ជនាម, ពាណិជ្ជសញ្ញា,សេវាសញ្ញា និងម៉ាកសំគាល់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ។

[41] សារណាបញ្ចប់ការសិក្សា "នីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជី និងការដោះស្រាយវិវាទស្តីអំពីម៉ាក" ឆ្នាំ ២០០៩ (ទំព័រ៣៦)

១.២. ការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាកពាណិជ្ជនាម

ការក្លែងបន្លំពាណិជ្ជនាមជាការក្លែងបន្លំទៅលើឈ្មោះ ឬក៏សញ្ញាសម្គាល់នៃសហគ្រាសនីមួយៗគឺជាការប្រើប្រាស់ពាណិជ្ជនាម ឬនាមដោយសម្គាល់ និងកំណត់ភាពប៉ះពាល់សាធារណៈ ឬសីលធម៌ ឬជាការបំភ័ន្តដល់មជ្ឈដ្ឋានពាណិជ្ជកម្ម ឬសាធារណៈ ឬជាការក្លែងបន្លំប្រភេទនៃសហគ្រាស់ដែលត្រូវក្លែងបន្លំដោយនាម។

១.៣. ការក្លែងបន្លំទៅលើពាណិជ្ជសញ្ញា

ការក្លែងបន្លំពាណិជ្ជសញ្ញា គឺជាការក្លែងបន្លំទៅលើសញ្ញាដែល ប្រើប្រាស់សម្រាប់សម្គាល់ទំនិញនៃសហគ្រាសនីមួយៗ។ ការក្លែងបន្លំនេះ គឺក្លែងបន្លំទៅនិងម៉ាកនៃទំនិញអ្វីមួយ ទៅនិងទំនិញផ្សេងទៀត ដែលជាប្រភេទទំនិញដែលចេញពីរោងចក្រ សហគ្រាស ឬកើតចេញពីមធ្យោបាយផ្សេងៗទៀត ហើយភាគច្រើននៃការក្លែងបន្លំគឺបន្លំទៅនិងម៉ាកដែរបានចុះបញ្ជីហើយ និងម៉ាកល្បីដែលមិនបានចុះបញ្ជី។

១.៤. ការក្លែងបន្លំទៅលើសេវាសញ្ញា

ការក្លែងបន្លំទៅលើសេវាសញ្ញា គឺជាការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ទៅលើសេវាសញ្ញា គឺជាការក្លែងបន្លំ ឬនាំអោយមានការភ័ន្តច្រឡំទៅលើការប្រើប្រាស់សេវានៃសហគ្រាសដទៃ ដែលប្រើប្រាស់សម្រាប់សម្គាល់សញ្ញា នៃសេវាដែលបង្ហាញអោយគេស្គាល់ថា ជាសញ្ញាសម្រាប់បម្រើសេវាសហគ្រាស ឬក្រុមហ៊ុន ការប្រកួតប្រជែងនេះកើតឡើងទៅក្រុមហ៊ុនដែលបម្រើសេវាកម្មសម្រាប់អតិថិជនដែលប្រើវិធីសាស្ត្រគ្រប់បែបយ៉ាងដើម្បីស្វែងរកផលចំនេញផ្ទាល់ខ្លួន។

១.៥. ការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាកសម្គាល់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ

ការក្លែងបន្លំម៉ាកសម្គាល់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ គឺការក្លែងបន្លំម៉ាកដែលសំដៅដល់ ឈ្មោះ, សញ្ញាសម្គាល់ ឬ រូបភាពផ្សេងៗដែលញែកដាច់ពីឈ្មោះតំណាងឲ្យប្រភពដើមនៃតំបន់ភូមិសាស្ត្រមួយនៃទំនិញ ឬ ជាការក្លែងបន្លំអំពីមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃគុណភាព កិត្តិស័ព្ទ ឬចរិតលក្ខណៈនៃទំនិញផ្សេងទៀតដែលកើតចេញពីតំបន់ភូមិសាស្ត្រនោះ។ ការក្លែងបន្លំនេះកើតឡើង ទៅលើម៉ាកនៃភូមិសាស្ត្រណាមួយដែលជាប្រភេទទំនិញមានគុណភាពខ្ពស់ និងល្បីប្រចាំតំបន់ភូមិសាស្ត្រនោះ។ ម៉ាកខ្លះផលិតនៅតំបន់ផ្សេងខុសពីតំបន់ដែលបានផលិតទំនិញដើម តែបានក្លែងបន្លំដាក់ម៉ាកដូចជាទំនិញនោះជាទំនិញដើមពិតប្រាកដ និងដាក់ទីតាំងផលិតមិនច្បាស់លាស់ដែលបណ្ដាលអោយអ្នកប្រើប្រាស់ភ័ន្តច្រឡំ និងទីតាំងភូមិសាស្ត្រដើម។

១.៦. ការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាកល្បីដែលចុះបញ្ជី

ការប្រើប្រាសម៉ាកល្បី ឬ ម៉ាកប្រហាក់ប្រហែលធ្វើអោយភ័ន្តច្រឡំ ចំពោះទំនិញ ឬ សេវាប្រហាក់ប្រហែល ដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយដោយគ្មានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាកជាអំពើនៃការរំលោភបំពានទៅលើម៉ាក។[42] លើសពីនេះទៀតប្រសិនបើម៉ាកនោះត្រូវគេប្រើប្រាស់ចំពោះទំនិញ ឬ សេវាផ្សេងទៀតការប្រើប្រាស់នោះអាចត្រូវចាត់ទុកជាការក្លែងបន្លំ ប្រសិនបើការប្រើប្រាស់នោះបង្ហាញពីទំនាក់ទំនងរវាងទំនិញ និង សេវាទាំងនោះជាមួយនឹងម៉ាកល្បី។ ក្នុងករណីភាគច្រើនការប្រើប្រាស់ម៉ាកល្បីចំពោះទំនិញ ឬ សេវាទាំងឡាយ នឹងត្រូវបានចាត់ទុកជាអំពើនៃការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាក។

១.៧. ការក្លែងបន្លំទៅលើម៉ាកល្បីដែលមិនទាន់បានចុះបញ្ជី

ប្រសិនបើម៉ាកល្បីដែលមិនទាន់បានចុះបញ្ជី ត្រូវបានគេយកប្រើប្រាស់ចំពោះផលិតផល ឬ សេវា ដែលមានលក្ខណៈដូច ឬ ស្រដៀងទៅនឹងទំនិញ ឬ សេវារបស់ម៉ាកល្បីនោះអំពើនោះត្រូវបានចាត់ទុកថាជាអំពើនៃការរំលោភបំពាន។[43]

ផ្នែកទី២ ការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ទៅលើម៉ាក

- **និយមន័យ**

ការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ គឺជាអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងណា ដែលផ្ទុយពីគោលការណ៍នៃការអនុវត្តន៍ទៀងត្រង់នៅក្នុងវិស័យឧស្សាហាកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម សេវាកម្ម ត្រូវចាត់ទុកថាជាការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។

២.១. ការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

- ការបង្កើតអោយមានការភ័ន្តច្រឡំតាមមធ្យោបាយណាមួយជាមួយសហគ្រាស ជាមួយទំនិញ ឬ ជាមួយសកម្មឧស្សាហាកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម ឬ សេវាកម្មនៃដៃគូរប្រកួតប្រជែង
- ការពោលអះអាងមិនត្រឹមត្រូវក្នុងពាណិជ្ជកម្ម ដែលធ្វើអោយខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះសហគ្រាសទំនិញ ឬ សកម្មភាពឧស្សាហាកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម ឬ សេវាកម្មនៃដៃគូរប្រកួតប្រជែង
- ការបញ្ជាក់ ឬ ការពោលអះអាងដែលបានប្រើប្រាស់នៅក្នុងពាណិជ្ជកម្ម ហើយដែលអាចធ្វើអោយសាធារណៈជនភ័ន្តច្រឡំ អំពីប្រភេទដំណើរការផលិតលក្ខណៈសមស្របសម្រាប់គោលបំណងរបស់គេ ឬ បរិមាណនៃទំនិញ

[42] មាត្រា ២៥ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[43] មាត្រា ២៦ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ទោះបីជាច្បាប់មិនបានចែងយ៉ាងច្បាស់លាស់ថា អំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ជាអំពើក្លែងបន្លំម៉ាកក៏ពិតមែន ប៉ុន្តែមានមាត្រាមួយចំនួនបានចង្អុលបង្ហាញថា អំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ពិតជាការក្លែងបន្លំម៉ាកតាមរយៈអំពើ ព្រោះថាការប្រព្រឹត្តដែលទាក់ទងទៅនិងមាត្រា១១ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និង អំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ដោយជនណាម្នាក់ក្រៅពីម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីរួចហើយនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ហើយពុំមានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាកគឺជាការក្លែងបន្លំម៉ាក។ [44]

២.២. ទម្រង់នៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

មាត្រា២១ ចំណុច (ខ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និង ការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់បានចែងថាការប្រើប្រាស់ពាណិជ្ជនាមជាបន្តបន្ទាប់ដោយភាគីទី៣ ទោះបីជាពាណិជ្ជនាម ឬ ម៉ាក ឬម៉ាកសមូហភាព ឬ ការប្រើប្រាស់ណាមួយដែលអាចធ្វើអោយសាធារណៈជនមានការភ័ន្តច្រឡំត្រូវចាត់ទុកថាមិនស្របច្បាប់។ ហើយជនទាំងនោះនិងត្រូវផ្តន្ទាទោសពិន័យជាប្រាក់ពី ១.០០០.០០០ (មួយលាន) រៀល ដល់ ២.០០០.០០០(ពីរលាន) រៀល និង ត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី ១ (មួយ) ឆ្នាំ ដល់ ៥ (ប្រាំ) ឆ្នាំ ឬ ទោសណាមួយនៃទោសទាំងពីរនេះ។[45] បើការក្លែងបន្លំម៉ាក ឬ ការប្រើប្រាស់ពាណិជ្ជនាម ឬ ការធ្វើទង្វើទាំងឡាយណាដែលធ្វើអោយសាធារណៈជនភ័ន្តច្រឡំមិនស្របច្បាប់និងត្រូវផ្តន្ទាទោសនេះបានន័យថាទង្វើនេះជាការរំលោភម៉ាក។ ទម្រង់របស់ការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់មានដូចជា៖

២.៣. ការធ្វើពាណិជ្ជកម្មដោយមធ្យោបាយបំភ័ន្តណាមួយ

ការធ្វើអោយភ័ន្តច្រឡំនៅចំនុចនេះ គឺអាចធ្វើបានតាមរយៈមធ្យោបាយណាមួយដោយឡែកការធ្វើតាមរយៈមធ្យោបាយណាមួយអាច មានការធ្វើត្រាប់តាម ហើយធ្វើអោយមានម៉ាកប្រហាក់ប្រហែលទៅនិងម៉ាកដទៃទៀត។ ឧទាហរណ៍៖ ការបំភ័ន្តដោយមធ្យោបាយណាមួយ មានដូចជា៖ ការបំភ័ន្តលើរូបរាង ឬ ការបំភ័ន្តលើអត្ថន័យជាដើម។ គឺអាចធ្វើអោយសាធារណៈជនមានការយល់ច្រឡំថាជាម៉ាកតែមួយ ឬ បម្រើសេវាកម្មតែមួយ ឬ យល់ច្រឡំថាជាផលិតផលតែមួយ។ វា

[44] មាត្រា ២៤ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

[45] មាត្រា ៦៤ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ក៍ជាការបង្កើតអោយមានការភ័ន្តច្រឡំ តាមមធ្យោបាយណាមួយជាមួយសហគ្រាសទំនិញ ឬ ជាមួយសកម្មភាពឧស្សាហកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម ឬ សេវាកម្មនៃដៃគូប្រកួតប្រជែង។[46]

២.៤. ការបោកបញ្ឆោតនាំអោយមានការយល់ខុស

ការធ្វើការបញ្ឆោតនាំអោយមានការយល់ខុស គឺវាអាចជាសកម្មភាព ដែលបង្ហាញនូវផលិតផលម៉ាកដែលផលិតក្រោយ ហើយម្ចាស់ម៉ាកក្រោយនេះអាចធ្វើការបញ្ឆោតសាធារណៈជនអោយមានការយល់ច្រឡំទៅលើម៉ាកចាស់ថាមិនមែនជាផលិតផលស្របច្បាប់ ឬ អាចធ្វើអោយយល់ច្រឡំថាជាម៉ាកដែលចម្លងតាមម៉ាកក្រោយទៅវិញ។ ក្នុងករណីនេះប្រសិនបើការបញ្ឆោតនេះតាមរយៈ ការធ្វើត្រាប់តាមម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ក្នុងគោលបំណងបំភ័ន្តសាធារណៈជនអោយជឿថា ពាណិជ្ជសញ្ញា ឬ សេវាសញ្ញា ជារបស់សហគ្រាសមួយផ្សេងទៀត គឺត្រូវពិន័យជាប្រាក់ពី ៥.០០០.០០០ (ប្រាំលាន)រៀល ដល់ ១០.០០០.០០០ (ដប់)រៀល និងត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី ១ (មួយ)ខែ ដល់ ១(មួយ)ឆ្នាំ ឬ ទោសណាមួយនៃទោសទាំងពីក៍បាន។

២.៥. ការបង្ខូចកិត្តិយសដៃគូប្រកួតប្រជែង

ការបង្ខូច ឬ ការបង្អាប់នេះជាទូទៅត្រូវបានគេកំណត់និយមន័យថា ជាការពោលអះ អាងដោយមិនត្រឹមត្រូវដែលធ្វើឡើងសំដៅលើដៃគូប្រកួតប្រជែងក្នុងគោលបំណងធ្វើអោយប៉ះពាល់ ឬ ខូចខាតដល់សេចក្តីបំណងនៃពាណិជ្ជកម្មរបស់ពួកគេ។ បើយើងធ្វើការប្រៀបធៀបវាជាមួយនិងការបោតបញ្ឆោត គឺថាការបង្ខូចឈ្មោះនេះវាជាការព្យាយាមធ្វើយ៉ាងណាដើម្បីអូសទាញ ឬ លួងលោម អតិថិជនជាមួយនិងពត៌មានមិនពិត។ ផ្ទុយទៅវិញចំណុចដែលសកម្មទាំងពីរនេះខុសគ្នា គឺថាទោះជាយ៉ាងណាក៍ដោយ ការបង្ខូចឈ្មោះមិនមែនត្រឹមតែធ្វើឡើងដោយការថ្លែងមិនពិត ឬ ធ្វើអោយយល់ខុសចំពោះទំនិញរបស់នរណាម្នាក់នោះទេ ប៉ុន្តែលើសពីនេះទៅទៀតនោះ គឺជាការប្រើពាក្យមិនត្រឹមត្រូវ មិនពិតចំពោះដៃគូប្រកួតប្រជែងចំពោះទំនិញ ឬ សេវាកម្មរបស់ពួកគេផ្ទាល់តែម្តង។ នេះជាការពោលអះអាង មិនត្រឹមត្រូវមួយដែលធ្វើអោយ ខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់សហគ្រាសទំនិញ ឬ សកម្មភាពឧស្សាហកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម ឬសេវាកម្ម នៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ព្រោះ

[46] មាត្រា ២៣ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ថាការបង្ខូចគុណភាពម៉ាកដៃគូប្រកួតប្រជែងគឺវាអាចធ្វើអោយខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់ម្ចាស់ម៉ាកផងដែរ ទាំងនេះគឺវានាំអោយប៉ះពាល់ ទាំងគុណតម្លៃម៉ាក និងកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់ម៉ាក។[47]

២.៦. ទម្រង់ផ្សេងៗទៀតនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

យើងបានដឹងស្រាប់ហើយថា ច្បាប់ស្តីពី អំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់បានជះឥទ្ធិពលទៅលើកសង្គមវិជ្ជា សេដ្ឋកិច្ច និងគំនិតសីលធម៌នៃសង្គម។ ក្រៅពីចំណាត់ ថ្នាក់ជាក់លាក់នៃសម្មភាពដែលបានរៀបរាប់ និង ពិភាក្សារួចមកដែលវាជាទម្រង់ទូទៅនៃសកម្មភាពផ្សេងៗនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។ ទន្ទឹមនឹងនេះដែល វាមានករណីជាច្រើនផ្សេងទៀត ជាសកម្មភាព និងការអនុវត្តន៍ទាំងឡាយ ដែលអាចត្រូវបានដោះស្រាយនៅក្រោមច្បាប់ ។ សកម្មភាពផ្សេងទៀតនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ចំពោះប្រទេសនីមួយៗ ប៉ុន្តែក៏អាចមិនមែន ជាករណីចាំបាច់ចំពោះប្រទេសមួយទៀតដែរ។ វាគួរអោយកត់សម្គាល់ដែរថាការពន្យល់រៀបរាប់ខាងក្រោមនេះ នឹងបង្ហាញឲ្យឃើញពី សកម្មភាពផ្សេងទៀតនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។

២.៧. ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលធ្វើអោយប៉ះពាល់ដល់ដៃគូរពាណិជ្ជកម្ម

ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មក៏វាអាចជាទម្រង់ នៃការប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ផងដែរក្នុងករណីដែលការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនោះ បានជះឥទ្ធិពលទៅលើដៃគូពាណិជ្ជកម្ម។ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលអាច និងមានលក្ខណៈជះឥទ្ធិពលនោះ វាអាចជាការផ្សាយរបៀបជាការបង្ហាញអោយឃើញពីភាពល្អ និងមានតម្លៃនៃម៉ាករបស់ខ្លួនខ្ពស់ជាងម៉ាកដ៏ទៃ ឬ ក៏ជាការផ្សាយម៉ាកផលិតផលរបស់ខ្លួនទៅនិងម៉ាកដ៏ទៃ ហើយលើកតំកើននូវគុណភាពផលិតផលរបស់ខ្លួន។ ទោះបីជាការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មខ្លះមិនបាននិយាយអោយចំ ឬ ពោលអះអាងអោយឃើញច្បាស់យ៉ាងណាក៏ដោយ ប៉ុន្តែការបង្ហាញអោយសាធារណៈជនជឿទៅលើខ្លួននេះក៏ចាត់ទុកថាជាការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ផងដែរ។

២.៨. ការធ្វើអោយរាំងស្ទះដល់ដំណើរការទីផ្សារ

យើងឃើញថាមានសកម្មភាពជាច្រើនណាស់ដែលអាចរាងរាំង ឬ ទប់ស្កាត់ដៃគូប្រកួតប្រជែងនូវការអនុវត្តសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្មរបស់ពួកគេដែលស្ដែងឡើងដោយផ្ទាល់ គឺអាចជាការទប់ស្កាត់ដោយពិតប្រាកដនៃជំនួញទៅលើតំបន់ទីផ្សារជាពិសេសណាមួយដែលអាចត្រូវបានគេពិចារណា ឬ ចាត់ទុកថាជាភាពមិនស្មោះត្រង់។

[47] មាត្រា ២៣ (ខ) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ជំពូកទី៤

យន្តការការពារការក្លែងបន្លំម៉ាក

ផ្នែកទី១ វិធានការបឋម

១.១. លិខិតជូនដំណឹងទៅអ្នករំលោភបំពាន

ការជូនដំណឹង ទៅកាន់អ្នករំលោភបំពានអោយបញ្ឈប់រាល់សកម្មភាពរំលោភបំពានទាំងអស់គឺដើម្បីៈ

- ជាការជួយបង្ហាញប្រាប់ដល់ជនដែលបានរំលោភបំពានសិទ្ធិ អោយបានដឹងក្រោយពីបានទទួលលិខិតអោយបានដឹងមុនថាករណីនេះអាចនាំ អោយជាប់ពន្ធនាគា ការផាកពិន័យ និងសងជំងឺចិត្ត
- គ្មានប្រសិទ្ធិភាពចំពោះគូរប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក និងអ្នករំលោភបំពានដែលមានបំណង និងការប្តេជ្ញាខ្ពស់នោះទេ
- ក្រើនរំលឹកដល់អ្នកដែលបានប្រព្រឹត្តអំពើរំលោភបំពានអោយបានដឹងថា អ្នកបានស្គាល់គេ និងចង់បញ្ឈប់គេ ដូចនេះគេអាចនិងចាប់ផ្តើមធ្វើការប្រុងប្រយ័ត្នជាងមុន។[48]

១.២. ជូនដំណឹងជាសាធារណៈ

- ដើម្បីធ្វើអោយសាធារណៈជនមានការយល់ដឹង ចំពោះអំពើរំលោភបំពានសិទ្ធិនៃកម្មសិទ្ធិលើផលិតផល និងទំនិញ
- អាចធ្វើអោយសាធារណៈជនស្មើរកទំនិញដែលពិត មិនក្លែងក្លាយ និងធ្វើអោយប្រាកដថាពួកគេទិញនូវទំនិញដែលសុទ្ធល្អ តែអាចនៅទីបំផុតទំនិញពិត និងក្លែងក្លាយត្រូវបានបដិសេធទាំងពីរ
- នាំអោយសាធារណៈជនឆាប់បានដឹងពីផលិតផល និងទំនិញទាំងនោះ ប្រសិនបើបរិមាណនៃទំនិញក្លែងក្លាយមាននៅលើទីផ្សារច្រើន។[49]

២. ដំណោះស្រាយផ្នែករដ្ឋបាល

- អ្នកសម្របសម្រួលគឺ នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធបញ្ញា
- ម្ចាស់ម៉ាកត្រូវដឹង ថាអ្នកណាជាអ្នករំលោភបំពាន
- ត្រូវមានសំណើរឲ្យជួយដោះស្រាយ
- មានការពិភាក្សាគ្នាដើម្បីដោះស្រាយការរំលោភបំពាន

---

[48] ឯកសារបង្រៀនរបស់សាស្រ្តចារ្យ **ឃឹម គីរី "ការការពារម៉ាកនៅកម្ពុជា"** ឆ្នាំ២០១៥

[49] ដូច៤០

- ត្រូវមានការសន្យាដោយចុះហត្ថលេខា(កិច្ចសន្យាតាមផ្លូវច្បាប់)
- គ្មានការដាក់ទោស ការពិន័យ ការរឹបអូស និងបំផ្លាញចោល
- សំណងពីការខូចខាត អាចត្រូវបានឯកភាពរវាងភាគីទាំងសងខាង។[50]

៣. វិធានការតាមមាត់ច្រកព្រំដែន

៣.១. ការដាក់ពាក្យប្តឹង

- ពាក្យប្តឹង

អនុលោមតាមមាត្រា៣៥ និងមាត្រា៣៦ នៃច្បាប់ និងច្បាប់ស្តីពីការគ្រប់គ្រងគុណភាព សុវត្ថិភាពលើផលិតផលទំនិញ និងសេវា ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី ឬទទួលអាជ្ញាប័ណ្ណ ឬភ្នាក់ងារតំណាងស្របច្បាប់អាចធ្វើពាក្យប្តឹងទៅរដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ឬអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច ឬតុលាការ អោយព្យួរទុកនូវការធ្វើបែបបទទំនិញណាដែលសង្ស័យថាមានម៉ាកក្លែងក្លាយដោយបង្ហាញនូវភស្តុតាងច្បាស់លាស់ថាគាត់ជាម្ចាស់នៃម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី។

ក្នុងរង្វង់មិនលើសពី ៣០(សាមសិប) ថ្ងៃ បន្ទាប់ពីអនុក្រឹតនេះចូលជាធរមាន ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ចនិងហិរញ្ញវត្ថុ និង ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មត្រូវចេញប្រកាសអន្តរក្រសួងមួយអំពីគំរូនៃពាក្យប្តឹង និងតម្រូវការនានាស្របតាមច្បាប់ជាធរមាន។

ពាក្យប្តឹងនោះមានសុពលភាព៦០(ហុកសិប) ថ្ងៃ គិតចាប់ពីថ្ងៃទទួលពាក្យប្តឹង។ ពេលផុតសុពលភាពអ្នកដាក់ពាក្យត្រូវធ្វើពាក្យប្តឹងឡើងវិញ បើសំណូមពរនៃការឃាត់ និងត្រួតពិនិត្យទំនិញនៅមាននៅឡើយ។[51]

- កាតព្វកិច្ចរបស់អ្នកដាក់ពាក្យប្តឹង

ក្រៅពីកាតព្វកិច្ចនានាដែលមានចែងក្នុងមាត្រា៣៥ មាត្រា៣៦ និងមាត្រា៣៨ នៃច្បាប់ អ្នកប្តឹងពាក្យមានភារកិច្ចទទួលខុសត្រូវ ចំពោះមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន ឃ្លាំងដែលត្រូវស្តុកទំនិញនៅពេលឃាត់រក្សាទុក។ ឃ្លាំងស្តុកទំនិញត្រូវស្ថិតនៅក្នុងបរិវេណកំពង់ផែ ឬក្នុងបរិវេណមាត់ច្រកនាំចេញ នាំចូលដែលបានកំណត់ និងគ្រប់គ្រងដោយអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច តាមច្បាប់ជាធរមាន។ ការចំណាយនានាក្នុងការបំផ្លាញចោលទំនិញមិនស្របច្បាប់ជាកាតព្វកិច្ចរបស់អ្នកដាក់ពាក្យ។[52]

៣.២. គយ

តាមបទបញ្ញាថ្មី អាជ្ញាធរគយត្រូវបានអនុវត្តឲ្យផ្តល់ពត៌មានអំពីលទ្ធភាពក្នុងការនាំចេញនាំចូលទំនិញបំពានដល់អ្នកកាន់កាប់សិទ្ធ។ អ្នកកាន់កាប់សិទ្ធិអាចដាក់ពាក្យសុំទៅអាជ្ញាធរគយឲ្យផ្អាកការជំរះបញ្ជីគយលើទំនិញដែលសង្ស័យ ជាបណ្តោះអាសន្នសិនបាន។ ពាក្យសុំនេះត្រូវមាន

---

[50] ឯកសារបង្រៀនរបស់សាស្ត្រចារ្យ **ឃឹម គីរី "ការការពារម៉ាកនៅកម្ពុជា"** ឆ្នាំ២០១៥

[51] មាត្រា៣៨ នៃអនុក្រឹតស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦

[52] មាត្រា៤០ នៃអនុក្រឹតស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០៦

ការពិពណ៌នាយ៉ាងលំអិតអំពីទំនិញនោះ។ អាជ្ញាធរគយមានកាតព្វកិច្ចផ្តល់ព័ត៌មានដល់អ្នកកាន់កាប់សិទ្ធិនូវរាល់វិធានការដែលបានធ្វើហើយទាំងនោះ និងត្រូវលុបចោលវិញប្រសិនបើគ្មានបណ្តឹងក្នុង រយៈពេល១០ថ្ងៃ។ រដ្ឋបាលគយ និងរដ្ឋាករ ឬ អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចផ្សេងទៀតដែលកំណត់ដោយអនុក្រឹតមានសិទ្ធិស្នើអោយប្តឹងប្រាក់ធានា ឬ តម្រូវអោយមានការធានាដែលមានតម្លៃស្មើនៃប្រាក់កក់គ្រប់គ្រាន់ការពារអ្នកនាំចូលអ្នកនាំចេញ ឬម្ចាស់ទំនិញ និងអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច។ ប្រាក់ធានា ឬ ការធានាដែលមានតម្លៃស្មើនៃប្រាក់កក់នេះត្រូវបានកំណត់តាមរបៀប និងបែបបទមួយដែលមិនត្រូវអោយរាងរាំងដល់ការអនុវត្តនីតិវិធីនេះដោយមិនសមហេតុផល។[53]

អាជ្ញាធរគយមានសមត្ថកិច្ច៖

- រឹបអូស និងបំផ្លាញចោលនូវទំនិញដែលបានរំលោភបំពាន
- អ្នកត្រូវដឹងថា នៅទីណា និង ពេលណាដែលទំនិញក្លែងក្លាយត្រូវបានគេនាំចូល
- ផ្តល់ជូនដល់អាជ្ញាធរមានសម្ថតកិច្ចនូវគំរូ ឬ រូបថតនៃទំនិញពិតប្រាកដ និងក្លែងក្លាយដើម្បីជួយដល់ការកំណត់នូវអត្តសញ្ញាណ
- ត្រូវមានលិខិតប្រគល់សិទ្ធិ
- ត្រូវត្រៀមមធ្យោបាយដឹកជញ្ជូន ឃ្លាំងសម្រាប់រក្សាទុក
- ត្រូវមានការធានា ឬ ដាក់ប្រាក់ធានា
- ត្រូវសុំសេចក្តីសម្រេចបណ្តោះអាសន្នពីតុលាការ និងជម្រុញដំណើរការជំនុំជម្រះរបស់តុលាការ។

៣.៣. នគរបាលសេដ្ឋកិច្ច និង ស្ថាប័នកាំកុងត្រូ

នគរបាលសេដ្ឋកិច្ចជាអ្នកទទួលបន្ទុក និង មានកាតព្វកិច្ចអនុវត្តច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញាក្នុងការពិនិត្យទីផ្សារក្នុងស្រុកដោយធ្វើការសហការជាមួយមន្ត្រីកាំកុងត្រូ។ ប៉ូលីសសេដ្ឋកិច្ចជាភ្នាក់ងារអនុវត្តមួយដែលផ្តល់ការគាំទ្រនូវរាល់សកម្មភាពនៃការអនុវត្តច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ នាយកដ្ឋានត្រួតពិនិត្យទំនិញ អាហារណ៍ នីហរណ៍ និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម (កាំកុងត្រូ) ដោយបន្ថែមពីលើភារកិច្ចនៃការពង្រឹងការការពាររបស់ខ្លួនទៅលើទីផ្សារក្នុងស្រុកបានរួមសហប្រតិបត្តិការជាមួយនិងនាយកដ្ឋានគយ និងរដ្ឋាករ ដើម្បីពង្រឹងការការពារកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៅតាមព្រំដែន។

ម្ចាស់ម៉ាកត្រូវសហការជាមួយនិងនគរបាលសេដ្ឋកិច្ច និង មន្ត្រីកាំកុងត្រូដូចជា៖

- អ្នកត្រូវតែទៅតាមជាមួយនឹងនគរបាលសេដ្ឋកិច្ច ឬ កាំកុងត្រូ នៅក្នុងសកម្មភាពរឹបអូសដើម្បីបង្ហាញអ្នកដែលរំលោភបំពាន ឬផ្តល់ឲ្យនូវគំនូរ គំរូនៃម៉ាកដល់សមត្ថកិច្ច

[53] មាត្រា ៣៨ នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

- សកម្មភាពនៃការរំលោភបំពានត្រូវតែច្បាស់លាស់ និងនៅកន្លែងសាធារណៈ (ដូចជាករណីកំពុងដឹកជញ្ជូន ឬ កំពុងក្នុងទីផ្សារ)
- ត្រូវមានការធានា ឬត្រូវដាក់ប្រាក់ធានា
- ការចរចារបន្ទាប់ពីទំនិញត្រូវបានរឹបអូសអាចនឹងកើតមាន
- ប្រសិនបើពុំមានការព្រមព្រៀង អាចបញ្ជូនទៅតុលាការ

៣.៤. ការសហការរបស់តុលាការ និងនគរបាលដើម្បីបិទរោងចក្រ

- ការសម្ងាត់គឺមានលក្ខណៈសំខាន់ដើម្បីធ្នក់ កុំឲ្យមានការភ្ញាក់ផ្អើល
- អាចធ្វើឲ្យអ្នករំលោភបំពានបាត់បង់ប្រជាប្រិយភាព
- អ្វីដែលចាំបាច់ក្នុងការរឹបអូសមិនមែនជារោងចក្រ ឬ និយោជិកនោះទេ ប៉ុន្តែជាសន្និធិការកត់ត្រាផ្សេងៗ និងសំខាន់បំផុត គឺម៉ាស៊ីន ផលិតដែលប្រើប្រាសសម្រាប់ផលិតទំនិញដែលបានរំលោភបំពាន ឬក្លែងក្លាយ
- ត្រូវត្រៀមលក្ខណៈប្រមូលយក ដឹកជញ្ជូន និងស្តុតទុកនូវទំនិញដែលបានរំលោភបំពាន ម៉ាស៊ីន និងសែសង្វាក់ផលិតកម្ម
- ត្រូវស្នើសុំដីការរបស់តុលាការ ដើម្បីចូលទៅក្នុងទីតាំងនៃការផលិតនោះ។[54]

ផ្នែកទី២ វិធានការតាមផ្លូវតុលាការ

តុលាការកម្ពុជាទាំងអស់ (រួមទាំងតុលាការខេត្តក្រុង សាលាឧទ្ធរណ៍ និងតុលាការកំពូល) គឺជាអង្គភាពដែលធ្វើសេចក្តីសម្រេចចុងក្រោយ ក្នុងការដោះស្រាយវិវាទកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ នៅពេលដែលមានតុលាការពាណិជ្ជកម្ម និងជំនួសស្ថាប័នទាំងឡាយដែលមានពីមុនមកមានភារៈកិច្ចដោះស្រាយរាល់វិវាទពាណិជ្ជកម្ម និងវិវាទកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។

២.១. វិធានការបណ្តោះអាសន្ន

អាជ្ញាធរ និងតុលាការដែលទទួលខុសត្រូវចំពោះការគ្រប់គ្រងអនុវត្តច្បាប់ ស្តីពីកម្មសិទ្ធិបញ្ញា មានអំណាចចេញបញ្ជាអោយអនុវត្តវិធានការបណ្តោះអាសន្នភ្លាមៗ។ និងប្រសិទ្ធភាពដោយឈរលើភស្តុតាងជាក់ស្តែងដើម្បីរារាំងការរំលោភបំពាន និងរក្សាទុកភស្តុតាងដែលពាក់ព័ន្ធ។ ក្នុងករណីដែលដើម្បីបានផ្តល់នៅភស្តុតាងត្រឹមត្រូវដែលមានហើយធ្វើឲ្យតុលាការយល់ស្របក្នុងកម្រិតមួយគ្រប់គ្រាន់សន្និដ្ឋានបញ្ជាក់ថា ដើមចោទគឺជាម្ចាស់ពិតប្រាកដហើយ សិទ្ធរបស់អ្នកប្តឹងកំពុងត្រូវបានគេរំលោភបំពាន ឬ ការរំលោភនោះនឹងអាចកើតមានបានក្នុងពេលឆាប់ៗ។[55] ហើយដើមចោទអាចបញ្ជាក់បានថាអាចនិងមានភាពអន្តរាយដែលមិនអាចជួសជុលបានចំពោះម្ចាស់ម៉ាក

---

[54] ឯកសារបង្រៀនរបស់សាស្ត្រាចារ្យ **ឃឹម គីរី "ការការពារម៉ាកនៅកម្ពុជា"** ឆ្នាំ២០១៥

[55] មាត្រា ៣០ (ក) នៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

ឬ ភ័ស្តុតាងនឹងត្រូវបំផ្លាញចោលដូចនេះតុលាការអាចនិងចេញនូវវិធានការបណ្តុះដែលអាចអនុវត្តបាន វិធានការទាំងពីរនោះរួមមានការឃាត់ទុក និងការរឹបអូស។

២.២. ការឃាត់ទុក

ការឃាត់ទុក គឺសំដៅលើការឃាត់ទុកនូវ ភស្តុតាងដែលពាក់ព័ន្ធ និងវត្ថុប្រើប្រាស់ការស្រាវជ្រាវរកវត្ថុប្រើប្រាស់និងសំភារៈលាក់បំពួនបញ្ហាអោយបញ្ឈប់នូវការរំលោភបំពាន។[56] ការឃាត់ទុកនេះគឺតំណាក់កាលដំបូងដែលមិនទាន់ធ្វើអីធ្ងន់ធ្ងរនៅឡើយទេ។ ការឃាត់ទុកគឺដើម្បីត្រួតពិនិត្យទៅ លើវត្ថុទាំងនោះដើម្បីត្រួតពិនិត្យអោយបានច្បាស់លាស់។ ហើយប្រសិនបើក្នុងករណីដែលមានឃើញ ថាមានផលិតផលម៉ាកក្លែងក្លាយពិតមែននោះ យើងឈានដល់វិធានការការរឹបអូស។

២.៣. ការរឹបអូស

ក្រោយពីធ្វើការឃាត់ទុកនូវភស្តុតាងទាំងឡាយហើយ និងធ្វើការរឹបអូសជាបណ្តោះអាសន្ននូវទំនិញនានា ដើម្បីធានាមានការទូទាត់ត្រឹមត្រូវ។[57] ការរឹបអូស និងការឃាត់ទុកនេះក្នុងគោលដៅដើម្បីរក្សាអោយបាននូវប្រយោជន៍ម្ចាស់ដើមនៃម៉ាក ព្រោះក្នុងករណីនេះជាលក្ខខណ្ឌដ៏ល្អមួយដើម្បីអោយ ជឿជាក់ថារាល់ទំនិញដែលក្លែងបន្លំនិងការរំលោភបំពានម៉ាកនិងមិនកើតឡើង ក្នុងករណីដែលមានការត្រួតពិនិត្យនិងស្រាវជ្រាវបានច្បាស់លាស់។ នេះគឺជាការពន្យាពេលដើម្បីធ្វើការសិក្សាស្រាវជ្រាវកុំអោយមានការរំលោភបំពានម៉ាកកើតឡើយ។

៣. វិធានការបណ្តឹង

៣.១. បណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណីនៅតុលាការ

ទណ្ឌកម្មរដ្ឋប្បវេណីចំពោះការក្លែងបន្លំម៉ាក គឺសំដៅដល់ការទទួលខុសត្រូវរបស់ជនល្មើសដែលក្លែងបន្លំម៉ាកចំពោះម្ចាស់ម៉ាកដែលជាកម្មវត្ថុនៃការការពារ។ ទណ្ឌកម្មនេះរួមមានការហាមឃាត់មិនឲ្យបន្តប្រព្រឹត្តអំពើក្លែងបន្លំម៉ាកនេះតទៅទៀត តាមរយៈការបញ្ចប់ការប្រើប្រាស់ម៉ាកនោះនឹងការរឹបអូស ឬ ការបំផ្លាញទំនិញដែលប្រើប្រាស់ម៉ាកក្លែងក្លាយនោះចោល ហើយជនល្មើសក៏ត្រូវឲ្យសងសំណាងរដ្ឋប្បវេណីក្នុងករណីក្លែងបន្លំម៉ាកនេះ និងជាទូទៅ គឺស្ថិតនៅក្រោមវិធាននៃនីតិរួម។

នៅក្នុងបណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណីម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធិប្តឹង ទៅលើៈ

- ម្ចាស់ម៉ាកមានសិទ្ធិប្តឹងទៅរំលោភបំពាន

[56] សៀវភៅកម្មសិទ្ធិបញ្ញា និងការអភិវឌ្ឍន៍ផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច ចំនុច (ខ) ទំព័រ ៧៨
[57] សៀវភៅកម្មសិទ្ធិបញ្ញា និងការអភិវឌ្ឍន៍ផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច ចំនុច (ខ) ទំព័រ ៧៨

- អាចជាអ្នកដទៃផ្សេងទៀតដែលស្ថិតនៅក្នុងបណ្តាញនៃ ការបែងចែកអ្នកនាំចូល អ្នកលក់ដុំ អ្នកបែងចែក អ្នកលក់រាយតូចតាច
- ពិចារណាប្តឹងតែចំពោះអ្នករំលោភណាដែលធំដុំឃើញច្បាស់ជាងគេ និងសង្ឃឹមថាការផ្សព្វផ្សាយអាក្រក់នោះ នឹងបង្អាក់អ្នកដទៃ មិនអោយធ្វើតាម
- អាចសុំសេចក្តីសម្រេចបណ្តោះអាសន្នពីតុលាការក្នុងការរឹបអូស ឬ ឃាត់មិនឲ្យធ្វើសកម្មភាព រំលោភបំពានបន្តទៀត
- ពិន័យ និង ការសងការខូចខាត អាចត្រូវបានកំណត់ដោយតុលាការ
- រឹបអូស និង បំផ្លាញទំនិញដែលរំលោភបំពាន
- ប៉ុន្តែ អាចប្រើរយៈពេលយូ ហើយការរំលោភបំពានអាចនៅតែបន្ត ក្នុងខណៈពេលដែលរឿងក្តីមិនទាន់បញ្ចប់នៅក្នុងតុលាការ។[58]

៣.២. បណ្តឹងព្រហ្មទណ្ឌនៅតុលាការ

ការទទួលខុសត្រូវព្រហ្មទណ្ឌចំពោះជនណាដែលរំលោភបំពានទៅលើម៉ាករបស់ម្ចាស់ម៉ាកត្រូវបានបញ្ញត្តិនៅក្នុងមាត្រា ៦៤ និង ៦៦ ស្តីពីម៉ាក អ្នកដែលក្លែងបន្លំពាណិជ្ជសញ្ញា សេវាសញ្ញា ម៉ាកសមូហភាព ឬ ពាណិជ្ជនាមរបស់សហគ្រាសមួយផ្សេងទៀត ដែលបានចុះបញ្ជីនៅក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ដូចមានចែងនៅក្នុងមាត្រា១១ ត្រូវផ្តន្ទាទោសពិន័យជាប្រាក់ពី ១លានរៀលដល់ ២០លានរៀលនិងត្រូវផ្តន្ទាទោសដាក់ពន្ធនាគារពី ១ឆ្នាំទៅ៥ឆ្នាំឬទោសណាមួយនៃទោសទាំងពីនេះ។[59] ក្នុងករណីមិនរាងចាលជនល្មើសត្រូវទទួលខុសត្រូវទ្វេរដងចំពោះការពិន័យជាប្រាក់ និងការដាក់ពន្ធនាគារដូចបានចែងនៅក្នុងមាត្រា៦៧។ ម្យ៉ាងទៀតបើជនល្មើសដែលត្រូវទទួលខុសត្រូវជាបុគ្គល នោះការទទួលខុសត្រូវនិងធ្លាក់ទៅដល់ នាយកគ្រប់គ្រង អ្នកចាត់ការ ឬ អ្នកតំណាងនៃនីតិបុគ្គលនោះ លើកលែងតែពួកគេអាចបង្ហាញភស្តុតាងតាមរយៈនៃបុគ្គលនោះថាគេពិតជាមិនបានដឹងលឺ ឬ ពុំបានយល់ស្របនិងបទល្មើសក្លែងបន្លំម៉ាកនៅឡើយ។

នៅក្នុងបណ្តឹងព្រហ្មទណ្ឌមានទោសបញ្ញត្តិដូចជា៖

- ការផាកពិន័យ ការដាក់ទោសអោយជាប់ពន្ធនាគារ រួមទាំងការរឹបអូស និង ការបំផ្លាញទំនិញដែលរំលោភបំពាន
- មានបែបបទ និង ការបង្ហាញភស្តុតាងមានភាពល្អិតល្អន់ជាងបណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណី
- ការប្រឆាំងតបអាចខ្ពស់ជាងបណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណី

[58] ឯកសារបង្រៀនរបស់សាស្ត្រាចារ្យ **ឃឹម គីរី "ការការពារម៉ាកនៅកម្ពុជា"** ឆ្នាំ២០១៥

[59] ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២

- មានករណីខ្លះដូចបណ្តឹងរដ្ឋប្បវេណីដែរ បណ្តឹងព្រហ្មទណ្ឌអាចប្រើរយៈពេលយូរ ហើយនៅខណៈនោះ ការរំលោភបំពានអាចនៅតែមានបន្ត។[60]

❖ សម្រាប់អ្នករំលោភបំពាន ក៏មានសិទ្ធិគ្រប់គ្រាន់ក្នុងការប្រឆាំងតបវិញគ្រប់វិធី ដើម្បីកុំអោយជាប់ពន្ធនាគារបានដែរ។

៤. យន្តការដែលដាក់ចេញពីរាជរដ្ឋាភិបាល

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ត្រូវបានរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា ប្រគល់អោយទទួលបេសកកម្មដឹកនាំ និងគ្រប់គ្រងលើវិស័យពាណិជ្ជកម្មក្នុង និងក្រៅប្រទេសនៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា។[61] ក្រសួងពាណិជ្ជកម្មមានមុខងារ និងភារកិច្ចជាច្រើន ដែលក្នុងនោះមានការសម្របសម្រួលការងារកម្មសិទ្ធិបញ្ញាគ្រប់គ្រងដោយផ្ទាល់ម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ការសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ និងការការពារពត៌មានសម្ងាត់ពាណិជ្ជកម្ម ត្រួតពិនិត្យគុណភាព បរិមាណ ទម្ងន់យថាប្រភេទទំនិញ នាំចេញ នាំចូល។ បង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ គុណភាពទំនិញនៅលើទីផ្សារ លើកលែងតែផលិតផលឱសថ បរិក្ខារពេទ្យ និងគ្រឿងសម្អាង។[62] ក្រៅពីប្រគល់បេសកម្ម និងភារកិច្ចជាច្រើនដល់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម រាជរដ្ឋាភិបាលក៏បានការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធដល់ក្រសួងនេះផងដែរ ហើយរចនាសម្ព័ន្ធនោះត្រូវបានបែងចែកជា ៣ថ្នាក់រួមមាន៖ ថ្នាក់កណ្តាល អង្គភាពមូលដ្ឋាន និងសហគ្រាសសាធារណៈ។ ដោយឡែកចំពោះ រចនាសម្ព័ន្ធថ្នាក់កណ្តាល គឺមានភារកិច្ចដឹកនាំគ្រប់គ្រងលើវិស័យពាណិជ្ជកម្មក្នុង និងក្រៅប្រទេស ជាពិសេសលើវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា និងមានភារកិច្ចបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំលើទំនិញ ឬផលិតផលនានាដែលបាន នាំចេញ នាំចូលក្នុង និងក្រៅប្រទេស។

- រចនាសម្ព័ន្ធ ថ្នាក់កណ្តាលមាន៖
    - ខុទ្ទកាល័យ
    - នាយកដ្ឋានសវនកម្មផ្ទៃក្នុង
    - អគ្គាធិការដ្ឋាន
    - អគ្គនាយកដ្ឋានរដ្ឋបាល និងហិរញ្ញវត្ថុ

      អគ្គនាយកដ្ឋាននេះមាននាយកដ្ឋានចំណុះចំនួន០៣គឺ៖

      ១. នាយកដ្ឋានរដ្ឋបាល

      ២. នាយកដ្ឋានបុគ្គលិក

      ៣. នាយកដ្ឋានគណនេយ្យ និងហិរញ្ញវត្ថុ

---

[60] ឯកសារបង្រៀនរបស់សាស្ត្រាចារ្យ **ឃឹម គីរី "ការការពារម៉ាកនៅកម្ពុជា"** ឆ្នាំ២០១៥

[61] មាត្រា ២ អនុក្រឹត្យស្តីពីការរៀបចំ និងប្រព្រឹត្តទៅរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ឆ្នាំ២០០៧

[62] មាត្រា ៣ អនុក្រឹត្យស្តីពីការរៀបចំ និងប្រព្រឹត្តទៅរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ឆ្នាំ២០០៧

- អគ្គនាយកដ្ឋានពាណិជ្ជកម្មអន្តរជាតិ

អគ្គនាយកដ្ឋាននេះមាននាយកដ្ឋានចំណុះចំនួន០៦គឺ៖

១. នាយកដ្ឋានពាណិជ្ជកម្មទ្វេភាគី

២. នាយកដ្ឋានប្រព័ន្ធអនុគ្រោះពាណិជ្ជកម្ម

៣. នាយកដ្ឋានពាណិជ្ជកម្មពហុភាគី

៤. នាយកដ្ឋានជម្រុញពាណិជ្ជកម្ម

៥. នាយកដ្ឋានផ្តល់ពតិមាន និងផ្ទៀងផ្ទាត់ច្បាប់

៦. នាយកដ្ឋានសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ

- អគ្គនាយកដ្ឋានពាណិជ្ជកម្មក្នុងប្រទេស

  អគ្គនាយកដ្ឋាននេះមាននាយកដ្ឋានចំណុះចំនួន០៥គឺ៖

  ១. នាយកដ្ឋានកម្ពុជាត្រួតពិនិត្យទំនិញ នីហ័រណា អាហ័រណា និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ

  ២. នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា

  ៣. នាយកដ្ឋានស្ថិតិ និងពតិមានពាណិជ្ជកម្ម

  ៤. នាយកដ្ឋានចុះបញ្ជីពាណិជ្ជកម្ម

  ៥. នាយកដ្ឋាននីតិកម្ម។[63]

សម្រាប់រចនាសម្ព័ន្ធថ្នាក់កណ្តាលដែលបានរៀបរាប់ខាងលើ គឺមានអគ្គនាយកដ្ឋាន និងនាយកដ្ឋានជាច្រើនដែលទទួលបន្ទុកលើវិស័យពាណិជ្ជកម្មក្នុង និងក្រៅប្រទេស ជាពិសេសផ្នែកកម្មសិទ្ធិបញ្ញា នៅក្នុងប្រទេស។ រាជរដ្ឋាភិបាលក៏បានកំណត់យ៉ាងច្បាស់លាស់អំពីមុខងារ និងភារកិច្ចរបស់នាយកដ្ឋាននីមួយៗនៅក្នុងរចនាសម្ព័ន្ធផងដែរ ដោយឡែកវិស័យកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដែលផ្តោតសំខាន់ទៅលើម៉ាក និង ការបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំម៉ាកនៅកម្ពុជា ដែលត្រូវបានអគ្គនាយកដ្ឋានពាណិជ្ជកម្មក្នុងប្រទេស ជាអ្នកទទួលបន្ទុកដោះស្រាយ និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ ដោយធ្វើការសហការជាមួយនាយកដ្ឋាននានាដែលចំណុះអោយអគ្គនាយកដ្ឋាននេះ និងអគ្គនាយកដ្ឋានផ្សេងៗដែលពាក់ព័ន្ធក្នុងនោះមាន៖

- នាយកដ្ឋានកម្ពុជាត្រួតពិនិត្យទំនិញ នីហ័រណា អាហ័រណា និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ មានភារកិច្ច៖
  - ផ្តល់សេវាត្រួតពិនិត្យទំនិញ នាំចេញនាំចូល រួមជាមួយស្ថាប័នគយ និងរដ្ឋាករ ផ្អែកលើកិច្ចសម្រួលពាណិជ្ជកម្មតាមរយៈការគ្រប់គ្រងហានិភ័យ

[63] មាត្រា ៤ អនុក្រឹត្យស្តីពីការរៀបចំ និងប្រព្រឹត្តទៅរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ឆ្នាំ២០០៧

- ការពារអ្នកប្រើប្រាស់ ធានាគុណភាព សុវត្ថិភាពផលិតផលទំនិញ និងបង្ក្រាបការក្លែងបន្លំ ដោយសហការជាមួយក្រសួងពាក់ព័ន្ធ
- ធ្វើវិញ្ញាបនបត្រកម្ម ចំពោះទំនិញនាំចេញ តាមសំណើររបស់អ្នកស្នើសុំ ដើម្បីបំពេញលក្ខខណ្ឌតម្រូវនៃប្រទេសនាំចូល។[64]

- នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា មានភារកិច្ចៈ
  - ទទួលបន្ទុក និងសហការរៀបចំច្បាប់ និងបទប្បញ្ញត្តិ ទាក់ទងនិងកម្មសិទ្ធិបញ្ញាដូចខាងក្រោមៈ
    + ម៉ាកពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់
    + ការសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រាទំនិញ
    + ការការពារពត៌មានសម្ងាត់ពាណិជ្ជកម្ម
    + ការផ្ទេរអាជ្ញាប័ណ្ណ និងសិទ្ធិធ្វើអាជីវកម្ម
    + កម្មសិទ្ធិបញ្ញាផ្សេងៗទៀត ដែលជាសមត្ថកិច្ចរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
  - ធ្វើការចុះបញ្ជីម៉ាក និងការសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ ព្រមទាំងកត់ត្រាការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណ និងការផ្តល់សិទ្ធិធ្វើអាជីវកម្មម៉ាក
  - ចេញលិខិតទទួលស្គាល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខម៉ាកផលិតផលស្របច្បាប់ និងតាមសំណូមពររបស់ម្ចាស់ម៉ាកស្របច្បាប់
  - សហការជាមួយមន្ទីពាណិជ្ជកម្មខេត្ត ក្រុង ក្នុងការទទួលពាក្យចុះបញ្ជី និងដោះស្រាយវិវាទ អំពីម៉ាក និងការសម្គាល់ភូមិសាស្ត្រទំនិញ
  - ដោះស្រាយវិវាទនានា ទាក់ទងនិងកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដែលជាសមត្ថកិច្ចរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
  - សហការជាមួយអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច និងស្ថាប័នតុលាការ ដើម្បីបញ្ឈប់ការរំលោភកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។[65]

៥. យន្តការដែលជាក់ចេញពីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម និង ស្ថាប័នពាក់ព័ន្ធ

ស្ថាប័នដែលមានភារកិច្ចក្នុងការដោះស្រាយ និងបង្ក្រាបនៅពេលមានការរំលោភបំពានម៉ាករួម

មានៈ

៥.១. ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

[64] មាត្រា ២០ អនុក្រឹត្យស្តីពីការរៀបចំ និងប្រព្រឹត្តទៅរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ឆ្នាំ២០០៧

[65] មាត្រា ២១ អនុក្រឹត្យស្តីពីការរៀបចំ និងប្រព្រឹត្តទៅរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ឆ្នាំ២០០៧

នៅក្នុងក្រសួងពាណិជ្ជកម្មមាន នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាដែលដើរតួនាទីជាអ្នកអនុវត្តនៃច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ និងជាអ្នកសម្របសម្រួលលើវិវាទដែលទាក់ទងនិងម៉ាករវាងម្ចាស់ម៉ាកកម្មសិទ្ធិ (ដើមបណ្តឹង) និង អ្នករំលោភបំពាន (ចុងចម្លើយ)។ ការបែងចែកការអនុវត្តច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញាត្រូវធ្វើឡើងតាមរយៈ៖

➢ ចំណាត់ការស្វ័យប្រវត្តិតាមបទបញ្ញាច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និង អំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។ ការចាប់ផ្តើមនេះជាធម្មតាអនុវត្តក្នុងករណីមានភស្តុតាងច្បាស់លាស់នៃការរំលោភបំពាន ឬសកម្មភាពដែលមានចែងក្នុងច្បាប់ ឬ ករណីរំលោភបំពានលើម៉ាកល្បី និងភស្តុតាងផ្សេងទៀតនៃសកម្មភាពនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ត្រូវបានរាប់បញ្ចូលទៅស្ថាប័នវិវាទ និងការធ្វើបណ្តឹងឧទ្ធរណ៍។

ស្ថាប័ននេះធ្វើការចាត់ចែងទៅលើវិវាទដោយ៖

- ការស្នើសុំនៃដើមបណ្តឹង តាមរយៈបណ្តឹងដែលបែបបទនេះ ជាធម្មតាត្រូវបានគេហៅភាគីទាំងពីរអោយចរចារគ្នាដោយការបង្ហាញភស្តុតាងដែលភាគីមានរៀងខ្លួន។ ទាំងនេះ គឺមិនមែនសិទ្ធិកាត់ក្តីអោយភាគីទាំងអស់ ចូលមកស្តាប់តាមបង្គាប់អោយឈប់ និងការពារការរំលោភបំពានផ្សេងទៀតទេ។
- ម្យ៉ាងទៀតនាយកដ្ឋានក៏ត្រូវបានដើរតួនាទីជាអ្នកផ្តល់ប្រឹក្សាបច្ចេកទេស និងផ្តល់ឯកសារយោងទៅតុលាការហើយការអនុវត្តបែបនេះ និងត្រូវយកទៅអនុវត្តតាមសំណើររបស់ចៅក្រមប្រសិនបើ មានការស្មុគស្មាគក្នុងករណីដែលត្រូវបានប្រឈមមុខដោយតុលាការ (គោលការណ៍កម្មសិទ្ធិបញ្ញា ឬ ការបកស្រាយច្បាប់កម្មសិទ្ធិបញ្ញា) ហើយដោយសារតែប្រភេទបណ្តឹងកម្មសិទ្ធិកម្មបញ្ញានៅមិនទាន់កើតមានឡើងនៅកម្ពុជាទើបអ្នកមិនសុខចិត្តត្រូវធ្វើការប្តឹងទៅស្ថាប័នតុលាការតែម្តង។

៥.២. ការិយាល័យប្រឆាំងបទល្មើសកម្មសិទ្ធិបញ្ញា

ប្រសិនបើករណីគ្រប់យ៉ាងស្ថាប័នគយទប់មិនជាប់ទេនោះ គឺត្រូវមាននគរបាលសេដ្ឋកិច្ចតាម បណ្តឹងរបស់ម្ចាស់ម៉ាក។ ទាំងនេះ គឺជាវិធានការរដ្ឋបាល (វិធានការផ្នែករដ្ឋបាល និងឧបាស្រ័យរាប់ បញ្ចូល ទាំងការព្រមាន ការពិន័យជាប្រាក់រហូតដល់ ២៥លានរៀល)។ ការរឹបអូសយកសម្ភារៈវត្ថុប្រើប្រាស់ ការបំផ្លាញទំនិញដែលរំលោភបំពាន និងការសងជំងឺចិត្ត។

ការរកដំណោះស្រាយទូទៅសម្រាប់កាត់បន្ថយករណីនៃការរំលោភបំពាន គឺជាអធិបញ្ញាដោយផ្ទាល់ដែលមានគោលបំណងចម្បងគឺ ដើម្បីរារាំងចុងបណ្តឹងកុំអោយបន្តប្រព្រឹត្ត អំពើរំលោភបំពានតទៅទៀត។ ប្រសិទ្ធភាពជាក់ស្តែងនៃដំណោះស្រាយនេះគឺតែងតែអាចបញ្ចប់ជម្លោះបាន។ ជាទូទៅអំពើនៃការរំលោភបំពានអាចត្រូវបានដោះស្រាយតាមរយៈ កិច្ចដំណើរការនីតិវិធីក្នុងប្រព័ន្ធតុលាការ។ ប៉ុន្តែបញ្ហាទាំងនេះ ក៏អាចដោះស្រាយបានតាម រយៈ ការសម្រុះសម្រួលពីមន្ត្រីនៃនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម។

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ម៉ាកមួយដើម្បីទទួលបានការការពារស្របច្បាប់ គឺត្រូវតែចុះបញ្ជីទៅតាមលក្ខខណ្ឌដែលច្បាប់បានកំណត់។ ចំពោះនីតិវិធីនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក គឺមានច្រើនដំណាក់កាល ដែលជាកត្តាមួយធ្វើអោយអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំ និងអ្នកត្រូវបានគេរំលោភបំពានម៉ាក ស្ទើតែបោះបង់សិទ្ធិរបស់ខ្លួនដែលច្បាប់បានផ្តល់អោយ។ ដោយឡែកប្រសិនបើ ពួកគាត់ព្យាយាមធ្វើការចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ពួកគាត់អោយបានត្រឹមត្រូវទៅតាមច្បាប់បានកំណត់នោះ បន្ទាប់ពីការចុះបញ្ជីបានជោគជ័យហើយ ម្ចាស់ម៉ាក និងទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ និងការការពារតាមផ្លូវច្បាប់។ នេះជាកត្តាមួយ ដ៏ប្រសើរសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជាបានបង្កើតអោយមាន នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា និងនាយកដ្ឋានចុះបញ្ជីម៉ាកនេះឡើង ដើម្បីទទួលធ្វើការចុះបញ្ជីម៉ាក និងជួយដោះស្រាយរាល់វិវាទដែលទាក់ទង និងម៉ាកនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ សកម្មភាពបែបនេះ វាជាកត្តាមួយដែលជួយជំរុញវិស័យសេដ្ឋកិច្ចជាតិ ជាពិសេសខាងផ្នែកវិនិយោគទុន ពីបរទេសក៏មានការកើនឡើងគួរអោយកត់សម្គាល់។ នៅពេលមានការវិនិយោគទុន មានការកើនឡើងនៅក្នុងប្រទេសឱកាសការងារក៏មានការកើនឡើងផងដែរ។ ចំនុចសំខាន់មួយទៀត គឺជួយជំរុញនិងលើកទឹកចិត្តដល់សហគ្រាស ឬក្រុមហ៊ុនក្នុងការខិតខំធ្វើអាជីវកម្មការបង្កើតថ្មី ឬ ការច្នៃ ប្រឌិតថ្មី សម្រាប់ជាប្រយោជន៍ដល់អ្នកប្រើប្រាស់ ក៏ដូចជាសង្គមជាតិទាំងមូល។ បើគ្មានច្បាប់ស្តីពីការការពារម៉ាកនោះទេ ពួកគាត់ច្បាស់ជាមិនមានទឹកចិត្តនៅក្នុង ការបង្កើតថ្មី ឬស្រាវជ្រាវអ្វីដែលថ្មីនោះទេ ហើយសង្គមជាតិក៏មិនមានការរីកចម្រើនជឿនលឿនដែរ។ បន្ទាប់ពីម៉ាកមួយបានចុះបញ្ជីរួចហើយ ប្រសិនបើមានករណីរំលោភបំពានម៉ាកបានកើតឡើង នោះអ្នកដែលជាម្ចាស់ម៉ាកនិងទទួលបានការការពារពីច្បាប់។ អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច ជាអ្នកទទួលបន្ទុកដោះស្រាយវិវាទនោះ (នាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ឬតុលាការ)។ ចំពោះជនដែលបានប្រព្រឹត្តអំពើរំលោភបំពានម៉ាក ហើយបានលួចធ្វើការក្លែងបន្លំលើម៉ាក ដែលបានចុះបញ្ជីរួច ក៏ត្រូវទទួលទោសទៅតាមច្បាប់បានកំណត់ផងដែរ (ទោសរដ្ឋប្បវេណី និងទោសព្រហ្មទណ្ឌ)។

សម្រាប់យន្តការការពារម៉ាកវិញ ច្បាប់បានផ្តោតសំខាន់ទៅលើ វិធានការបឋម វិធានការតាមផ្លូវតុលាការ។ ហើយវិធានការទាំងពីរនេះគឺដាក់ឡើងសម្រាប់ដោះស្រាយចំពោះតែវិវាទនៃការក្លែងបន្លំម៉ាកដែលបានរកឃើញ និងប្តឹងដោយម្ចាស់ម៉ាកប៉ុណ្ណោះ។ ចំពោះម៉ាកល្បីវិញ គឺទទួលបានការការពារពីច្បាប់ដោយស្វ័យប្រវត្តិ ដោយមិនចាំបាច់ចុះបញ្ជី ហើយក៏មិនត្រូវបង់កម្រៃណាមួយទេ។ ប៉ុន្តែបច្ចុប្បន្ននេះការកើនឡើង និងលំហូរចូលនៅម៉ាកល្បីមកកាន់ប្រទេសកម្ពុជាយើងគឺមានចំនួនកើនឡើងច្រើន វាបានបង្កជាផលវិបាកផងដែរដល់ការការពារម៉ាកនោះដោយគ្មានទទួលបានកម្រៃពីការចុះបញ្ជី និងកម្រៃផ្សេងទៀត។ ដូច្នេះរដ្ឋគួរតែបង្កើតនូវយន្តការថ្មីមួយចំពោះម៉ាកល្បីដែលបានធ្វើចរាចរណ៍នៅក្នុងទីផ្សារកម្ពុជា។ យន្តការទាំងនោះមានដូចជា តម្រូវអោយម៉ាកទាំង

នោះត្រូវតែចុះបញ្ជីនៅកម្ពុជា ទើបអនុញ្ញាតអោយយកមកចរាចរណ៍នៅក្នុងទីផ្សារកម្ពុជា។ ការធ្វើបែបនេះ គឺដើម្បីនាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញាផ្ដល់ការការពារយ៉ាងពេញលេញ និងស្របច្បាប់ ហើយក៏ទទួលបានកម្រៃពីការចុះបញ្ជីរបស់ម៉ាកទាំងនោះផង។

ឯកសារយោង

1. ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកពាណិជ្ជកម្ម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ២០០២
2. ច្បាប់ស្តីពីម៉ាកសម្គាល់ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ ឆ្នាំ២០១៤
3. ប្រកាសអន្តរក្រសួងស្តីពីកម្រៃរដ្ឋបាលក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាក និងកម្រៃរដ្ឋបាលពាក់ព័ន្ធនានា ឆ្នាំ២០០៧
4. សៀវភៅកម្មសិទ្ធិបញ្ញា និងការអភិវឌ្ឍសេដ្ឋកិច្ច
5. អនុក្រឹតស្តីពីការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពី ម៉ាក ពាណិជ្ជកម្ម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ ឆ្នាំ ២០០៦
6. អនុក្រឹត្យស្តីពីការរៀបចំ និងប្រព្រឹត្តទៅរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ឆ្នាំ២០០៧
7. ឯកសារបង្រៀនទាក់ទង និងការចុះបញ្ជីម៉ាករបស់ឯឧត្តម វ៉ា រុតសាន ប្រធាននាយកដ្ឋានកម្មសិទ្ធិបញ្ញានៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
8. ឯកសារបង្រៀនរបស់សាស្ត្រាចារ្យ ឃឹម គីរី "ការការពារម៉ាកនៅកម្ពុជា" ឆ្នាំ២០១៥
9. https://www.cambodiaip.gov.kh

តារាងឧបសម្ព័ន្ធ

ល.រ	ឈ្មោះឯកសារ
១	ច្បាប់ស្តីពីម៉ាក ពាណិជ្ជនាម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ៧ កុម្ភៈ ឆ្នាំ ២០០២
២	អនុក្រឹតស្តីពី ការអនុវត្តច្បាប់ស្តីពីម៉ាកពាណិជ្ជកម្ម និងអំពើប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់, ១២ កក្កដា ឆ្នាំ ២០០៦
៣	ប្រកាសអន្តរក្រសួងស្តីពីកម្រៃរដ្ឋបាលក្នុងការចុះបញ្ជីម៉ាក និងកម្រៃរដ្ឋបាលពាក់ព័ន្ធនានា (របស់ក្រសួងសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ និងក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម) ចុះថ្ងៃទី ០៨ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០០៧
៤	គំរូពាក្យស្នើសុំចុះបញ្ជីម៉ាក TM001(ខ្មែរ និងអង់គ្លេស)
៥	អនុក្រឹត្យស្តីពីការរៀបចំ និងប្រព្រឹត្តទៅរបស់ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ឆ្នាំ២០០៧