ទិវាកម្មសិទ្ធិបញ្ញាពិភពលោក

"សិទ្ធិឯកាធិភាព និង សិទ្ធិផ្តាច់មុខ"

ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

២៨ មេសា ២០១៥

វ៉ា រ័ត្នសាន
ទីប្រឹក្សាក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម

គោលបំណង

- នៅពេលបញ្ចប់បទបង្ហាញនេះ អ្នកចូលរួមនឹងអាចយល់ដឹង :
  - អំពីអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់
  - យល់ច្បាស់អំពីផលប្រយោជន៍នៃការចុះបញ្ជីម៉ាក ដូចជា សិទ្ធិផ្តាច់មុខ
  - អំពីសិទ្ធិផ្តាច់មុខកម្មសិទ្ធិបញ្ញាទាក់ទងនឹងការនាំចូល និង សិទ្ធិឯកាធិភាព

មាតិកា

I-ផលប្រយោជន៍នៃការចុះបញ្ជីម៉ាក

II-តើអ្វីទៅជាអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់

III-សិទ្ធិផ្តាច់មុខកម្មសិទ្ធិបញ្ញានិងសិទ្ធិឯកាធិភាព

I- ផលប្រយោជន៍នៃការចុះបញ្ជីម៉ាក

A-រយៈពេលនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក

B- ផលប្រយោជន៍នៃការចុះបញ្ជីម៉ាក

A- រយៈពេលនៃការចុះបញ្ជីម៉ាក (ប្រៀបធៀបជាមួយប្រទេសមួយចំនួន)

ល.រ	ប្រទេស	រយៈពេល
1.	កម្ពុជា	6ទៅ 9 ខែ
2.	អាស៊ាន	៦ ទៅ ១២ ខែ
3.	ជប៉ុន	៨ ទៅ ១២ ខែ
4.	សហរដ្ឋអាមេរិក	១០ ទៅ ១៨ ខែ

B- ផលប្រយោជន៍នៃការចុះបញ្ជីម៉ាក

- ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី បានសិទ្ធិផ្តាច់មុខទូទាំងប្រទេសកម្ពុជា ក្នុងការ:
  - ប្រើប្រាស់ជាម៉ាកដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណនិងផ្សព្វផ្សាយទំនិញ ឬសេវា ដែលបានចុះបញ្ជី

  (ប្រើប្រាស់ មានន័យថា នាំចូល នាំចេញ ផលិត ដាក់លក់ លក់ មាត្រា ៦៦)
  - អនុញ្ញាតឬផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណ ឱ្យអ្នកណាម្នាក់ ប្រើប្រាស់ម៉ាកក្រោមការត្រួតពិនិត្យរបស់ម្ចាស់ (មាត្រា ១៩)
  - កសាងតម្លៃបញ្ចូលក្នុងម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី

❖ ***ចាត់វិធានការច្បាប់*** ប្រឆាំងនឹងពាណិជ្ជករផ្សេងទៀត ដែលរំលោភបំពានម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី ក្នុងនោះ៖

- ❑ <u>ម៉ាកដែលដូចគ្នា</u>សម្រាប់ទំនិញ/សេវាដែលដូចឬប្រហាក់ប្រហែលដែលនាំឱ្យភាន់ច្រឡំ (មាត្រា ១១ខ)
- ❑ <u>ម៉ាកប្រហាក់ប្រហែល</u>ដែលនាំឱ្យភាន់ច្រឡំសម្រាប់ទំនិញ/សេវា ឬប្រហាក់ប្រហែលដែលនាំឱ្យភាន់ច្រឡំ (មាត្រា១១ខ)

❖ ប្ដឹងទៅអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច (គយ កាំកុងត្រូល ប៉ូលីសសេដ្ឋកិច្ច តុលាការ) ***ដើម្បីរារាំងការនាំចូល*** ទំនិញរំលោភបំពាន ឬទំនិញសង្ស័យរំលោភបំពាន ម៉ាក (មាត្រា ៣៥).

HI-TECH
evian
19 3 2005

II. តើអ្វីទៅជាអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់(មាត្រា ២២និង២៣)

- ១) មាត្រា២២: អំពើនៃការប្រកួតប្រជែងណា ***ដែលផ្ទុយពីគោលការណ៍នៃការអនុវត្តទៀងត្រង់*** នៅក្នុងវិស័យឧស្សាហកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម ឬសេវាកម្ម ត្រូវចាត់ទុកថាជាការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។
- នេះជានិយមន័យយ៉ាងទូលាយ និងរួមមានអំពើនានាដូចជា:
  - *ការបង្កូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះគូប្រកួតប្រជែង*
  - *ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដែលនាំឱ្យភាន់ច្រឡំ*
  - ការអូសទាញនិយោជិកសំខាន់ៗ ពីគូប្រកួតប្រជែង
  - ការលួចព័ត៌មានសម្ងាត់ផ្នែកពាណិជ្ជកម្ម។

➢ ២) មាត្រា ២៣ :

ជាពិសេស ទង្វើទាំងឡាយដូចខាងក្រោម ត្រូវចាត់ទុកថាបាន*បង្កើត*អំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់៖

- ❖ *(a): ការបង្កើតឱ្យមានការ**ភាន់ច្រឡំ** តាមមធ្យោបាយណាមួយ* ជាមួយ<u>សហគ្រាស</u> ជាមួយ ***ទំនិញ*** *ឬជាមួយ**សកម្មភាព**ឧស្សាហកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម ឬសេវាកម្ម **នៃគូប្រកួតប្រជែង**។*

LONGKOU
Vermicelli
龍口粉絲

LUNGKOW
Vermicelli
龍口粉絲

"CỌP ĐỎ"
CHICKEN INSTANT NOODLES
MÌ GÀ

CHICKEN INSTANT NOODLES
MÌ GÀ
鸡汁
VIFON
Khối lượng tịnh : 70g

Sprite

2L
SUNLY

Gleam

*(b):**ការពោលអះអាងមិនត្រឹមត្រូវ**ក្នុងពាណិជ្ជកម្ម ដែល**ធ្វើឱ្យខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះ***

***សហគ្រាស ទំនិញ ឬ សកម្មភាព**ឧស្សាហកម្ម ពាណិជ្ជកម្ម ឬសេវាកម្ម **នៃគូប្រកួតប្រជែង**។*

ឧទាហរណ៍:

តើវាជាអំពើនៃការប្រកួតមិនស្មោះត្រង់ឬទេ?

មានបណ្ដឹងមួយពីក្រុមហ៊ុនBeeline ដោយអះអាងថា៖ វីដេអូខ្លីរបស់ក្រុមហ៊ុន Smart Mobile ជាអំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់។

សូមមើលវីដេអូខ្លី ទាក់ទងនឹងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម របស់ក្រុមហ៊ុន Smart Mobile រួចសូមវាយតម្លៃ។

❖ *(c):* **ការបញ្ជាក់ ឬការពោលអះអាង** ដែលបាន**ប្រើប្រាស់** នៅក្នុងពាណិជ្ជកម្ម ដែល**អាច**ធ្វើឱ្យសាធារណជន**ភាន់**ច្រឡំ អំពីប្រភេទ ការផលិត លក្ខណៈ ភាពសមស្រប សម្រាប់គោលបំណងរបស់គេ ឬបរិមាណនៃទំនិញ។

➢ អំពើនៃការប្រកួតប្រជែងមិនស្មោះត្រង់ដែលទាក់ទងយ៉ាងជិតស្និទ្ធនឹងម៉ាក គឺ *ការក្លែងបន្លំ* ។

ឧទាហរណ៍:
Pasterized (ទឹកដោះគោ)
មានវីតាមីន C (Dringking water)
ធម្មជាតិ100% (គ្រឿងសំអាង)
ស្តង់ដារអាមេរិក (រាល់ទំនិញទាំងអស់)
ផលិតក្រោមអាជ្ញាប័ណ្ណនៃ........ (រាល់ទំនិញទាំងអស់)

III- សិទ្ធិផ្តាច់មុខ និងសិទ្ធិឯកាធិភាព

A- ការអនុវត្តជាអន្តរជាតិនៃការផុតរលត់សិទ្ធិ នៃកម្មសិទ្ធិបញ្ញា

A- ភាពផ្តាច់មុខនៃសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា

C- សិទ្ធិឯកាធិភាព

D- ដំណើរការ និងការដោះស្រាយវិវាទសិទ្ធិផ្តាច់មុខនៃការនាំចូល

A- ការអនុវត្តជាអន្តរជាតិនៃការផុតរលត់សិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា

1. ការផុតរលត់សិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា (Exhaustion of IP Rights)
2. ការនាំចូលស្របគ្នា (Parallel Import)
3. ការផុតរលត់សិទ្ធិជាអន្តរជាតិ នៃសិទ្ធិលើម៉ាក (International Exhaustion of Mark Rights
4. គោលការណ៍ដែនដី នៃសិទ្ធិលើម៉ាក (Territorial Concept of Mark Rights)

1. ការផុតរលត់សិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា (Exhaustion of IP Rights)

- ការផុតរលត់សិទ្ធិយោងដល់ការកម្រិត**សិទ្ធិ**កម្មសិទ្ធិបញ្ញា។
- នៅពេលដែលផលិតផលមួយដែលការពារដោយកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ត្រូវបានលក់ដោយម្ចាស់សិទ្ធិ ឬ ដោយបុគ្គលដទៃ ដោយមានការយល់ព្រមពីម្ចាស់សិទ្ធិ ក្នុងការធ្វើអាជីវកម្មលើផលិតផលណាមួយនោះ លែងអាចអនុវត្តបានដោយម្ចាស់សិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញាហើយ ដោយសារផុតរលត់សិទ្ធិទាំងនេះ ។
- ជួនកាល ការកម្រិតនេះ ត្រូវបានហៅផងដែរថា៖ ***គោលការណ៍លក់លើកដំបូង*** ព្រោះសិទ្ធិនៃការធ្វើអាជីវកម្មលើផលិតផលនោះត្រូវបានបញ្ចប់នៅពេល ផលិតផលនោះត្រូវបានលក់លើកដំបូង។

2. ការនាំចូលស្របគ្នា (Parallel Import)

- លើកលែងតែចែងផ្សេងដោយច្បាប់ សកម្មភាពលក់បន្តជាបន្តបន្ទាប់ ជួល ឱ្យខ្ចី ឬ ទម្រង់ផ្សេងៗទៀតនៃការប្រើប្រាស់បែបពាណិជ្ជកម្ម ដោយភាគីទីបី ម្ចាស់សិទ្ធិគ្មានសិទ្ធិគ្រប់គ្រង ឬជំទាស់ឡើយ។
- បញ្ហានេះមានការពាក់ព័ន្ធនឹងការ**នាំចូលស្របគ្នា**។
- ការនាំចូលស្របគ្នានេះ រួមមានទាំងកិច្ចការពារប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម ម៉ាក គំនូសឧស្សាហកម្ម និងសិទ្ធិអ្នកនិពន្ធ។

- មានគោលការណ៍នៃការអនុវត្តចំនួន៣ ដែលទាក់ទងនឹងការនាំចូលទំនិញពាក់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី ដូចជា គោលការណ៍នៃការផុតរលត់សិទ្ធិម៉ាកជា***អន្តរជាតិ*** ជា***តំបន់ និងជាតិ(***គោលការណ៍***ដែនដី)*** នៃសិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាក។
- ដើម្បីដឹងថាប្រទេសណាមួយ អនុម័តយកគោលការណ៍ណាមួយ ច្បាប់នៃប្រទេសនោះជាអ្នកកំណត់គោលការណ៍។
- កម្ពុជា អនុម័តយក**សិទ្ធិដែនដី** /***ជាតិ*** នៃសិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាក(មាត្រា១១(គ))។

3. ការផុតរលត់សិទ្ធិជាអន្តរជាតិ នៃសិទ្ធិលើម៉ាក (International Exhaustion of Mark Rights)

- នៅពេលផលិតផលមួយ ពាក់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី បានដាក់លក់លើទីផ្សារដោយម្ចាស់ម៉ាក ឬដោយមានការយល់ព្រមពីខ្លួន សិទ្ធិផ្តាច់មុខត្រូវបានផុតរលត់ (គោលការណ៍នៃការផុតរលត់សិទ្ធិម្ចាស់ម៉ាកអន្តរជាតិ)។
- មានន័យថា ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី មិនអាចជំទាស់លើការនាំចូលស្របគ្នានៃផលិតផល***សុទ្ធថ្មី*** ដែលពាក់ម៉ាករបស់ខ្លួន ក្នុងទីផ្សារបរទេសឡើយ។

4. គោលការណ៍ដែនដី នៃសិទ្ធិលើម៉ាក (Territorial Concept of Mark Rights)

- កម្ពុជា និង ប្រទេសមួយចំនួន ដូចជា ចក្រភពអង់គ្លេស ប្រទេសស្វីស អនុម័តយកគោលការណ៍ ដែនដីនៃសិទ្ធិម៉ាក។
- មាត្រា១១(គ) ចែងថា " សិទ្ធិដែលទទួលបានតាមរយៈការចុះបញ្ជីម៉ាក នឹងមិនរាប់បញ្ចូលនូវការដាក់លក់ទំនិញនៅលើទីផ្សារក្នុងព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ដោយម្ចាស់ដែលបានចុះបញ្ជី ឬដោយមានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ម៉ាកនោះទេ។
- ដូច្នេះ ម្ចាស់ម៉ាក អាចមានសិទ្ធិជំនាស់នឹងការនាំចូលស្របគ្នា។

B-ភាពផ្តាច់មុខនៃសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា(Exclusivity)

- ជាទូទៅ ប្រព័ន្ធកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ផ្តល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខឱ្យម្ចាស់សិទ្ធិស្របច្បាប់នៃកម្មសិទ្ធិបញ្ញា ដូចជា ម៉ាក ប្រកាសនីយបត្រតក្កកម្ម វិញ្ញាបនបត្រម៉ូដែលមានអត្ថប្រយោជន៍ គំនូសឧស្សាហកម្ម សិទ្ធិអ្នកនិពន្ធ សៀគ្វីបង្រួម (IC) សិទ្ធិអ្នកបង្កាត់ពូជដំណាំ ..... លើអ្វីទាំងអស់ ដែលគេបង្កើត ច្នៃប្រឌិតថ្មី។
- ប្រសិនបើ ***គ្មានសិទ្ធិផ្តាច់មុខ***ទេ ***គ្មានអ្នកណាម្នាក់ចង់បង្កើត ឬច្នៃប្រឌិតអ្វីដែលថ្មី*** ដោយសារការច្នៃប្រឌិត អាចត្រូវបានគេលួចចម្លង ឬលួចបានយ៉ាងងាយស្រួល។
- វា***មិនផ្ទុយនឹងរដ្ឋធម្មនុញ្ញ***របស់យើង វិធានរបស់WTO ឬ សេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរី និងសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសង្គមឡើយ។

➢ ក្នុងការអនុវត្ត ដើម្បីទទួលបានសិទ្ធិផ្តាច់មុខលើផលិតផលមួយ(ទំនិញ) អ្នកទទួលប្រយោជន៍សិទ្ធិផ្តាច់មុខ ជាទូទៅ ***ត្រូវចុះកិច្ចសន្យាឬកិច្ចព្រមព្រៀងសិទ្ធិផ្តាច់មុខ*** ជាមួយម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី ដែលរួមមាន

លក្ខខណ្ឌមួយចំនួន៖

- ❖ បរិមាណផលិតផលសរុបដែលត្រូវនាំចូលក្នុង១ឆ្នាំ(មិនត្រូវតិចជាងបរិមាណសរុបដែលធ្លាប់នាំចូល)
- ❖ តម្កល់លុយ (ជាទូទៅ មិនត្រូវតិចជាង ២០% ទៅ ៣០%)
- ❖ ១០០% ឬយ៉ាងហោចណាស់ ៣០% នៃកម្រៃសេវាផ្សព្វផ្សាយជាបន្ទុករបស់អ្នកទទួលប្រយោជន៍ និង ឬ

❖ ធានាសេវាបន្ទាប់ពីការលក់ និង ….

➢ ជាគោលការណ៍ មានការប្រកួតប្រជែងរវាងម៉ាក និងម៉ាកផ្សេងទៀត។

TOYOTA Vs NISSAN, SUZUKI, FORD, ….

➢ អ្នកប្រើប្រាស់ នឹងទទួលបានតម្លៃនិងគុណភាពសមរម្យ ដោយសារអ្នកទទួលប្រយោជន៍ ត្រូវបំពេញកាតព្វកិច្ចក្នុងកិច្ចព្រមព្រៀងផ្តាច់មុខដែលបានចុះហត្ថលេខា។

➢ ជាវិធីដ៏ល្អមួយ ដើម្បីការពារអ្នកប្រើប្រាស់ឱ្យទទួលបានផលិតផលសុទ្ធពិតប្រាកដ។

- ផ្អែកលើសំណើរបស់អ្នកទទួលប្រយោជន៍ និងសិទ្ធិផ្តាច់មុខជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ ដែលផ្តល់ឱ្យដោយម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម **អាចចេញលិខិតទទួលស្គាល់** (មិនមែនជាបញ្ជា) ឱ្យអ្នកទទួលប្រយោជន៍ និងជូនដំណឹងដល់អាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ចនៅតាមព្រំដែន ឱ្យចាត់វិធានការប្រឆាំងនឹងការនាំចូលខុសច្បាប់។
- ក្នុងការអនុវត្ត ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម មិនគាំទ្រការចេញលិខិតទទួលស្គាល់ សម្រាប់<u>**ឱសថ**</u>។

C- សិទ្ធិឯកាធិភាព (Monopoly)

- ផ្តល់ភាពផ្តាច់មុខលើផលិតផលឬសេវា នៃសិទ្ធិរដ្ឋឬឯកជន (មិនមែនលើផលិតផលដែលពាក់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជីទេ)។

ឧទាហរណ៍:

- ❖ ភាពផ្តាច់មុខលើការនាំចូលម៉ូតូ (គ្មានម៉ាក គ្មានការអនុញ្ញាតពីម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី) ឬ
- ❖ ភាពផ្តាច់មុខលើការទិញ ជ័រកៅស៊ូ សណ្តែក ឬជ្រូក (គ្មានម៉ាក) ក្នុងខេត្តណាមួយ ដោយគ្មានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ផលិតផល។

- ដូច្នេះ អាជ្ញាធររំលោភបំពានលើសិទ្ធិឯកជនរបស់ផលិតករ។
- អំពើបែបនេះ ពិតជាផ្ទុយនឹងរដ្ឋធម្មនុញ្ញរបស់យើង វិធានរបស់ WTO សេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសេរីនិងសេដ្ឋកិច្ចទីផ្សារសង្គម។
- ប៉ុន្តែ វាអាចជាការអនុវត្តន៍ដោយស្របច្បាប់តាមរយៈការដេញថ្លៃស្របច្បាប់ នៅពេលដែលទ្រព្យសម្បត្តិជារបស់រដ្ឋ

(រ៉ែ ផ្លូវថ្នល់ ស្ពាន អគ្គីសនី ប្រេង ....)

D- ដំណើរការចេញលិខិតទទួលស្គាល់និងការដោះស្រាយវិវាទសិទ្ធិផ្តាច់មុខនៃការនាំចូល

1. លក្ខខណ្ឌតម្រូវ
2. ផលប្រយោជន៍មួយចំនួនពីការចេញលិខិតទទួលស្គាល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខ
3. ដំណើរការចេញលិខិតទទួលស្គាល់
4. ដំណោះស្រាយវិវាទ

1. លក្ខខណ្ឌតម្រូវ

1. ម៉ាក *ត្រូវតែចុះបញ្ជីក្នុងប្រទេសកម្ពុជា* ដើម្បីទទួលបានសិទ្ធិផ្តាច់មុខ ដូចមានចែងក្នុងមាត្រា៣ នៃច្បាប់ម៉ាក។
2. សម្រាប់គោលបំណងប្រមូលពន្ធ អ្នកទទួលប្រយោជន៍ *ត្រូវតែជានីតិបុគ្គល។*
3. មានភស្តុតាងនៃការទទួលបាន *សិទ្ធិផ្តាច់មុខ* តាមរយៈការចេញលិខិតពី *ម្ចាស់ម៉ាកដែលបានចុះបញ្ជី* ទៅឲ្យអ្នកទទួលប្រយោជន៍ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា ឬ ទៅអ្នកទទួលប្រយោជន៍នៅក្រៅប្រទេសកម្ពុជា បន្ទាប់មក ទៅអ្នកទទួលប្រយោជន៍នៅកម្ពុជា។ លិខិតនេះត្រូវបញ្ជាក់ថាត្រឹមត្រូវដោយសាការី ឬមេធាវី។
4. ទំនិញ *ស្មុគ្រ* និង *ថ្មី* ជាកម្មវត្ថុនៃការទទួលស្គាល់ដោយក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម លើកលែងតែ ឱសថ និងផលិតផលប្រើប្រាស់រួច (ជជុះ)។

2. ផលប្រយោជន៍មួយចំនួនពីការចេញលិខិតទទួលស្គាល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខ

- មានការប្រកួតប្រជែងរវាងម៉ាក និងម៉ាកផ្សេងទៀត
  - TOYOTA Vs NISSAN, SUZUKI, FORD, ….
- អ្នកប្រើប្រាស់នឹងទទួលបានតម្លៃសមរម្យ ដោយសារអ្នកទទួលប្រយោជន៍ ត្រូវបំពេញកាតព្វកិច្ចក្នុងកិច្ចព្រមព្រៀងសិទ្ធិផ្តាច់មុខដែលបានចុះហត្ថលេខា
- វាជាវិធីល្អមួយដើម្បីការពារអ្នកប្រើប្រាស់ឱ្យទទួលបានផលិតផល *សុទ្ធ* និង *ថ្មី*
- បង់ពន្ធនាំចូលគ្រប់ចំនួនទាំងអស់

3. ដំណើរការនៃការចេញលិខិតទទួលស្គាល់

1. អ្នកទទួលប្រយោជន៍ ត្រូវផ្ញើលិខិតស្នើសុំ ទៅក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម ដើម្បីឱ្យទទួលស្គាល់សិទ្ធិផ្តាច់មុខរបស់ខ្លួន ដែលទទួលបានពីម្ចាស់មាកដែលបានចុះបញ្ជី ដោយបង្ហាក់ម្រែផ្លូវការដែលតម្រូវ
2. ប្រសិនបើមានការខ្វះចន្លោះ អ្នកទទួលប្រយោជន៍ នឹងត្រូវបានអញ្ជើញឱ្យកែតម្រូវចំនុចខ្វះខាត
3. ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម នឹងចេញលិខិតទទួលស្គាល់ក្នុងរយៈពេល ១០ថ្ងៃនៃថ្ងៃធ្វើការ បន្ទាប់ពីទទួលបានឯកសារគ្រប់គ្រាន់និងត្រឹមត្រូវ។

NB: - លិខិតទទួលស្គាល់ នឹងមានសុពលភាពរយៈពេល២ឆ្នាំ ហើយ មានប្រសិទ្ធិភាព បន្ទាប់ពីកាលបរិច្ឆេទចុះហត្ថលេខាពីរខែ ។ លិខិតនេះ អាចបន្តជាថ្មីបាន។

- អ្នកទទួលប្រយោជន៍ ត្រូវចុះផ្សាយលិខិតទទួលស្គាល់នេះក្នុងកាសែតល្បីក្នុងរយៈពេល៣ថ្ងៃជាប់គ្នា។

4. ដំណោះស្រាយវិវាទ

- បច្ចុប្បន្ននេះ គ្មានបទប្បញ្ញត្តិស្តីពីការដោះស្រាយវិវាទលើការនាំចូលស្របគ្នានៃទំនិញសុទ្ធថ្មីដែលរំលោភបំពានលើសិទ្ធិផ្តាច់មុខរបស់អ្នកទទួលប្រយោជន៍នៅឡើយ (ក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម នឹងចេញប្រកាស)។
- ផ្អែកតាមច្បាប់ម៉ាក និងការអនុវត្ត នៅពេលដែលទំនិញសុទ្ធថ្មីរំលោភបំពានលើសិទ្ធិផ្តាច់មុខនៃការនាំចូលរបស់អ្នកទទួលប្រយោជន៍ ដំណោះស្រាយដូចខាងក្រោម អាចត្រូវបានប្រើប្រាស់:

  1- រឹបអូសទំនិញនៅច្រកព្រំដែន ក្នុងពេលដឹកជញ្ជូន និង/ឬ នៅទីផ្សារ។

2- អ្នកទទួលប្រយោជន៍ និង ជនល្មើស អាចចរចាដោយៈ

a)- អនុញ្ញាតឱ្យជនល្មើសលក់ទំនិញដោយបង់សំណង សមស្របលើការខូចខាតដល់អ្នកទទួលប្រយោជន៍ ឬ

b)- ទិញទំនិញនាំចូលទាំងអស់ពីអ្នកនាំចូលតាមថ្លៃដើម ឬ

c)- ប្រសិនបើ គ្មានកិច្ចព្រមព្រៀង ទំនិញដែលនាំចូលត្រូវបញ្ជូនត្រឡប់ទៅវិញ (មិនអនុញ្ញាតឱ្យលក់ទំនិញនាំចូលក្នុងដែនដីកម្ពុជា)។

3- កំណត់ហេតុ ត្រូវចុះហត្ថលេខាដោយភាគីទាំងពីរ ដោយជនល្មើសសន្យាថាមិននាំចូលទំនិញនេះទៀតឡើយ ទោះស្ថិតក្រោមដំណោះស្រាយណាមួយក៏ដោយ។

www.CambodiaIP.gov.kh

Email: varrothsan77@gmail.com

dipr.moc@gmail.com

Tel: 012 363 843 / 088 9999 453