

**គោលការណ៍ណែនាំសំរាប់អនុវត្តមាត្រា១៣
នៃអនុសញ្ញាស្តីពីការត្រួតពិនិត្យថ្នាំជក់ របស់អង្គការសុខភាពពិភពលោក
(ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់)**

គោលបំណង និងគោលដៅ

១. គោលការណ៍ណែនាំទាំងនេះ មានគោលបំណងជួយដល់ភាគីទាំងឡាយ ក្នុងការបំពេញកាតព្វកិច្ចរបស់ខ្លួន ក្រោមមាត្រា១៣ នៃអនុសញ្ញាស្តីពីការត្រួតពិនិត្យថ្នាំជក់ របស់អង្គការសុខភាពពិភពលោក ។ គោលការណ៍ទាំងនេះ ប្រើប្រាស់នូវភស្តុតាង និងបទពិសោធន៍ល្អបំផុតដែលអាចប្រើប្រាស់បាន នៃភាគីទាំងឡាយណាដែលបានអនុវត្តប្រកបដោយជោគជ័យ នូវវិធានការដែលមានប្រសិទ្ធភាពនានា ប្រឆាំងទៅនឹងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ។ គោលការណ៍ទាំងនេះ ផ្តល់អោយភាគីនូវការណែនាំ សំរាប់ការចាប់ផ្តើម និងការអនុវត្តន៍នូវការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយមួយ ចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ឬសំរាប់ភាគីទាំងឡាយណាដែលមិនស្ថិតនៅក្នុងជំហរណាមួយ ក្នុងការអនុវត្តន៍ការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយមួយ ដោយសារតែច្បាប់រដ្ឋធម្មនុញ្ញ ឬគោលការណ៍ធម្មនុញ្ញរបស់ខ្លួន សំរាប់ដាក់កំហិតលើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ អោយបានទូលំទូលាយតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន ។

២. គោលការណ៍ណែនាំទាំងនេះ ផ្តល់នូវការណែនាំស្តីពីមធ្យោបាយល្អបំផុត ក្នុងការអនុវត្តន៍មាត្រា១៣នៃអនុសញ្ញានេះ ក្នុងគោលបំណងលុបបំបាត់នូវការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពទាំងនៅក្នុងលំដាប់ជាតិ និងអន្តរជាតិ ។

៣. គោលការណ៍ខាងក្រោមនេះមានដូចជា :

- (ក) មានឯកសារចងក្រងយ៉ាងត្រឹមត្រូវ ដែលបញ្ជាក់ថា ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ បង្កើនការប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់ និងថា ការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយ ចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ កាត់បន្ថយការប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់ ។
- (ខ) ការហាមឃាត់ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដូចដែលបានទទួលស្គាល់ដោយភាគីទាំងឡាយនៃអនុសញ្ញានេះ ក្នុងមាត្រា ១៣.១ និង១៣.២ គួរតែមានលក្ខណៈទូលំទូលាយ និងអាចអនុវត្តបានទៅលើរាល់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ។
- (គ) យោងតាមនិយមន័យនៅក្នុងមាត្រា១នៃអនុសញ្ញា ការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយ ចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ អនុវត្តចំពោះ *គ្រប់រូបភាពនៃ*

គមនាគមន៍ពាណិជ្ជកម្ម អនុសាសន៍ ឬសកម្មភាព និងគ្រប់រូបភាពនៃវិភាគទាន ចំពោះព្រឹត្តិការណ៍ សកម្មភាព ឬបុគ្គលណាមួយ ដោយមានគោលបំណង មានអានុភាពលើ ឬអាចមានអានុភាពលើ ការផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផលថ្នាំជក់ ឬការប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់ដោយ ផ្ទាល់ ឬដោយប្រយោល។

(ឃ) ការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយ ចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ គួរតែរាប់បញ្ចូលនូវការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ឆ្លងព្រំដែន។ ការណ៍នេះ រាប់បញ្ចូលទាំងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដែលហូរចេញទៅក្រៅ (ដោយមានដើមកំណើតចេញពីដែនដីរបស់ភាគី) និងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដែលហូរចូល (ដោយចូលមកក្នុងដែនដីរបស់ភាគី) ។

(ង) ដើម្បីអោយមានប្រសិទ្ធភាព ការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយ គួរតែសំដៅដល់បុគ្គល ឬក្រុមហ៊ុនដែលពាក់ព័ន្ធនៅក្នុងការផលិត ការដាក់តាំង និង/ឬការផ្សព្វផ្សាយ នូវការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ។

(ច) ការពិនិត្យតាមដាន ការពង្រឹងការអនុវត្តន៍ និងការដាក់ទោសទណ្ឌប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ដែលត្រូវបានគាំទ្រ និងសម្របសម្រួលដោយកម្មវិធីដីរឹងមាំទាំងឡាយ សំរាប់អប់រំសាធារណៈជន និងផ្តល់ការយល់ដឹងដល់សហគមន៍ មានសារសំខាន់ សំរាប់ការអនុវត្តន៍នូវការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយ ចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ។

(ឆ) សង្គមស៊ីវិលមានតួនាទីសំខាន់មួយ ក្នុងការស្ថាបនាការគាំទ្រចំពោះការបង្កើត និងការធានាដល់ការគោរពច្បាប់ពាក់ព័ន្ធការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ហើយគួរត្រូវបានរាប់បញ្ចូលជាដៃគូដ៏សកម្មមួយ ក្នុងដំណើរការនេះ ។

(ជ) កិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព គឺជាគ្រឹះដីរឹងមាំក្នុងការលុបបំបាត់នូវការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ទាំងក្នុងប្រទេស និងឆ្លងព្រំដែន ។

ទំហំនៃការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយមួយ

៤. ទំហំនៃការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយ នូវការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ នឹងត្រូវបានសង្ខេបជាគោលៗ នៅក្នុងលក្ខខណ្ឌទូទៅ ក្នុងអនុផ្នែក "ទស្សនៈទូទៅ" (កថាខ័ណ្ឌទី ៥-១១)ខាងក្រោមនេះ ខណៈដែលអនុផ្នែកបន្ទាប់ (កថាខ័ណ្ឌទី ១២-៣៤) ពាក់ព័ន្ធនឹងភាពនានាដែលអាចចោទជាបញ្ហាប្រឈមពិសេសៗ សំរាប់អ្នកតាក់តែងបទបញ្ជា ក្នុងការនាំមកនូវការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយមួយ ។

ទស្សនៈទូទៅ

៥. ការហាមឃាត់ចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ មានប្រសិទ្ធភាព លុះត្រាតែវាមានវិសាលភាពធំធេង។ គមនាគមន៍ទីផ្សារបច្ចុប្បន្ន ទាក់ទិនទៅនឹងវិធីសាស្ត្ររួមបញ្ចូលគ្នា ក្នុងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការលើកកម្ពស់អោយមានការលក់ និងទិញផលិតផល ដោយរាប់បញ្ចូលទាំងការស្វែងរកទីផ្សារដោយផ្ទាល់ ទំនាក់ទំនងសាធារណៈ ការផ្សព្វផ្សាយលក់ ការលក់ទៅអោយបុគ្គល និងវិធីសាស្ត្រទំនាក់ទំនងទីផ្សារតាមរយៈអ៊ិនធឺណេត។ ប្រសិនបើគេធ្វើការហាមឃាត់ត្រឹមតែរូបភាពមួយចំនួន នៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មថ្នាំជក់ដោយផ្ទាល់នោះ ឧស្សាហកម្មថ្នាំជក់នឹងផ្លាស់ប្តូរខ្លួនចំណាយរបស់ខ្លួន ទៅយុទ្ធសាស្ត្រផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ផ្សព្វផ្សាយលក់ និងឧបត្ថម្ភកម្មវិធីផ្សេងវិញ ដោយប្រើមធ្យោបាយប្រយោល ប្រកបដោយភាពថ្លៃប្រឌិត ដើម្បីលើកកម្ពស់ការលក់ និងការប្រើប្រាស់ផលិតផលថ្នាំជក់ ជាពិសេសក្នុងចំណោមមនុស្សវ័យក្មេង។

៦. ដូច្នេះប្រសិទ្ធភាពនៃការហាមឃាត់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដោយផ្នែក (មិនទាំងស្រុង) ទៅលើការប្រើប្រាស់ផលិតផលថ្នាំជក់ មានព្រំដែនកំណត់។ ការណ៍នេះត្រូវបានទទួលស្គាល់ នៅក្នុងមាត្រា១៣នៃអនុសញ្ញា ដែលចែងពីកាតព្វកិច្ចជាមូលដ្ឋាន ដើម្បីហាមឃាត់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់។ យោងតាមមាត្រា១៣.១នៃអនុសញ្ញា "ភាគីទាំងឡាយទទួលស្គាល់ថា ការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយមួយ ចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ នឹងបន្ថយការប្រើប្រាស់ផលិតផលថ្នាំជក់ "។

៧. ដើម្បីអនុវត្តការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយ ដូចបានចែងនៅក្នុងមាត្រា១៣.១ និង១៣.២នៃអនុសញ្ញា ភាគីគួរតែហាមឃាត់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដូចបានកំណត់និយមន័យនៅក្នុងមាត្រា១(គ) និង(ឆ) នៃអនុសញ្ញា។ មាត្រា១(គ) កំណត់និយមន័យនៃពាក្យ " ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ថ្នាំជក់" ថាជា "គមនាគមន៍ពាណិជ្ជកម្មគ្រប់រូបភាព អនុសាសន៍ ឬសកម្មភាពដែលមានគោលបំណង អានុភាពលើ ឬអាចមានអានុភាពលើការផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផលថ្នាំជក់មួយ ឬការប្រើថ្នាំជក់ដោយផ្ទាល់ ឬដោយប្រយោល។ " មាត្រា១(ឆ) កំណត់និយមន័យនៃពាក្យ " ការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់" ថា ជារូបភាពនៃវិភាគទានណាមួយចំពោះព្រឹត្តិការណ៍ សកម្មភាព ឬបុគ្គលណាមួយ ដោយមានគោលបំណង មានអានុភាពលើ ឬអាចមានអានុភាពលើការផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផលថ្នាំជក់ ឬការប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់ដោយផ្ទាល់ ឬដោយប្រយោល។

៨. វាជាការចាំបាច់នឹងកត់សំគាល់ថា ទាំង "ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផលថ្នាំជក់" និង "ការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់" គ្របដណ្តប់ទៅលើការផ្សព្វផ្សាយលក់ មិនត្រឹមតែផលិតផលថ្នាំជក់ជាក់លាក់ណាមួយប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែជាទូទៅថែមទាំងទៅលើការលើកកម្ពស់អោយប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់ទៀតផង និងមិនត្រឹមតែជាសកម្មភាពដែលមានគោលបំណងផ្សព្វផ្សាយលក់ប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងជាសកម្មភាពទាំងឡាយណា ដែលមានអានុភាពលើការផ្សព្វផ្សាយលក់ ឬអាចមានអានុភាពលើការផ្សព្វផ្សាយលក់ ហើយមិនត្រឹមតែជាការផ្សាយ

ពាណិជ្ជកម្មដោយផ្ទាល់ប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងជាការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មដោយប្រយោលទៀតផង ។ “ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផលថ្នាំជក់” មិនកំរិតចំពោះ “គមនាគមន៍” តែប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែវារាប់បញ្ចូលទាំង “អនុសាសន៍” និង “សកម្មភាព” ដែលគួរតែគ្របដណ្តប់យ៉ាងហោចណាស់ទៅលើផ្នែកផ្សេងៗដូចជា៖ (ក) ការចាត់ចែងលក់ដូរ និង/ឬចែកចាយ^១ (ខ) ទំរង់លាក់ល្បែងនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ឬការផ្សព្វផ្សាយលក់ដូរជាការផ្សព្វផ្សាយផលិតផលថ្នាំជក់ ឬការប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់ ទៅក្នុងមាតិកានៃបណ្តាញផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន (គ) ការភ្ជាប់ផលិតផលថ្នាំជក់ទៅនឹងព្រឹត្តិការណ៍ ឬទៅនឹងផលិតផលផ្សេងៗ ដោយមធ្យោបាយនានា (ឃ) ការរៀបចំខ្ទប់ដែលមានលក្ខណៈជាការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងទ្រង់ទ្រាយនៃការរចនាផលិតផល និង(ង) ការផលិត និងការចែកចាយនូវវត្ថុផ្សេងៗដូចជា ស្ករគ្រាប់ និងប្រដាប់ក្មេងលេង ឬផលិតផលផ្សេងទៀត ដែលមានរូបរាងដូចហ្វី ឬផលិតផលថ្នាំជក់ផ្សេងទៀត^២ ។ វាក៏ជាការចាំបាច់ដើម្បីកត់សំគាល់និយមន័យនៃពាក្យ “ការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់” ដែលគ្របដណ្តប់ទៅលើ “រាល់រូបភាពនៃវិភាគទាន” ផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ឬអ្វីផ្សេងក៏ដោយ ដោយមិនគិតពីរបៀប ឬថា តើវិភាគទាននោះត្រូវបានទទួលស្គាល់ ឬចុះផ្សាយជាសាធារណៈយ៉ាងណានោះឡើយ ។

៩. អានុភាពនៃការផ្សព្វផ្សាយលក់ ទាំងដោយផ្ទាល់ និងដោយប្រយោល អាចកើតចេញមកអំពីការប្រើប្រាស់ពាក្យពេចន៍ ការរចនា រូបភាព សំលេង និងពណ៌ រួមទាំងម៉ាកយីហោ សញ្ញាពាណិជ្ជកម្ម រូបសញ្ញា ឈ្មោះរបស់ក្រុមហ៊ុនផលិត ឬនាំចូលថ្នាំជក់ និងពណ៌ ឬពណ៌ចម្រុះដែលទាក់ទងទៅនឹងផលិតផលថ្នាំជក់ ក្រុមហ៊ុនផលិត ឬនាំចូល ឬតាមរយៈការប្រើប្រាស់នូវផ្នែកមួយ ឬច្រើននៃពាក្យពេចន៍ ការរចនា រូបភាព និងពណ៌។ ការផ្សព្វផ្សាយក្រុមហ៊ុនថ្នាំជក់ខ្លះៗ (ជូនកាលសំដៅទៅដល់ការផ្សព្វផ្សាយក្រុមហ៊ុន) គឺជារូបភាពនៃការផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផលថ្នាំជក់ ឬការលើកកម្ពស់អោយមានការប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់ ទោះបីជាមិនមានការបង្ហាញពីម៉ាកយីហោ ឬសញ្ញាពាណិជ្ជកម្មក៏ដោយ។ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មថ្នាំជក់ រាប់បញ្ចូលទាំងការដាក់តាំង និងការឧបត្ថម្ភនូវឧបករណ៍សំរាប់ជក់ដូចជា ក្រដាសខ្ទប់ហ្វី កន្ទុយស្មោរ ឬឧបករណ៍សំរាប់មូរហ្វី ក៏ដូចជាការធ្វើត្រាប់តាមផលិតផលថ្នាំជក់ក៏អាចមានអានុភាពចំពោះការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងអោយមានការប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់ដែរ ។

១០. បទបញ្ញត្តិគួរតែច្រើនសំរាប់ការផ្តល់នូវបញ្ជីរាយនូវសកម្មភាពហាមឃាត់ទាំងឡាយ ដែលជា ឬអាចយល់បានថា មានលក្ខណៈមិនគ្រប់គ្រាន់។ ផ្ទុយទៅវិញ វាមានសារៈប្រយោជន៍ណាស់ ក្នុងការផ្តល់ជាឧទាហរណ៍ នៃ

^១ ឧទាហរណ៍ តំរោងផ្តល់រង្វាន់លើកទឹកចិត្តដល់អ្នកលក់រាយ ការដាក់តាំងបង្ហាញនៅតាមតូបលក់ដូរ ឆ្លាតផ្សែងសំណាង ការចែកអោយដោយមិនគិតប្រាក់ ការអោយជក់សាកល្បងដោយមិនគិតប្រាក់ ការបញ្ជុះតម្លៃ ការប្រគូតប្រដឹងនានា (ទោះបីជាមានការ ឬមិនមានការតម្រូវអោយទិញថ្នាំជក់ក៏ដោយ) និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ ដោយផ្តល់រង្វាន់លើកទឹកចិត្ត ឬតំរោងស្មោះត្រង់នឹងម៉ាកក៏ដោយ ឧទាហរណ៍៖ ប័ណ្ណដែលអាចប្តូរយករង្វាន់ ដែលផ្តល់អោយនៅពេលដែលទិញផលិតផលថ្នាំជក់ ។

^២ អត្ថបទនេះផ្អែកលើបញ្ជីស្តារពីនៃមាត្រា១៦.១នៃអនុសញ្ញា ដែលដាក់កាតព្វកិច្ចអោយភាគី “អនុម័ត និងអនុវត្តនូវវិធានការ នីតិបញ្ញត្តិ នីតិប្រតិបត្តិ រដ្ឋបាល ឬវិធានការផ្សេងទៀត នៅលំដាប់ថ្នាក់រដ្ឋាភិបាលអោយបានត្រឹមត្រូវ ដើម្បីហាមឃាត់ការលក់ដូរផលិតផលថ្នាំជក់ទៅអោយមនុស្សដែលមានអាយុក្រោមការកំណត់របស់ច្បាប់ក្នុងស្រុក ច្បាប់ជាតិ ឬក្រោមអាយុ១៨ឆ្នាំ” ។ វិធានការនេះអាចរាប់បញ្ចូលទាំង [...] (គ) ការហាមឃាត់ការផលិត និងលក់ស្ករគ្រាប់ អាហារសំរន់ ប្រដាប់ក្មេងលេង ឬវត្ថុផ្សេងទៀត ក្នុងរូបភាពជាផលិតផលថ្នាំជក់ដែលទាក់ទាញអនីតិជន ។ ”

សកម្មភាពហាមឃាត់នានា ខណៈដែលបទបញ្ញត្តិមានចែងដូច្នោះ វាក៏តែបញ្ជាក់អោយបានច្បាស់លាស់ថា វាគ្រាន់តែជាឧទាហរណ៍ ហើយវាមិនគ្របដណ្តប់ទៅលើចំណុចទាំងអស់ នៃសកម្មភាពហាមឃាត់នោះទេ។ ការណ៍នេះអាចបញ្ជាក់អោយច្បាស់លាស់បាន ដោយប្រើពាក្យ " រាប់បញ្ចូល ប៉ុន្តែមិនកំណត់ត្រឹម" ឬក៏ចាប់យកពាក្យទាំងអស់ដូចជា " ប្រូបភាពណាមួយនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ផ្ទាំង " ។

១១. បញ្ជីបង្ហាញ(មិនគ្រប់គ្រាន់) មួយ ពីទំរង់នៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ផ្ទាំង ដែលត្រូវស្ថិតនៅក្រោមការហាមឃាត់ក្នុងមាត្រា១៣នៃអនុសញ្ញា មានភ្ជាប់មកជាមួយនឹងឧបសម្ព័ន្ធ នៃគោលការណ៍ណែនាំទាំងនេះ ។

អនុសាសន៍

ការហាមឃាត់ចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ផ្ទាំង គួរតែគ្របដណ្តប់ទៅលើ :

- រាល់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ ព្រមទាំងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ផ្ទាំង ដោយគ្មានការលើកលែង
- ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ផ្ទាំង ដោយផ្ទាល់ និងដោយប្រយោល
- សកម្មភាពដែលមានគោលបំណងផ្សព្វផ្សាយលក់ និងសកម្មភាពដែលមាន ឬអាចមានអានុភាពដល់ការផ្សព្វផ្សាយលក់
- ការផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផល និងការលើកកម្ពស់ការប្រើប្រាស់ផ្ទាំង
- គមនាគមន៍ពាណិជ្ជកម្ម និងអនុសាសន៍ និងសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្ម
- វិភាគទានចំពោះព្រឹត្តិការណ៍ សកម្មភាព ឬបុគ្គលណាមួយ
- ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការលើកកម្ពស់ម៉ាកយីហោផ្ទាំង និងរាល់ការផ្សព្វផ្សាយក្រុមហ៊ុន និង
- បណ្តាញផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានទូទៅ (សារព័ត៌មាន បោះពុម្ព ទូរទស្សន៍ និងវិទ្យុ) និងរាល់មធ្យោបាយផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន រួមមានអ៊ិនធឺណែត ទូរស័ព្ទដៃ និងបណ្តាបច្ចេកវិទ្យាថ្មីៗ ព្រមទាំងខ្សែភាពយន្ត ។

ការលក់រាយ និងការតាំងបង្ហាញ

១២. ការដាក់តាំងបង្ហាញផលិតផលផ្ទាំងនៅតាមកន្លែងលក់ ចាត់ទុកថាជាការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ ។ ការដាក់តាំងបង្ហាញផលិតផល ជាមធ្យោបាយចំបងនៃការផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផលផ្ទាំង និងលើកកម្ពស់អោយមានការប្រើប្រាស់ផ្ទាំង ដោយរាប់បញ្ចូលទាំងតាមរយៈការជំរុញឱ្យមានសន្ទុះនៃការទិញផលិតផលផ្ទាំង តាមរយៈការផ្តល់នូវការទាក់ទាញអារម្មណ៍ឱ្យជឿជាក់ថា ការប្រើប្រាស់ផ្ទាំងត្រូវបានសង្គមទទួលស្គាល់

ព្រមទាំងតាមរយៈការធ្វើអោយអ្នកប្រើប្រាស់ថ្នាំជាក់ពិបាកក្នុងការផ្តាច់។ មនុស្សវ័យក្មេង ជាពិសេស ងាយទទួល
នូវឥទ្ធិពលនៃផ្សព្វផ្សាយលក់ តាមរយៈការដាក់តាំងបង្ហាញនេះ ។

១៣. ដើម្បីធានាថា នៅតាមកន្លែងលក់ផលិតផលថ្នាំជាក់ មិនមានការផ្សព្វផ្សាយលក់ណាមួយ ភាគីគួរតែ
អនុវត្តនូវការហាមឃាត់ទាំងស្រុង ចំពោះការដាក់តាំងបង្ហាញ និងចំពោះការដាក់អោយឃើញផលិតផលថ្នាំជាក់
នៅកន្លែងលក់ រួមមានតូបលក់រាយដែលស្ថិតនៅជាប់លាប់ និងអ្នកលក់នៅតាមផ្លូវ។ គេអនុញ្ញាតអោយមានតែ
ការបង្ហាញតារាងជាអក្សរនៃឈ្មោះផលិតផល និងតម្លៃរបស់វា ដោយគ្មានការផ្សព្វផ្សាយលក់ទេ។ ចំណែកឯនៅ
ក្នុងគ្រប់ចំណុចនៃមាត្រា១៣នៃអនុសញ្ញា ការហាមឃាត់គួរតែអនុវត្តផងដែរ នៅក្នុងសាឡាង យន្តហោះ កំពង់ផែ
និងព្រលានយន្តហោះនានា ។

១៤. ម៉ាស៊ីនលក់បារីគួរតែត្រូវបានហាមឃាត់ ព្រោះថា តាមរយៈវត្តមានរបស់វា បានបង្កើតអោយទៅជាមធ្យោ
បាយមួយ នៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ឬការផ្សព្វផ្សាយលក់ តាមការកំណត់របស់អនុសញ្ញា^៧ ។

អនុសាសន៍

ការដាក់តាំងបង្ហាញ និងភាពអាចមើលឃើញផលិតផលថ្នាំជាក់នៅកន្លែងលក់ ចាត់ទុកថាជាការផ្សាយ
ពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ ដូច្នេះគួរតែត្រូវបានហាមឃាត់។ ម៉ាស៊ីនលក់ថ្នាំជាក់គួរតែត្រូវបានហាម
ឃាត់ ព្រោះថាតាមរយៈវត្តមានរបស់វា បានបង្កើតអោយទៅជាមធ្យោបាយមួយ នៃការផ្សាយពាណិជ្ជ
កម្ម ឬការផ្សព្វផ្សាយលក់ ។

ការវេចខ្ចប់ និងទ្រង់ទ្រាយនៃផលិតផល^៨

១៥. ការវេចខ្ចប់គឺជាធាតុដ៏សំខាន់នៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយលក់។ កញ្ចប់បារី និងទ្រង់ទ្រាយ
ផលិតផលនេះ ត្រូវបានគេប្រើប្រាស់តាមមធ្យោបាយផ្សេងៗគ្នា ដើម្បីទាក់ទាញអ្នកប្រើប្រាស់ ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយលក់
ផលិតផល និងដើម្បីរក្សា និងលើកកម្ពស់អត្តសញ្ញាណរបស់ម៉ាកយីហោ ឧទាហរណ៍៖ តាមរយៈការប្រើប្រាស់រូប
សញ្ញា តួអក្សរ រូបភាព សណ្ឋាន និងវត្ថុធាតុនៅលើ ឬក្នុងកញ្ចប់ ឬនៅលើដើមបារី ឬផលិតផលថ្នាំជាក់ផ្សេងៗ ។

^៧ ការហាមឃាត់ម៉ាស៊ីនលក់ថ្នាំជាក់ ដោយសារវាមានឥទ្ធិពលដូចគ្នានឹងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ឬការផ្សព្វផ្សាយលក់ បើយោងតាមបញ្ញត្តិនៃមាត្រា១៦នៃ
អនុសញ្ញា ដែលចែងអំពីការការពារអនីតិជន។ វិធានការ ដែលបានបរិយាយនៅក្នុងមាត្រា១៦.១ រួមមាន ធានាថា ម៉ាស៊ីនលក់ថ្នាំជាក់នៅក្រោមយុត្តាធិការ
របស់ខ្លួន មិនអាចអោយអនីតិជនប្រើប្រាស់បានទេ ហើយមិនផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផលថ្នាំជាក់ទៅអោយអនីតិជនទេ ហើយមាត្រា១៦.៥ ចែងថា "... ភាគី
មួយ អាចតាមសេចក្តីប្រកាសជាលាយលក្ខណ៍អក្សរមួយ បង្ហាញអំពីការប្តេជ្ញាចិត្តរបស់ខ្លួន ក្នុងការហាមឃាត់មិនមានការណែនាំបង្ហាញម៉ាស៊ីនលក់ថ្នាំជាក់
នៅក្នុងយុត្តាធិការរបស់ខ្លួន ឬតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន ហាមឃាត់ទាំងស្រុងមិនអោយមានម៉ាស៊ីនលក់ថ្នាំជាក់ ។"

^៨ សូមមើលគោលការណ៍ណែនាំ សំរាប់ការអនុវត្តន៍មាត្រា១១នៃអនុសញ្ញា ដែលចែងអំពីការវេចខ្ចប់ដោយកញ្ចប់លាត ដោយសំដៅទៅដល់បរិមាណសុខភាព
និងព័ត៌មានដែលធ្វើអោយមានការយល់ខុស ។

១៦. អានុភាពនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ឬការផ្សព្វផ្សាយលក់នៅលើការវេចខ្ចប់ អាចលុបបំបាត់ដោយការទាមទារអោយមានការវេចខ្ចប់លាតៈ សនិងខ្មៅ ឬពណ៌ផ្ទុយគ្នាពីរផ្សេងទៀត ដូចបានបរិយាយដោយអាជ្ញាធរជាតិដែលគ្មានអ្វីផ្សេងពីម៉ាកយីហោមួយ ឈ្មោះផលិតផលមួយ និង/ឬឈ្មោះអ្នកផលិតមួយ អាស័យដ្ឋានទំនាក់ទំនងលំអិត និងបរិមាណនៃផលិតផលនៅក្នុងកញ្ចប់ ដោយគ្មានរូបសញ្ញា ឬទ្រង់ទ្រាយណាមួយផ្សេងទៀត ក្រៅពីបំរាមសុខភាព តែមប្រើ ពន្ធ និងព័ត៌មាន ឬសញ្ញាសំគាល់ផ្សេងៗរបស់រដ្ឋាភិបាល បរិយាយម៉ូដ និងទំហំតួអក្សរ ព្រមទាំងសណ្ឋាន ទំហំ និងវត្ថុធាតុ តាមលក្ខណៈបទដ្ឋាន។ មិនគួរអោយមានការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ឬការផ្សព្វផ្សាយលក់នៅខាងក្នុងកញ្ចប់ ឬភ្ជាប់ទៅនឹងកញ្ចប់ ឬនៅលើដើមបារី ឬលើផលិតផលផ្ទាំងកំផ្សេងៗឡើយ ។

១៧. ប្រសិនបើកញ្ចប់លាតមិនទាន់ត្រូវបានគេបង្កាប់អោយប្រើប្រាស់ទេនោះ ការវិវត្តន៍គួរតែគ្របដណ្តប់ឱ្យបានកាន់តែច្រើន ទៅលើទ្រង់ទ្រាយនៃការរចនាដែលធ្វើអោយផលិតផលផ្ទាំងកំ កាន់តែមានភាពទាក់ទាញដល់អ្នកប្រើប្រាស់ដូចជា រូបភាពសត្វ ឬរូបភាពផ្សេងទៀត ឃ្លាឃ្លោងបញ្ជាក់ "ភារីករាយ" ក្រដាសមូរហិរដែលមានពណ៌ ក្លិនដ៏គួរអោយទាក់ទាញ កញ្ចប់ផ្លាស់ប្តូរថ្មី ឬផ្លាស់ប្តូរតាមរដូវកាល ។

អនុសាសន៍

ការវេចខ្ចប់ និងការរចនាផលិតផល គឺជាធាតុដ៏សំខាន់នៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ ។ ភាគីគួរតែពិចារណាតាក់តែងឡើងនូវការទាមទារអោយប្រើកញ្ចប់លាត ដើម្បីលុបបំបាត់នូវអានុភាពនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ លើការវេចខ្ចប់នោះ ។ ការវេចខ្ចប់បារីដោយខ្លួនឯង ឬផលិតផលផ្ទាំងកំដទៃទៀត គួរតែគ្មានការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ រួមមានទ្រង់ទ្រាយនៃការរចនាដែលធ្វើអោយផលិតផល មានលក្ខណៈទាក់ទាញ ។

ការលក់តាមអ៊ិនធឺណេត

១៨. ការលក់ផ្ទាំងកំតាមអ៊ិនធឺណេត ភ្ជាប់មកជាមួយនូវការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ ដូចដែលបានកំណត់បង្ហាញក្នុងអនុសញ្ញា ។ បញ្ហានេះ មិនត្រឹមតែជាការកំហិតការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងរាប់បញ្ចូលចំពោះការលក់ទៅអោយអនីតិជន ការគេចពន្ធ និងការធ្វើជំនួញខុសច្បាប់ទៀតផង ។

១៩. មធ្យោបាយផ្ទាល់បំផុត ដើម្បីចៀសវាងពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ នៅតាមអ៊ិនធឺណេត គឺការហាមឃាត់ការលក់ផ្ទាំងកំតាមអ៊ិនធឺណេត ។^៥ ការហាមឃាត់ គួរតែអនុវត្តមិនត្រឹមតែចំពោះស្ថាប័ន

^៥ ជំរើស សំរាប់លិខិតបទដ្ឋានចំពោះការលក់តាមអ៊ិនធឺណេត ត្រូវបានពិភាក្សា ដោយអង្គការអន្តរក្រសួង ទៅលើពិធីសារ ស្តីអំពីការជួញដូរខុសច្បាប់នូវផលិតផលផ្ទាំងកំ ។

ដែលលក់ផលិតផលទាំងនេះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងអនុវត្តចំពោះស្ថាប័នដទៃទៀត រួមមានក្រុមហ៊ុនដែលផ្តល់ប័ណ្ណ
ឥណទាន ដើម្បីសម្រួលដល់ការបង់ប្រាក់ និងសេវាកម្មផ្សេងៗ និងដឹកជញ្ជូនទៅដល់កន្លែង សំរាប់ផលិតផលនេះ ។

២០. ក្នុងករណីដែលការលក់តាមអ៊ិនធឺណេតមិនទាន់ត្រូវហាមឃាត់ គួរតែដាក់ការរឹតបន្តឹង ដោយគ្រាន់តែ
អនុញ្ញាតអោយមានការរាយការណ៍ជាអក្សរនូវផលិតផលជាមួយតម្លៃរបស់វា ដោយគ្មានរូបភាព ឬ ទ្រង់ទ្រាយនៃ
ការផ្សព្វផ្សាយលក់ (ឧទាហរណ៍: សេចក្តីយោងណាមួយបញ្ជាក់ពីការលក់ក្នុងតម្លៃថោក) ។

២១. ធនធានពិសេសក្នុងស្រុកនានា ត្រូវការជាចាំបាច់ ដើម្បីឱ្យវិធានការនេះដំណើរការ ដោយសារតែការបង្កើន
ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផលថ្នាំជក់តាមអ៊ិនធឺណេត និងការលំបាកនៃការកំណត់អត្ត
សញ្ញាណដើម្បីឈានដល់អ្នកប្រព្រឹត្តិខុស ។ វិធានការនានាដែលត្រូវបានផ្តល់អនុសាសន៍ នៅក្នុងសេចក្តីសម្រេចរបស់
សន្និសីទភាគីនៃអនុសញ្ញាស្តីពីការត្រួតពិនិត្យថ្នាំជក់(FCTC/COP3(14) ដើម្បីលុបបំបាត់នូវការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម
ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧត្តម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ឆ្លងព្រំដែន ជាពិសេសការកំណត់ អត្តសញ្ញាណពីចំណុច
ទំនាក់ទំនង និងដំណោះស្រាយជាមួយនឹងការជូនដំណឹងដែលទទួលបានពីភាគីទាំងឡាយ អាចនឹងជួយធានាថា កិច្ច
ខិតខំប្រឹងប្រែងពង្រឹងការអនុវត្តក្នុងស្រុក មិនត្រូវបានបំភ្លេច ។

អនុសាសន៍

ការលក់ថ្នាំជក់តាមអ៊ិនធឺណេតគួរតែហាមឃាត់ ដោយសារវាជាប់ពាក់ព័ន្ធជាមួយការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម
ការផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផលថ្នាំជក់ ។

ការលាតសន្ធឹង និងការមានចំណែករបស់ម៉ាកយីហោ

២២. "ការលាតសន្ធឹងម៉ាកយីហោ" កើតមាននៅពេលដែលម៉ាកយីហោ និមិត្តសញ្ញា សញ្ញាពាណិជ្ជកម្ម រូបសញ្ញា
សញ្ញាសំគាល់ពាណិជ្ជកម្ម ឬទ្រង់ទ្រាយដាច់ដោយឡែកណាមួយផ្សេងទៀត (រាប់បញ្ចូលទាំងការលាយពណ៌ចំរុះ
ដាច់ដោយឡែក) នៃផលិតផលថ្នាំជក់ ត្រូវបានគេភ្ជាប់ជាមួយនឹងផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលមិនមែនជាថ្នាំជក់ ក្នុង
មធ្យោបាយមួយដើម្បីបញ្ជាក់ថា ផលិតផលថ្នាំជក់ និងផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលមិនមែនជាថ្នាំជក់ ហាក់ដូចជាមាន
ទំនាក់ទំនងគ្នា ។

២៣. "ការមានចំណែកម៉ាកយីហោ" កើតមាននៅពេលដែល ម៉ាកយីហោ និមិត្តសញ្ញា សញ្ញាពាណិជ្ជកម្ម រូប
សញ្ញា សញ្ញាសំគាល់ពាណិជ្ជកម្ម ឬទ្រង់ទ្រាយដាច់ដោយឡែកណាមួយផ្សេងទៀត (រាប់បញ្ចូលទាំងការលាយពណ៌
ចំរុះដាច់ដោយឡែក) នៅលើផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលមិនមែនជាថ្នាំជក់ ត្រូវបានគេភ្ជាប់ទៅនឹងផលិតផលថ្នាំជក់
ឬក្រុមហ៊ុនថ្នាំជក់ ក្នុងមធ្យោបាយមួយដើម្បីបញ្ជាក់ថា ផលិតផលថ្នាំជក់ និងផលិតផល ឬសេវាកម្មដែលមិនមែន
ថ្នាំជក់ ហាក់ដូចជាមានទំនាក់ទំនងគ្នា ។

២៤. “ការលាតសន្ធឹងម៉ាកយីហោ” និង “ការមានចំណែកម៉ាកយីហោ” គួរតែត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ដោយសារមធ្យោបាយទាំងនេះ មានគោលបំណង មានអានុភាព ឬហាក់ដូចជាមានអានុភាព ចំពោះការផ្សព្វផ្សាយផលិតផលថ្នាំជក់ ឬលើកកម្ពស់ការប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់ ទោះបីដោយផ្ទាល់ ឬដោយប្រយោលក៏ដោយ ។

អនុសាសន៍

ភាគីគួរហាមឃាត់ “ការលាតសន្ធឹងម៉ាកយីហោ” និង “ការមានចំណែកម៉ាកយីហោ” ព្រោះថាវាមានន័យស្មើនឹងការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផលថ្នាំជក់ ។

ការទទួលខុសត្រូវចំពោះសង្គម^៦

២៥. វាកាន់តែរីករាលដាល ដែលក្រុមហ៊ុនថ្នាំជក់នានា ស្វែងរកមធ្យោបាយដើម្បីសាងរូបភាពខ្លួនឯង ជាពលរដ្ឋល្អ តាមរយៈការធ្វើវិភាគទាន ដើម្បីប៉ះប៉ូវការខូចខាតដែលខ្លួនបានធ្វើ ឬម្យ៉ាងទៀតតាមរយៈការលើកកម្ពស់ធាតុនៃ “ការទទួលខុសត្រូវចំពោះសង្គម” សំរាប់ការប្រកបមុខជំនួញរបស់ពួកគេ ។

២៦. ក្រុមហ៊ុនថ្នាំជក់មួយចំនួនធ្វើវិភាគទានផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ វិភាគទានប្រហាក់ប្រហែលគ្នានេះ ទៅឱ្យស្ថាប័ននានា ដូចជាសហគមន៍ ឬស្ថាប័នសុខាភិបាល គាំពារសុខភាព ឬបរិស្ថាន ទោះដោយផ្ទាល់ ឬតាមរយៈស្ថាប័នដទៃទៀតក៏ដោយ ។ វិភាគទានបែបនេះ ស្ថិតនៅក្នុងនិយមន័យនៃពាក្យថា ការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដែលមាននៅក្នុងមាត្រា១១(ឆ) នៃអនុសញ្ញា និងគួរត្រូវបានហាមឃាត់ ជាផ្នែកមួយនៃការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយ ព្រោះគោលបំណង មានអានុភាព ឬហាក់ដូចជាមានអានុភាពនៃវិភាគទានបែបនេះ ធ្វើឡើងដើម្បីផ្សព្វផ្សាយផលិតផលថ្នាំជក់ ឬលើកកម្ពស់ការប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់ ទោះដោយផ្ទាល់ ឬដោយប្រយោលក៏ដោយ ។

២៧. ក្រុមហ៊ុនថ្នាំជក់ក៏ស្វែងបង្កើតអោយមានទំនាក់ទំនងនៅក្នុងការប្រកបមុខជំនួញ “បែបទំនួលខុសត្រូវសង្គម” (ដូចជាទំនាក់ទំនងនិយោជិក-និយោជកល្អ ឬភាពជាអ្នកទទួលខុសត្រូវលើបរិស្ថាន) ដែលមិនពាក់ព័ន្ធការផ្តល់វិភាគទាន ទៅភាគីដទៃទៀត ។ ម្យ៉ាងទៀត ការផ្សព្វផ្សាយទៅកាន់សាធារណជន នៃសកម្មភាពទាំងនេះ គួរតែហាមឃាត់ដែរ ដោយហេតុថា គោលបំណង មានអានុភាព ឬហាក់ដូចជាមានអានុភាពរបស់ពួកគេ គឺដើម្បីផ្សព្វផ្សាយលក់ ឬលើកកម្ពស់ការប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់ ទោះដោយផ្ទាល់ ឬដោយប្រយោលក៏ដោយ ។ ការផ្សព្វផ្សាយជាសាធារណៈនៃព័ត៌មានបែបនេះ គួរតែហាមឃាត់ លើកលែងតែក្នុងគោលបំណងទាមទារឱ្យមានការរាយការណ៍ពីក្រុមហ៊ុន (ដូចជារបាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំ) ឬរដ្ឋបាលជំនួញដែលចាំបាច់ (ឧទាហរណ៍៖ ដើម្បីហេតុផលជ្រើសរើសបុគ្គលិក និងទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងអ្នកផ្គត់ផ្គង់) ។

^៦ គោលការណ៍ណែនាំរបស់មាត្រា៥.៣នៃអនុសញ្ញា ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងដោយក្រុមការងារ បង្កើតដោយសន្និសីទភាគី លើកនិយាយពីបញ្ហានេះដោយឈរលើទស្សនៈវិស័យការពារគោលនយោបាយសុខភាពសាធារណៈ ទាក់ទងទៅនឹងការត្រួតពិនិត្យថ្នាំជក់ ប្រឆាំងទៅនឹងផលប្រយោជន៍ពាណិជ្ជកម្ម និងផលប្រយោជន៍ផ្សេងទៀត របស់ឧស្សាហកម្មថ្នាំជក់ ។

២៨. យុទ្ធនាការអប់រំសាធារណជន របស់ឧស្សាហកម្មថ្នាំជក់ ដូចជា “យុទ្ធនាការទប់ស្កាត់ការជក់បារីក្នុង ចំណោមយុវជន” គួរតែហាមឃាត់ ដោយផ្អែកលើមូលដ្ឋានដែលថា វាពាក់ព័ន្ធនឹង “វិភាគទាន” នៅពេលដែលវាធ្វើ ឡើងដោយភាគីណាផ្សេង ឬតំណាងអោយការផ្សព្វផ្សាយពីក្រុមហ៊ុន ប្រសិនបើវាធ្វើឡើងដោយឧស្សាហកម្មថ្នាំ ជក់ខ្លួនឯង ។

អនុសាសន៍

ភាគីទាំងឡាយ គួរហាមឃាត់វិភាគទានរបស់ក្រុមហ៊ុនថ្នាំជក់ ទៅឱ្យស្ថាប័នណាមួយ “មូលហេតុទទួលខុស ត្រូវសង្គម” ដោយសារវាជារូបភាពមួយនៃការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ។ ការចុះផ្សាយអំពីសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្ម របស់ឧស្សាហកម្មថ្នាំជក់ទាំងនេះ គួរតែត្រូវបានហាមឃាត់ ដោយសារគេចាត់ទុកវា ជាការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និង ផ្សព្វផ្សាយលក់ ។

ការបញ្ចេញមតិតាមផ្លូវច្បាប់

២៩. ការអនុវត្តន៍ការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយមួយ ចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការ ឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ មិនគួរទប់ស្កាត់នូវការបញ្ចេញមតិបែបសារព័ត៌មាន សិល្បៈ ការអប់រំ ជាធម្មនុរូប ឬ បទវិចារណកថាសង្គម ឬនយោបាយជាធម្មនុរូបឡើយ ។ ឧទាហរណ៍ទាំងនេះ រួមមាន រូបភាពសារព័ត៌មាននៅ ផ្ទៃខាងក្រោយ ការពិពណ៌នាពីប្រវត្តិរបស់បុគ្គល ឬការបង្ហាញពីទស្សនៈនានាចំពោះបទដ្ឋាន ឬគោលនយោបាយ ដែលភ្ជាប់មកជាមួយគ្នានូវអ្វីដែលទាក់ទងទៅនឹងថ្នាំជក់ ។ ទោះបីជាយ៉ាងណាក៏ដោយ គេអាចនឹងតម្រូវអោយមាន ការព្រមាន ឬការបដិសេធដ៏ត្រឹមត្រូវ ។

៣០. ក្នុងករណីខ្លះការបញ្ចេញមតិតាមសារព័ត៌មាន សិល្បៈ និងអប់រំ ឬបទវិចារណកថាសង្គម ឬនយោបាយ អាចផ្ទុកនូវធាតុដែលមិនមែនជាហេតុផលនៃការបញ្ចេញយោបល់ បែបសិល្បៈ អប់រំ សង្គម ឬនយោបាយឡើយ ហើយត្រូវតែចាត់ទុកថាជាការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ ឬការឧបត្ថម្ភសំរាប់កម្មវិធីថ្នាំជក់ ជាជាងបទ វិចារណកថាអំពីសិល្បៈ អប់រំ សង្គម ឬនយោបាយសុទ្ធសាធ ។ វាជាបញ្ហាយ៉ាងជាក់ច្បាស់ ប្រសិនបើការបញ្ចូល ខ្លឹមសារនោះ ធ្វើឡើងដើម្បីហេតុផលពាណិជ្ជកម្មទាក់ទងទៅនឹងថ្នាំជក់ ឧទាហរណ៍៖ ការដាក់ផលិតផល ឬរូបភាព ថ្នាំជក់ នៅក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានដោយមានការបង់ប្រាក់ ។

អនុសាសន៍

ការអនុវត្តន៍នូវការហាមឃាត់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដ៏ទូលំទូលាយ មិនត្រូវឱ្យមានការជ្រៀតជ្រែកពីការបញ្ចេញមតិជាធម្មនុរូប ដូចជាការបញ្ចេញមតិតាម សារព័ត៌មាន សិល្បៈ ឬអប់រំ ឬបទវិចារណកថាសង្គម ឬនយោបាយជាធម្មនុរូបឡើយ ។ ទោះបីជាយ៉ាង

ណាក៏ដោយ ភាគីគួរតែចាត់វិធានការការពារនូវការប្រើប្រាស់ ការបញ្ចេញមតិតាមសារព័ត៌មាន សិល្បៈ ឬ អប់រំ ឬបទវិចារណកថាសង្គម ឬនយោបាយ សំរាប់ផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផលថ្នាំជក់ ឬលើកកម្ពស់ការប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់ ។

ការពណ៌នាអំពីថ្នាំជក់នៅក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានកម្មវិធីកំសាន្ត

៣១. ការពណ៌នាអំពីថ្នាំជក់នៅក្នុងកម្មវិធីកំសាន្តរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន ដូចជាខ្សែភាពយន្ត មហោស្រព និងវីដេអូកំសាន្ត អាចមានអានុភាពយ៉ាងខ្លាំងទាក់ទាញឱ្យការប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់ ជាពិសេសក្នុងចំណោមមនុស្សវ័យក្មេង ។ ហេតុដូច្នោះ ភាគីគួរតែចាត់វិធានការដូចតទៅ :

- អនុវត្តយន្តការដែលទាមទារថា នៅពេលដែលកម្មវិធីកំសាន្តរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានមួយ ពណ៌នាអំពីផលិតផលថ្នាំជក់ ប្រើ ឬធ្វើរូបភាពប្រដូចតាមលក្ខណៈណាមួយ នោះអ្នកទទួលបាននៅតាមក្រុមហ៊ុនដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការផលិត ការចែកចាយ ឬការបង្ហាញនូវកម្មវិធីកំសាន្តរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាននោះ ត្រូវបញ្ជាក់ថា គ្មានការបង់ប្រាក់ អំណោយ ការផ្សព្វផ្សាយដោយមិនគិតកំរៃ ប្រាក់កម្ចីដោយមិនយកការប្រាក់ ផលិតផលថ្នាំជក់ ជំនួយខាងទំនាក់ទំនងសាធារណៈ ឬតំលៃអ្វីមួយផ្សេងទៀត ត្រូវបានផ្តល់អោយជាផ្លូវចំពោះការពណ៌នានេះឡើយ ។
- ហាមឃាត់ការពណ៌នាអំពីម៉ាកយីហោថ្នាំជក់ណាមួយ ដែលគេអាចស្គាល់អត្តសញ្ញាណ ឬរូបភាពម៉ាកយីហោថ្នាំជក់ ដោយភ្ជាប់ជាមួយ ឬជាផ្នែកមួយនៃមាតិកា កម្មវិធីកំសាន្តរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន ។
- ទាមទារអោយមានការបញ្ជាក់ប្រាប់ពីការប្រឆាំងទៅនឹងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មថ្នាំជក់ នៅពេលចាប់ផ្តើមកម្មវិធីកំសាន្តរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន ដែលពណ៌នាពីផលិតផល ការប្រើប្រាស់ ឬរូបភាពថ្នាំជក់ ។
- អនុវត្តប្រព័ន្ធដែលមានលក្ខណៈជាការក្រិត ឬចំណាត់ថ្នាក់ ដែលគ្រប់គ្រងទៅលើការពណ៌នាពីផលិតផល ការប្រើប្រាស់ ឬរូបភាពថ្នាំជក់ នៅក្នុងការក្រិត ឬចំណាត់ថ្នាក់កម្មវិធីកំសាន្តរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន (ឧទាហរណ៍៖ ទាមទារអោយមានចំណាត់ថ្នាក់កម្មវិធីសំរាប់មនុស្សពេញវ័យ ដែលហាមឃាត់អនីតិជនមិនឱ្យប្រើប្រាស់) ហើយការណ៍នេះធានាថា បណ្តាញផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានកំសាន្តដែលផ្តោតគោលដៅលើកុមារ (រាប់បញ្ចូលទាំងភាពយន្តកំនូរជីវចល) មិនពណ៌នាពីផលិតផល ការប្រើប្រាស់ ឬរូបភាពថ្នាំជក់ឡើយ ។

អនុសាសន៍

ភាគីគួរចាត់វិធានការពិសេសទាក់ទងទៅនឹងការពណ៌នាពីថ្នាំជក់ នៅក្នុងកម្មវិធីកំសាន្តរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន រួមមាន ការទាមទារអោយមានការបញ្ជាក់ថា គ្មានផលប្រយោជន៍ណាមួយដែលទទួលបានពីការពណ៌នាអំពីថ្នាំជក់ឡើយ ការហាមឃាត់ការប្រើប្រាស់ម៉ាកយីហោ ឬរូបភាពថ្នាំជក់ដែលគេអាចស្គាល់អត្តសញ្ញាណ ការទាមទារអោយមានការហាមឃាត់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មថ្នាំជក់ និងការអនុវត្តន៍ប្រព័ន្ធក្រិត ឬចំណាត់ថ្នាក់ ដែលគ្រប់គ្រងលើការពណ៌នាអំពីថ្នាំជក់ ។

គមនាគមន៍នៅក្នុងជំនួញថ្នាំជក់

- ៣២. គោលបំណងនៃការហាមឃាត់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធី សំរាប់ថ្នាំជក់ ជាទូទៅអាចសំរេចបានដោយគ្មានការហាមឃាត់គមនាគមន៍ក្នុងជំនួញថ្នាំជក់ ។
- ៣៣. ការលើកលែងណាមួយចំពោះការហាមឃាត់ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីថ្នាំជក់ ក្នុងគោលបំណងផ្តល់នូវព័ត៌មានពិផលិតផល ទៅកាន់អ្នកទទួលបានបន្តក្នុងជំនួញថ្នាំជក់ គួរត្រូវបានកំណត់ និងអនុវត្តអោយបានតឹងតែង ។ ការទទួលបាននូវព័ត៌មានបែបនេះ គួរតែដាក់កំហិតចំពោះតែអ្នកទាំងឡាយណា ដែលធ្វើការសំរេចក្នុងជំនួញ និងអ្នកដែលត្រូវការព័ត៌មាននេះ ។
- ៣៤. ព្រឹត្តិប័ត្រព័ត៌មានរបស់ក្រុមហ៊ុនផលិតថ្នាំជក់ អាចលើកលែងចេញពីការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់បាន ចំពោះតែករណីដែលព្រឹត្តិប័ត្រទាំងនោះ ផ្តោតគោលបំណងតែទៅលើបុគ្គលិក អ្នកជាប់កិច្ចសន្យា អ្នកផ្គត់ផ្គង់ និងដៃគូពាណិជ្ជកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនផលិត និងលុះត្រាតែការចែកចាយរបស់ពួកគេត្រូវបានកំណត់ចំពោះតែក្រុមហ៊ុន ឬបុគ្គលទាំងនោះ ។

អនុសាសន៍

ការលើកលែងណាមួយចំពោះការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយ នូវការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដើម្បីអនុញ្ញាតអោយមានគមនាគមន៍ក្នុងជំនួញថ្នាំជក់ គួរតែកំណត់ និង អនុវត្តអោយបានតឹងរឹងបំផុត ។

គោលការណ៍ធម្មនុញ្ញដែលទាក់ទងទៅនឹងការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយ

៣៥. ភាគីណាមួយដែលច្បាប់រដ្ឋធម្មនុញ្ញ ឬគោលការណ៍ធម្មនុញ្ញ ចោទជាឧបសគ្គដល់ការអនុវត្តន៍នូវការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយ គួរតែអនុវត្តការដាក់កំហិតដែលទូលំទូលាយតាមដែលអាចធ្វើបាន ដោយសារតែមានឧបសគ្គទាំងនេះ ដោយអនុលោមតាមមត្រា១៣នៃអនុសញ្ញា ។ ភាគីទាំងអស់មានកាតព្វកិច្ចអនុវត្តការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយលើកលែងតែពួកគេ "មិនស្ថិតនៅក្នុងតួនាទី" អោយធ្វើដូច្នោះ "ដោយសារតែច្បាប់រដ្ឋធម្មនុញ្ញ ឬគោល

ការណ៍ធម្មនុញ្ញរបស់ពួកគេ”។ កាតព្វកិច្ចនេះ ត្រូវបានបកស្រាយនៅក្នុងបរិបទនៃ”ការទទួលស្គាល់ដែលថា ការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយមួយចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភសំរាប់ថ្នាំជក់ អាចកាត់បន្ថយការប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់” និងដោយយោងតាមគោលបំណងរួមរបស់អនុសញ្ញា “ដើម្បីការពារមនុស្សជំនាន់បច្ចុប្បន្ន និងជំនាន់ក្រោយ ពីផលវិបាកនៃការខូចខាតធ្ងន់ធ្ងរដល់សុខភាព បរិស្ថាន និងសេដ្ឋកិច្ច បណ្តាលមកពីការប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់ និងការរងផ្សែងថ្នាំជក់ ” (មាត្រា ៣ នៃអនុសញ្ញា) ។

៣៦. វាត្រូវបានគេទទួលស្គាល់ដែលថា ការចោទសួរថាតើគោលការណ៍ធម្មនុញ្ញនឹងត្រូវសំរេចសំរួលបែបណានោះ នឹងត្រូវកំណត់ដោយប្រព័ន្ធរដ្ឋធម្មនុញ្ញរបស់ភាគីនីមួយៗ ។

កាតព្វកិច្ចទាក់ទិនទៅនឹងមាត្រា១៣.៤នៃអនុសញ្ញា

៣៧. អនុលោមតាមមាត្រា១៣.២ និង១៣.៣នៃអនុសញ្ញា ភាគីទាំងឡាយមានកាតព្វកិច្ចអនុវត្តការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយមួយ ចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ (ឬអនុវត្តការដាក់កំហិតដែលទូលំទូលាយតាមដែលអាចធ្វើបាន ដោយសារតែរដ្ឋធម្មនុញ្ញ ឬគោលការណ៍ធម្មនុញ្ញរបស់ភាគីទាំងនោះ) ។ រូបភាពមួយចំនួននៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ អាចនឹងបន្តកើតឡើងចំពោះភាគីទាំងឡាយណា ដែលមិនទាន់បានបំពេញទៅតាមកាតព្វកិច្ចនានា ដែលមានចែងនៅក្នុងមាត្រា១៣.២ និង១៣.៣នៃអនុសញ្ញា។ ជាងនេះទៅទៀត ទំរង់មួយចំនួនដែលពាក់ព័ន្ធនឹងគមនាគមន៍ពាណិជ្ជកម្ម អនុសាសន៍ ឬសកម្មភាពពាណិជ្ជកម្ម អាចនឹងបន្តកើតឡើងក្រោយពីមានការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយមួយត្រូវបានអនុវត្ត ហើយទំរង់មួយចំនួននៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ អាចបន្តនៅក្នុងភាគីទាំងឡាយណា ដែលច្បាប់រដ្ឋធម្មនុញ្ញ ឬគោលការណ៍ធម្មនុញ្ញរបស់គេ បង្ការមិនអោយមានការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយ ។

៣៨. ទំរង់ណាមួយនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដែលមិនត្រូវបានហាមឃាត់ ត្រូវបំពេញកាតព្វកិច្ចទៅតាមការទាមទាររបស់មាត្រា១៣.៤នៃអនុសញ្ញា។ គួរកត់សំគាល់ថា ការទាមទារនេះ រួមមាន “ហាមឃាត់គ្រប់ទំរង់នៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដែលលើកកំពស់ផលិតផលថ្នាំជក់ ដោយមធ្យោបាយណាមួយដែលមិនពិត នាំអោយយល់ខុស ឬបោក-បញ្ឆោត ឬអាចបង្កើតអោយមានការភាន់ច្រឡំទៅលើលក្ខណៈ ការប៉ះពាល់ដល់សុខភាព គ្រោះថ្នាក់ ឬការបញ្ចេញ (ផ្សែង) ” (មាត្រា ១៣.៤ (ក) ” ទាមទារអោយមានបំរាម ឬសារពាក់ព័ន្ធដល់សុខភាព នៅលើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ” ឬ “ បើសិនជាគ្មានការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយទេ ទាមទារការបង្ហាញប្រាប់ដល់អាជ្ញាធររដ្ឋាភិបាលពាក់ព័ន្ធ អំពីចំណាយរបស់ឧស្សាហកម្មថ្នាំជក់ទៅលើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដែលពុំទាន់ត្រូវបានហាមឃាត់” (មាត្រា១៣.៤.ឃ) ។

៣៩. ភាគីគួរហាមឃាត់ការប្រើពាក្យពេទ្រ ការពិពណ៌នា ម៉ាកសញ្ញាពាណិជ្ជកម្ម អត្ថប្បដ្ឋិរូប រូបភាពបែប ទីផ្សារ រូបយីហោ ពណ៌ និងនិមិត្តរូប ឬសញ្ញាណាមួយផ្សេងទៀត^៧ ដែលផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផលថ្នាំជក់ ឬលើក កំពស់អោយមានការប្រើប្រាស់ផលិតផលថ្នាំជក់ទោះដោយផ្ទាល់ ឬដោយប្រយោលក៏ដោយ ដោយប្រើមធ្យោបាយ ណាមួយដែលកុហក ធ្វើអោយយល់ខុស ឬបោកបញ្ឆោត ឬហាក់បីដូចជាបង្កើតអោយមានការចាប់អារម្មណ៍ដោយ ភាន់ច្រឡំអំពីលក្ខណៈ ផលប៉ះពាល់ដល់សុខភាព គ្រោះថ្នាក់ និងការបញ្ចេញ(ផ្សែង)របស់ផលិតផលថ្នាំជក់ណា មួយ ឬផលិតផលថ្នាំជក់ជាច្រើន ឬអំពីផលប៉ះពាល់ដល់សុខភាព ឬគ្រោះថ្នាក់នៃការប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់។ ការហាម ឃាត់ទាំងនេះគួរតែរាប់បញ្ចូលក្នុងចំណោម ការប្រើប្រាស់ពាក្យ " មានជីវិត " " ស្រាល " " ស្រាល- បំផុត " ឬ "មិនខ្លាំង" និងពាក្យផ្សេងទៀតជាភាសាណាមួយ ដែលអាចនាំអោយយល់ខុស ឬបង្កើតនូវអារម្មណ៍ភាន់ច្រឡំ។^៨

៤០. ភាគីគួរតែពិចារណាផ្តល់នូវបំរាមសុខភាព ឬការព្រមាន និងសារផ្សេងទៀត សំរាប់ភ្ជាប់ជាមួយការផ្សាយ ពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភដោយថ្នាំជក់ អោយបានលេចធ្លោយ៉ាងហោចណាស់ក៏ស្មើនឹងការ ផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់នោះដែរ។ ខ្លឹមសារនៃបំរាម និងសារ ដែលតម្រូវអោយដាក់នោះ គួរតែបញ្ញត្តិដោយអាជ្ញាធរដែលពាក់ព័ន្ធ និងគួរតែចង្អុលប្រាប់យ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាព អំពីហានិភ័យសុខភាព និងការព្យាបាលដោយសារការប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់ រារាំងដល់ការប្រើប្រាស់ផលិតផលថ្នាំជក់ និង បង្កើនការជំរុញអោយឈប់ប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់។ ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពរបស់វាអោយបានខ្ពស់បំផុត បំរាម ឬសារ ផ្សេងៗដែលទាមទារដោយភាគីអនុលោមតាមមាត្រា១៣.៤(ខ) នៃអនុសញ្ញា គួរតែស្របគ្នាជាមួយនឹងបំរាម ឬ សារ នៅលើកញ្ចប់ ដែលអនុសញ្ញាតម្រូវអោយមានតាមមាត្រា១១ ។

៤១. ភាគីគួរតែទាមទារអោយមានការផ្តល់ព័ត៌មានដោយឧស្សាហកម្មថ្នាំជក់ ទៅឱ្យអាជ្ញាធររដ្ឋាភិបាលដែល ពាក់ព័ន្ធពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដែលខ្លួនពាក់ព័ន្ធ។ ការផ្តល់ ព័ត៌មាននេះ គួរតែធ្វើឡើងនៅចន្លោះពេលទៀងទាត់ដែលចែងដោយច្បាប់ និងឆ្លើយតបទៅនឹងសំណើជាក់លាក់។ វាគួរតែរួមបញ្ចូលនូវព័ត៌មានទាំងស្រុង និងតាមម៉ាក អំពី :

- ប្រភេទនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ រួមទាំង ខ្លឹមសារ ទំរង់ និង ប្រភេទនៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយរបស់វា
- ទីតាំង វិសាលភាព ឬចំនួនដងនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធី សំរាប់ថ្នាំជក់
- អត្តសញ្ញាណនៃក្រុមហ៊ុន ដែលពាក់ព័ន្ធនៅក្នុងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការ ឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដោយរាប់បញ្ចូលទាំងក្រុមហ៊ុនដែលផលិត និងផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនោះផង។

^៧ ឃ្លាទាំងនេះត្រូវបានដកស្រង់ចេញមកពីមាត្រា ១១.១(ក) នៃអនុសញ្ញា ដោយបន្ថែមនូវពាក្យ "ពណ៌" ដែលក្រុមការងារទទួលស្គាល់ថា អាចត្រូវបានគេ ប្រើ ដើម្បីនាំអោយមានការចាប់អារម្មណ៍ខុសអំពីលក្ខណៈផ្សេងៗ ផលប៉ះពាល់ដល់សុខភាព ឬគ្រោះថ្នាក់នៃផលិតផលថ្នាំជក់។

^៨ សូមមើលមាត្រា ១១.១(ក) និងគោលការណ៍ណែនាំស្តីពីមាត្រា១១នៃអនុសញ្ញា។

- ក្នុងករណីដែលមានការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ឆ្លងព្រំដែន ដែលចេញពីដែនដីរបស់ភាគី ដែនដីដែលវាផ្តោតទៅលើ ឬអាចនឹងទទួល និង
- ចំនួនទឹកប្រាក់ និងធនធានដែលប្រើសំរាប់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ។

៤២. ភាគីគួរធ្វើអោយព័ត៌មានទាំងនេះ ងាយទទួលបានដោយសាធារណជន (ឧទាហរណ៍ តាមរយៈអ៊ីនធឺណិត)^៤ ដោយមានការធានាដល់ការរក្សាការសំងាត់ពាណិជ្ជកម្ម ។

៤៣. ខណៈដែលកាតព្វកិច្ចដែលចែងដោយមាត្រា១៣.៤(ឃ) នៃអនុសញ្ញា ទាក់ទងដល់ការបង្ហាញនូវព័ត៌មាននៃការចំណាយដោយឧស្សាហកម្មថ្នាំជក់ លើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដែលគេមិនទាន់បានធ្វើការហាមឃាត់នៅឡើយនោះ កើតមានចំពោះតែភាគីទាំងឡាយណាដែលមិនមានការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយ ភាគីទាំងអស់គួរតែអនុវត្តនូវវិធានការដែលបានណែនាំក្នុងមាត្រា១៣.៥ ដែលលើកទឹកចិត្តអោយភាគី អនុវត្តវិធានការហួសពីកាតព្វកិច្ចដែលចែងដោយមាត្រា១៣.៤ ។ ការទាមទារអោយមានការបង្ហាញព័ត៌មាន ដោយឧស្សាហកម្មថ្នាំជក់ ពីការចំណាយលើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ អាចជួយភាគីដែលមានការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយរួចហើយ ពិចារណាអំពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដែលមិនបានគ្របដណ្តប់ ឬដែលឧស្សាហកម្មថ្នាំជក់បានបំពានទៅនឹងការហាមឃាត់នេះ ។ ការទាមទារអោយមានការបង្ហាញព័ត៌មានទាំងនេះ អាចបន្ថែមផលប្រយោជន៍ ដោយរារាំងឧស្សាហកម្មថ្នាំជក់មិនអោយពាក់ព័ន្ធនឹងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ ឬការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដែលអាចនឹងកើតមានឡើងប្រសិនបើគ្មានការទាមទារដូច្នោះទេ ។

អនុសាសន៍

ភាគីគួរតែបំពេញទៅតាមកាតព្វកិច្ចនៃមាត្រា១៣.៤នៃអនុសញ្ញា ទាក់ទងទៅនឹងទំរង់ណាមួយនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ ឬការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដែលមិនត្រូវបានហាមឃាត់ ។ ភាគី គួរតែហាមឃាត់ចំពោះរាល់ការផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផលថ្នាំជក់ ដោយមធ្យោបាយណាមួយ ដែលកុហក ធ្វើអោយយល់ខុស បោកបញ្ឆោត ឬហាក់បីដូចជាបង្កើតនូវអារម្មណ៍អារម្មណ៍ភាន់ច្រឡំ បង្គាប់បញ្ជាអោយមានបំរាម ឬសារផ្សេងៗដែលត្រឹមត្រូវ និងទាមទារអោយមានការបង្ហាញព័ត៌មានអោយបានទៀងទាត់ដោយឧស្សាហកម្មថ្នាំជក់ ទៅកាន់អាជ្ញាធរអំពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ ឬការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ដែលខ្លួនពាក់ព័ន្ធ ។ ភាគីគួរតែរៀបចំអោយព័ត៌មានដែលបង្ហាញចេញទាំងនេះ ដឹងដល់សាធារណៈជន ។

^៤ បទបញ្ញត្តិនេះ គាំទ្រដល់កាតព្វកិច្ចដែលចែងនៅក្នុងមាត្រា ១២(គ) ដើម្បីលើកកម្ពស់សាធារណៈជនឱ្យទទួលបានព័ត៌មានទូលំទូលាយ ស្តីពីឧស្សាហកម្មថ្នាំជក់ ដែលជាប់ពាក់ព័ន្ធនឹងគោលបំណងនៃអនុសញ្ញា ។

ភាពស៊ីសង្វាក់គ្នា

៤៤. ការហាមឃាត់ក្នុងស្រុក និងការពង្រឹងការអនុវត្តន៍ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពគឺជាមូលដ្ឋានគ្រឹះ នៃការហាមឃាត់ដ៏ពេញលេញ ចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ផ្ទាំជក់ នៅថ្នាក់ពិភពលោក។ វេទិកាផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានទំនើប ដូចជាអ៊ិនធឺណេត ខ្សែភាពយន្ត និងផ្កាយរណបផ្សាយផ្ទាល់ ឆ្លងកាត់ព្រំដែនយ៉ាងងាយ ហើយរូបភាពជាច្រើននៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ផ្ទាំជក់ កំណត់ដោយច្បាប់ក្នុងស្រុក ដូចជាការឧបត្ថម្ភព្រឹត្តិការណ៍ ត្រូវបានគេផ្សាយ និងផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងទូលាយទៅកាន់រដ្ឋដទៃទៀត។ ជាងនេះទៅទៀត ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ផ្ទាំជក់ តែងតែត្រូវបានផ្សារភ្ជាប់ទៅនឹងផលិតផលផ្សេងៗដូចជា សំលៀកបំពាក់ និងឧបករណ៍បច្ចេកវិទ្យា ឬលេចឡើងនៅក្នុងការបោះពុម្ពផ្សាយ ហេតុនេះហើយទើបវាត្រូវបានផ្លាស់ទីពីរដ្ឋមួយទៅកាន់រដ្ឋមួយទៀតនៅពេលដែលសម្ភារៈទាំងនេះផ្លាស់ទី។

៤៥. វាច្បាស់ណាស់ថា ប្រសិទ្ធភាពនៃការហាមឃាត់ក្នុងស្រុកអាចនឹងចុះខ្សោយ ដរាបណាគ្មានកិច្ចសហការអន្តរជាតិទេនោះ។

ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ផ្ទាំជក់ឆ្លងព្រំដែន ដែលមានដើមកំណើតចេញពីដែនដីរបស់ភាគី (សម្ភារៈដែលហូរចេញទៅក្រៅ)

៤៦. មាត្រា១៣.២នៃអនុសញ្ញា ចែងថា " ការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយ ត្រូវរាប់បញ្ចូលការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយមួយ ចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ផ្ទាំជក់ឆ្លងដែន ដែលមានដើមកំណើតពីប្រទេសរបស់ខ្លួន ដោយផ្អែកទៅលើបរិយាកាសផ្នែកច្បាប់ និងមធ្យោបាយបច្ចេកទេស ដែលអាចមានសំរាប់ភាគី [នីមួយៗ] "។

៤៧. ការអនុវត្តន៍នូវការហាមឃាត់នេះ គួរតែរាប់បញ្ចូលនូវ ឧទាហរណ៍ រាល់ការបោះពុម្ពផ្សាយ និងផលិតផលដែលបោះពុម្ព ឬផលិតនៅក្នុងទឹកដីរបស់ភាគី ទោះបីជាសម្ភារៈទាំងនោះផ្តោតគោលដៅទៅលើមនុស្ស នៅក្នុងទឹកដីរបស់ភាគី ឬមនុស្សនៅក្នុងទឹកដីនៃភាគីផ្សេងក៏ដោយ។ វាតែងតែមានការលំបាក ក្នុងការរកភាពខុសគ្នារវាងការបោះពុម្ពផ្សាយ ឬផលិតផលដែលផ្តោតគោលដៅទៅលើ ឬត្រូវបានប្រើប្រាស់នៅក្នុងភាគីដើមកំណើតរបស់ខ្លួន និងអ្វីដែលផ្តោតគោលដៅទៅលើ និងប្រើប្រាស់នៅក្នុងភាគីផ្សេងទៀត។

៤៨. ការហាមឃាត់នេះក៏គួរតែអនុវត្តផងដែរ ចំពោះការដាក់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីដោយផ្ទាំជក់នៅតាមអ៊ិនធឺណេត ឬបច្ចេកវិទ្យាទូរគមនាគមន៍ឆ្លងដែនផ្សេងទៀត ដែលធ្វើឡើងដោយជនណាម្នាក់ ឬក្រុមហ៊ុនណាមួយ នៅក្នុងទឹកដីរបស់ភាគី ទោះបីសម្ភារៈទាំងនោះផ្តោតគោលដៅតែលើមនុស្សនៅក្នុង ឬនៅក្រៅទឹកដីរបស់ភាគីក៏ដោយ។

៤៩. ជាងនេះទៅទៀត ការហាមឃាត់គួរតែអនុវត្តចំពោះបុគ្គល ឬក្រុមហ៊ុនណាមួយដែលធ្វើការផ្សាយ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដែលអាចនឹងទទួលបានដោយភាគីដទៃ ។

៥០. ការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយ ចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីដោយថ្នាំជក់ ដែលមានដើមកំណើតចេញពីទឹកដីរបស់ភាគី ក៏គួរតែធានាផងដែរថា ជនជាតិ បុគ្គល ឬនីតិបុគ្គលរបស់ភាគីមួយ មិនពាក់ព័ន្ធក្នុងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ ឬការឧបត្ថម្ភកម្មវិធី នៅក្នុងទឹកដីនៃភាគីដទៃ ដោយមិនគិតអំពីថាតើ វាត្រូវបានគេនាំត្រឡប់ទៅប្រទេសកំណើតរបស់វាក៏ដោយ ។

ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ឆ្លងព្រំដែន ដែលចូលមកទឹកដីរបស់ភាគី

៥១. មាត្រា១៣.៧នៃអនុសញ្ញា ចែងថា " ភាគីដែលបានហាមឃាត់ចំពោះទំរង់ខ្លះ នៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ មានសិទ្ធិអធិប្បាយ ដើម្បីហាមឃាត់រាល់ទំរង់នៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ឆ្លងព្រំដែនចូលមកទឹកដីរបស់ខ្លួនទាំងនោះ និងដាក់ទោសបញ្ញត្តិដូចគ្នាទៅនឹងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដែលមានដើមកំណើតនៅក្នុងទឹកដីរបស់ខ្លួន អោយស្របទៅនឹងច្បាប់ជាតិ" ។

៥២. ការអនុវត្តន៍ការហាមឃាត់គួរតែគ្របដណ្តប់ទៅលើ ឧទាហរណ៍ ឯកសារបោះពុម្ពផ្សាយ ផលិតផលដែលបោះពុម្ព ឬផលិតនៅភាគីផ្សេងចូលទៅក្នុងទឹកដីរបស់ភាគី ឬផ្តោតគោលដៅទៅលើមនុស្សនៅក្នុងទឹកដីនោះ ។ ភាគី គួរតែពិចារណា អនុវត្តនូវការត្រួតពិនិត្យជាតំរូវ ចំពោះឯកសារបោះពុម្ពផ្សាយដែលនាំចូល ។ ប្រសិនបើឯកសារទាំងនោះ ត្រូវបានបោះពុម្ពផ្សាយ ឬចែកចាយដោយជនជាតិរបស់ភាគី ឬក្រុមហ៊ុនដែលបានបង្កើតនៅក្នុងទឹកដីរបស់ភាគី បុគ្គល និងក្រុមហ៊ុនទាំងនោះគួរតែទទួលខុសត្រូវ ហើយការហាមឃាត់គួរតែអនុវត្តអោយបានពេញលេញបំផុត ។^{៩០} ការហាមឃាត់គួរតែអនុវត្តផងដែរចំពោះមាតិកានៅក្នុងអ៊ិនធឺណេត ដែលអាចប្រើបាននៅក្នុងទឹកដីរបស់ភាគី និងចំពោះឯកសារសំលេង ឯកសាររូបភាព ឬសោតទស្សន៍ណាមួយ ដែលផ្សព្វផ្សាយនៅក្នុង ឬទទួលបាននៅក្នុងទឹកដីរបស់ភាគី ទោះបីជាឯកសារនោះផ្តោតគោលដៅទៅលើមនុស្សនៅក្នុងទឹកដីរបស់ភាគី ឬមិនមែនក៏ដោយ ។

អនុសាសន៍

ភាគីដែលមានការហាមឃាត់ ឬការដាក់កំហិតដ៏ទូលំទូលាយចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ គួរតែធានាថា ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការ

^{៩០} ក្នុងកាលៈទេសៈខ្លះ ភាគីមួយអាចនឹងពង្រឹងការហាមឃាត់ ចំពោះអ្វីដែលមិនមែនជាជាតិរបស់ខ្លួន ។ វិធីបញ្ជាក់ពីជាតិដទៃ អាចជាប្រធានបទនៃបទបញ្ញត្តិរបស់ពិធីសារស្តីពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ឆ្លងព្រំដែន ។

ឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ឆ្លងដែន ដែលមានដើមកំណើតចេញពីទឹកដីរបស់ខ្លួន ត្រូវបានហាមឃាត់ ឬដាក់កំហិត តាមរបៀបដូចគ្នាទៅនឹងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ក្នុងប្រទេសដែរ ។ ភាគីគួរតែប្រើសិទ្ធិអធិប្បាយរបស់ខ្លួន ដើម្បីចាត់វិធានការដ៏មានប្រសិទ្ធភាព ដើម្បីកាត់បន្ថយ ឬរារាំងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ឆ្លងដែនណាមួយ ដែលចូលមកក្នុងទឹកដីរបស់ខ្លួន ទោះបីជាវាមកពីភាគីដែលមានការដាក់កំហិត ឬមកពីប្រទេសមិនមែនជាភាគីក៏ដោយ ដោយទទួលស្គាល់ថា នៅក្នុងករណីខ្លះ វិធានការដែលមានប្រសិទ្ធភាព អាចនឹងត្រូវបានបញ្ជាក់នៅក្នុងពិធីសារមួយ ។

ក្រុមហ៊ុនដែលទទួលខុសត្រូវ

៥៣. ក្រុមហ៊ុនដែលទទួលខុសត្រូវ គួរតែត្រូវបានកំណត់អោយបានទូលំទូលាយ ដោយគ្របដណ្តប់លើខ្សែច្រវាក់ទីផ្សារទាំងមូល ។ ការទទួលខុសត្រូវជាបឋម គួរតែផ្តោតទៅលើអ្នកផ្តួចផ្តើមការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ ឬការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ជាទូទៅគឺក្រុមហ៊ុនផលិតថ្នាំជក់ អ្នកបោះដុំ អ្នកនាំចូល អ្នកលក់រាយ ព្រមទាំងភ្នាក់ងារបស់ពួកគេ និងអ្នកដែលពាក់ព័ន្ធ ។

៥៤. ជាងនេះទៅទៀត ក្រុមហ៊ុនជាច្រើនដែលជាប់ពាក់ព័ន្ធនឹងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ក៏គួរតែទទួលខុសត្រូវផងដែរ ។

៥៥. ការទទួលខុសត្រូវ មិនអាចត្រូវបានកំណត់ដូចគ្នា ចំពោះគ្រប់ក្រុមហ៊ុនឡើយ ដោយសារការរួមចំណែករបស់ក្រុមហ៊ុនទាំងនោះ នៅក្នុងការផលិត ការដាក់តាំង និងការផ្សព្វផ្សាយ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ មានលក្ខណៈផ្សេងៗគ្នា ។ ក្នុងករណីនៃការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ក្រុមហ៊ុនដែលទទួលខុសត្រូវ គឺជាក្រុមហ៊ុនដែលធ្វើវិភាគទានក្នុងរូបភាពណាមួយ ក្រុមហ៊ុនដែលទទួលនូវរូបភាពណាមួយនៃវិភាគទាន និងអន្តរការណ៍មួយដែលជួយសម្រួលដល់ការធ្វើ និងការទទួលវិភាគទានដែលពាក់ព័ន្ធតាមរូបភាពណាមួយ ។ នៅពេលដែលការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ថ្នាំជក់ ពាក់ព័ន្ធក្នុងគមនាគមន៍នោះក្រុមហ៊ុនដែលពាក់ព័ន្ធ ត្រូវទទួលខុសត្រូវទៅតាមតួនាទី នៅក្នុងការផលិត និងផ្សព្វផ្សាយខ្លឹមសារនៃគមនាគមន៍ ព្រមទាំងលទ្ធភាពក្នុងការគ្រប់គ្រង ។ អ្នកផ្សព្វផ្សាយ គួរតែទទួលខុសត្រូវ ដោយសារតែពួកគេយល់ដឹង ឬស្ថិតនៅក្នុងគោលជំហរមួយដែលត្រូវដឹង ពីខ្លឹមសារនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការផ្សព្វផ្សាយលក់ ។ នេះជាការពិត សំរាប់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ឬបច្ចេកវិទ្យាគមនាគមន៍ណាក៏ដោយ ប៉ុន្តែវាអនុវត្តជាពិសេស ដើម្បីត្រួតពិនិត្យខ្លឹមសារនៅតាមអ៊ិនធឺណេត និងដែលបានផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈផ្កាយរណបផ្សាយផ្ទាល់ ។

៥៦. ចំពោះរាល់ទម្រង់នៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងគមនាគមន៍

- បុគ្គល ឬក្រុមហ៊ុនដែលផលិត ឬបោះពុម្ពផ្សាយនូវខ្លឹមសារ (ឧទាហរណ៍ ភ្នាក់ងារផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម អ្នករចនា អ្នកបោះពុម្ពផ្សាយសារព័ត៌មាន និងសម្ភារៈបោះពុម្ពផ្សេងទៀត អ្នកផ្សាយ និងអ្នកផលិត

ខ្សែភាពយន្ត កម្មវិធីទូរទស្សន៍ និងវិទ្យុ ល្បែងកំសាន្ត និងការសម្តែងផ្ទាល់ ហើយនិងអ៊ិនធឺណែត ទូរស័ព្ទចល័ត អ្នកផលិតខ្លឹមសាររបស់ផ្កាយរណប) គួរតែត្រូវបានហាមឃាត់ ចំពោះការបញ្ចូលនូវការ ផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ។

- បុគ្គល ឬក្រុមហ៊ុន ដូចជាអ្នករៀបចំប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព្រឹត្តិការណ៍ កីឡាករ តារាល្បី តារាភាពយន្ត និងអ្នកសិល្បៈដទៃទៀត គួរតែត្រូវបានហាមឃាត់ចំពោះការពាក់ព័ន្ធនឹងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ។
- កាតព្វកិច្ចពិសេស (ឧទាហរណ៍ លុបចេញ ឬធ្វើអោយខ្លឹមសារនោះមិនអាចប្រើបាន) គួរតែយកមក អនុវត្តចំពោះក្រុមហ៊ុនដទៃទៀត ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងករណីដូចគ្នានេះ ឬប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងគមនាគមន៍ ឌីជីថល (ដូចជាវេបសាយនៃបណ្តាញសង្គម អ្នកផ្តល់សេវាកម្មអ៊ិនធឺណែត និងក្រុមហ៊ុនគមនាគមន៍) នៅពេលដែលគេត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយឱ្យយល់ដឹង អំពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និង ការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ។

ចំពោះក្រុមហ៊ុនស្របច្បាប់ ការទទួលខុសត្រូវគួរតែជាការទទួលខុសត្រូវរបស់ក្រុមហ៊ុន មិនមែនបុគ្គល ដែលជាបុគ្គលិកនោះទេ ។

៥៧. កិច្ចសន្យា កិច្ចព្រមព្រៀង ឬការរៀបចំមួយដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ គួរតែត្រូវបានទុកជាមោឃៈ ប្រសិនបើវាត្រូវបានយល់ស្របថា វាបំពានចំពោះ ការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយ ។

៥៨. ទាក់ទងទៅនឹងអ៊ិនធឺណែត ឧទាហរណ៍មានស្ថាប័នទទួលខុសត្រូវសំខាន់ៗចំនួន៥ ដែលត្រូវស្ថិតនៅក្រោម ការហាមឃាត់ ឬកាតព្វកិច្ចទាំងនេះ ។

- អ្នកផលិតខ្លឹមសាររឿង បង្កើតមាតិការឿង ឬធ្វើឱ្យមាតិការឿងកើតឡើង ។ ទាំងនេះរួមមាន ក្រុមហ៊ុន ថ្នាំជក់ ភ្នាក់ងារផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងអ្នកផលិតកម្មវិធីទូរទស្សន៍ ខ្សែភាពយន្ត និងល្បែងកំសាន្ត ដែល ចែកចាយតាមប្រព័ន្ធអ៊ិនធឺណែត ។ អ្នកផលិតខ្លឹមសាររឿង គួរតែត្រូវបានហាមឃាត់ពីការផ្សាយ ពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ នៅក្នុងមាតិការឿងដែលពួកគេ ផលិត ។
- អ្នកបោះពុម្ពផ្សាយខ្លឹមសាររឿង រួមមានអ្នកបោះពុម្ព និងក្រុមហ៊ុនដែលជ្រើសរើសមាតិការឿង ដើម្បី ដាក់ទៅក្នុងអ៊ិនធឺណែត សំរាប់អ្នកប្រើប្រាស់(ឧទាហរណ៍: គេហទំព័ររបស់សារព័ត៌មាន និងក្រុមហ៊ុន ផ្សាយព័ត៌មាន) ។ អ្នកផលិតខ្លឹមសាររឿង គួរតែត្រូវបានហាមឃាត់ពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វ ផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ នៅក្នុងមាតិការឿងដែលគេផលិត ។
- ម្ចាស់ខ្លឹមសាររឿង គឺជាក្រុមហ៊ុនដែលត្រួតពិនិត្យបណ្តាញផ្ទុកទិន្នន័យកំពូទ័រ ភ្ជាប់ទៅនឹងអ៊ិនធឺណែត ដែលមានផ្ទុកមាតិការឿង រួមមានក្រុមហ៊ុនដែលប្រមូលផ្តុំនូវមាតិកា ដែលផលិតដោយក្រុមហ៊ុន

ផ្សេងៗ ដោយគ្មានការសំរាំងមាតិកា មុនពេលបញ្ចេញមាតិកាទាំងនេះ ទៅអោយអ្នកប្រើប្រាស់ អ៊ុនធឺណែត(ដូចជាគេហទំព័ររបស់បណ្តាញសង្គម) ។ ម្ចាស់មាតិកាគួរតែមាន ភាគព្រឹត្តិច្ចម្ភ ឬ ធ្វើអោយការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ មិនអាចបើក ប្រើប្រាស់បាន នៅពេលដែលយល់ដឹងពីមាតិកាទូទៅហើយនោះ ។

- អ្នកស្វែងរកមាតិកាគឺជាក្រុមហ៊ុនដូចជាម៉ាស៊ីនរាវរកអ៊ុនធឺណែត ដែលបង្កលក្ខណៈងាយស្រួលដល់ ទីតាំងនៃមាតិកា ដោយអ្នកប្រើប្រាស់នូវសេវាកម្មឥតគមនាគមន៍។ អ្នកស្វែងរកមាតិកាគួរតែមានភាគព្រឹត្តិ ច្ចម្ភ ធ្វើអោយការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ មិនអាច បើកប្រើប្រាស់បាននៅ ពេលដែលយល់ដឹងពីមាតិកាទូទៅហើយនោះ ។
- អ្នកផ្តល់នូវការប្រើប្រាស់ គឺជាក្រុមហ៊ុនដែលផ្តល់អោយអ្នកដែលប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ នូវសេវាកម្ម ឥតគមនាគមន៍ ដូចជាអ្នកផ្តល់សេវាកម្មអ៊ុនធឺណែត និងក្រុមហ៊ុនទូរស័ព្ទចល័ត។ អ្នកផ្តល់នូវការប្រើ ប្រាស់គួរតែមានភាគព្រឹត្តិច្ចម្ភ ធ្វើអោយការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភ កម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ មិនអាចបើកប្រើប្រាស់បាន នៅពេលដែលយល់ដឹងពីមាតិកាទូទៅហើយនោះ ។

៥៩. ខុសពីភាគព្រឹត្តិច្ចម្ភរបស់អ្នកផលិតខ្លឹមសាររឿង អ្នកបោះពុម្ព និងម្ចាស់មាតិកា ភាគីគួរតែកំណត់នូវភាគព្រឹត្តិ ច្ចម្ភ ចំពោះអ្នកផ្តល់អោយនូវការរាវរក និងអ្នកផ្តល់អោយមានការប្រើប្រាស់ ដើម្បីប្រើប្រាស់នូវកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែង ដែលសមហេតុផល ក្នុងការធ្វើមិនអោយប្រើប្រាស់បាន តាមអ្វីដែលអាចធ្វើទៅបានប្រកបដោយបច្ចេកទេស ។

អនុសាសន៍

ក្រុមហ៊ុនដែលទទួលខុសត្រូវចំពោះការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ ថ្នាំជក់ គួរតែត្រូវបានកំណត់អោយបានទូលំទូលាយ ហើយមធ្យោបាយដែលគេទទួលខុសត្រូវ គួរតែ អាស្រ័យទៅតាមតួនាទី ។

- ការទទួលខុសត្រូវរបស់ គួរតែភ្ជាប់ជាមួយនឹងអ្នកផ្តួចផ្តើមការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ដែលជាធម្មតាគឺក្រុមហ៊ុនផលិត ក្រុមហ៊ុនចែកចាយដុំ អ្នកនាំចូល អ្នកលក់រាយនូវថ្នាំជក់ និងភ្នាក់ងាររបស់ពួកគេ ព្រមទាំងអ្នកដែលពាក់ព័ន្ធ ។
- បុគ្គល ឬក្រុមហ៊ុនដែលផលិត ឬបោះពុម្ពផ្សាយនូវមាតិកានៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ គួរតែត្រូវបានហាម ឃាត់ពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ នៅក្នុងមាតិកា ដែលពួកគេផលិត ឬបោះពុម្ព ។
- បុគ្គល ឬក្រុមហ៊ុន (ដូចជា អ្នករៀបចំព្រឹត្តិការណ៍ កីឡាករ និងតារាស្នើៗ) គួរតែត្រូវបានហាមឃាត់ ពីការពាក់ព័ន្ធនឹងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ។

- កាតព្វកិច្ចដោយឡែកនានា ឧទាហរណ៍ សំរាប់លុបចោលនូវមាតិកា គួរតែត្រូវបានអនុវត្តចំពោះ ក្រុមហ៊ុនផ្សេងៗដែលពាក់ព័ន្ធនឹងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានឌីជីថល និងអ្វីផ្សេងទៀតដែលស្រដៀងគ្នា នេះ ក្រោយពីពេលដែលពួកគេយល់ដឹងពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ។

ការពង្រឹងច្បាប់ស្តីពីទណ្ឌកម្មនៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់

៦០. ភាគីគួរតែណែនាំ និងអនុវត្តនូវទោសបញ្ញត្តិដែលមានប្រសិទ្ធភាព សមាមាត្រ និងដែលធ្វើឱ្យរាងចាល (រួមមានការផាកពិន័យ ការកែតម្រូវការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម និងការព្យួរ ឬលុបចោលអាជ្ញាប័ណ្ណ) ។ ដើម្បីអោយការដាក់ទោសបញ្ញត្តិនានា មានលក្ខណៈគួរអោយព្យញ្ជ័តប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ទោសបញ្ញត្តិទាំងនោះគួរត្រូវបានចំណាត់ថ្នាក់អោយប្រហាក់ប្រហែលគ្នា ទៅនឹងប្រភេទ និងសភាពធ្ងន់ធ្ងរនៃបទបំពាន រួមទាំងបទល្មើសដំបូង ហើយទោសបញ្ញត្តិ គួរតែធំធេងជាងផលប្រយោជន៍សេដ្ឋកិច្ច ដែលទទួលបានពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ។

៦១. ការរំលោភបំពានដដែលៗ គួរតែទទួលបានការដាក់ទោសទណ្ឌខ្លាំងក្លា ចំពោះក្រុមហ៊ុនផលិត ឬក្រុមហ៊ុនដែលទទួលខុសត្រូវ ។ ចំពោះករណីនៃការរំលោភបំពានញឹកញាប់ ឬធំធេង គួរតែទទួលបានការដាក់ទណ្ឌកម្មអោយរឹតតែធ្ងន់ធ្ងរ រួមមានការដាក់ពន្ធនាគារដែលអាចធ្វើទៅបាន ។ ទណ្ឌកម្មក៏គួរតែរួមបញ្ចូលកាតព្វកិច្ចកែតម្រូវការរំលោភបំពាន ឧទាហរណ៍ ដោយ :

- ការដកចេញនូវការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ។
- ការផ្សព្វផ្សាយដីការបស់តុលាការ ក្នុងលក្ខណៈដែលត្រូវបានកំណត់ដោយតុលាការ និងស្ថិតក្រោមចំណាយរបស់ភាគី ឬភាគីទាំងឡាយដែលកំណត់ដោយតុលាការ ហើយនិង
- មូលនិធិសំរាប់កែតម្រូវ ឬប្រឆាំងនឹងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ។

៦២. ទណ្ឌកម្មគួរតែអនុវត្តចំពោះទង្វើរបស់ក្រុមហ៊ុន មិនមែនចំពោះតែបុគ្គលប៉ុណ្ណោះទេ (រួមទាំងក្រុមហ៊ុនសហការ ដែលអាចទទួលខុសត្រូវចំពោះទង្វើនៃក្រុមហ៊ុនដែលនៅក្រៅដែនដី ប៉ុន្តែជាមួយនឹងឥទ្ធិពលនៅក្នុងដែនដីនោះ) ។ ទណ្ឌកម្មក៏គួរតែអនុវត្តផងដែរ ចំពោះទង្វើរបស់អ្នកគ្រប់គ្រង នាយក មន្ត្រី និង/ឬតំណាងស្របច្បាប់នៃក្រុមហ៊ុន នៅពេលដែលបុគ្គលទាំងនោះទទួលខុសត្រូវសំរាប់ទង្វើរបស់ក្រុមហ៊ុន ។

៦៣. ការផ្តល់អាជ្ញាប័ណ្ណដល់ក្រុមហ៊ុនផលិត អ្នកចែកចាយដុំ អ្នកនាំចូល និងអ្នកលក់រាយថ្នាំជក់ អាចជាវិធីសាស្ត្រដ៏មានប្រសិទ្ធភាព ក្នុងការគ្រប់គ្រងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ។ អាជ្ញាប័ណ្ណមួយ អាចនឹងត្រូវបានផ្តល់អោយ ឬបន្តបាន លុះត្រាតែអ្នកដែលដាក់ពាក្យសុំអាជ្ញាប័ណ្ណ អាចធានានូវការគោរពទៅតាមការទាមទារផ្លូវច្បាប់ ។ ក្នុងករណីដែលមិនគោរពតាម អាជ្ញាប័ណ្ណអាចនឹងត្រូវដកហូត

សំរាប់មួយរយៈពេល ឬក៏ត្រូវលុបចោល។ ចំពោះក្រុមហ៊ុនទទួលខុសត្រូវដែលមិនពាក់ព័ន្ធដោយផ្ទាល់ ទៅនឹងការ ផលិត និងការលក់ថ្នាំជក់ (ដូចជាក្រុមហ៊ុនផ្សេងៗផ្សាយព័ត៌មាន) នៅពេលដែលក្រុមហ៊ុនទាំងនេះ ត្រូវបានតម្រូវ អោយមានអាជ្ញាប័ណ្ណ ការគោរពតាមបញ្ញត្តិស្តីពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធី សំរាប់ថ្នាំជក់ គួរតែត្រូវបានរាប់បញ្ចូលនៅក្នុងលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យ សំរាប់ផ្តល់ បន្ត ពន្យារ ឬដកហូតអាជ្ញាប័ណ្ណ។

៦៤. ប្រសិនបើទណ្ឌកម្មដែលធ្វើឱ្យញញើត ត្រូវបានបង្កើត អាជ្ញាធរពង្រឹងការអនុវត្ត អាចនឹងមានជោគជ័យ ក្នុងការបញ្ចប់ការអនុវត្តន៍មិនស្របច្បាប់ទាំងឡាយ ដោយមិនបាច់ឆ្លងកាត់នីតិវិធីតុលាការ (ឧទាហរណ៍ តាមរយៈ ការទាក់ទងគ្នា កិច្ចប្រជុំនានា ការព្រមាន សេចក្តីសំរេចផ្នែករដ្ឋបាល និងការបង់ប្រាក់ពិន័យតាមពេលវេលាកំណត់) ។

ការតាមដាន ការពង្រឹងការអនុវត្តន៍ និងផ្លូវឆ្ពោះទៅរកយុត្តិធម៌

៦៥. ភាគីគួរតែចាត់តាំងអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច និងឯករាជ្យមួយ ដើម្បីតាមដាន និងពង្រឹងការអនុវត្តច្បាប់ ព្រមទាំងផ្តល់នូវអំណាច និងធនធានចាំបាច់ដល់អាជ្ញាធរនោះ។ ទីភ្នាក់ងារនេះគួរតែមានអំណាច ក្នុងការស៊ើប អង្កេតទៅលើពាក្យបណ្តឹង រឹបអូសយកការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ឬការផ្សព្វផ្សាយលក់ខុសច្បាប់ ហើយប្រកាសបណ្តឹង ទាំងនេះ និង/ឬផ្តួច ផ្តើមនូវនីតិវិធីផ្លូវច្បាប់សមស្រប។

៦៦. អង្គការសង្គមស៊ីវិល និងប្រជាពលរដ្ឋ គួរតែចូលរួមនៅក្នុងការតាមដាន និងការពង្រឹងការអនុវត្តអោយ មានប្រសិទ្ធភាពនៃការហាមឃាត់នេះ។ គួរកត់សំគាល់ថា អង្គការសង្គមស៊ីវិលនានា ដូចជាអង្គការសុខភាព សាធារណៈ ថែទាំសុខភាព ការពារ គាំទ្រយុវជន ឬអ្នកប្រើប្រាស់ អាចរំពឹងថានឹងអនុវត្តការតាមដានដោយ ហ្មត់ចត់ ហើយច្បាប់គួរតែកំណត់អោយបានជាក់លាក់ថា មហាជនអាចផ្តួចផ្តើមបណ្តឹងបាន។

៦៧. លើសនេះទៅទៀត ការជ្រើសរើសយកច្បាប់រដ្ឋប្បវេណី គួរតែធ្វើឡើងដើម្បីប្រឆាំងទៅនឹងការផ្សាយ ពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់។ ច្បាប់ជាតិគួរតែផ្តល់លទ្ធភាពអោយបុគ្គល ឬ អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍ ផ្តួចផ្តើមវិធានការផ្លូវច្បាប់ ប្រឆាំងទៅនឹងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ខុសច្បាប់។

៦៨. កម្មវិធីពង្រឹងការអនុវត្តន៍នេះ អាចរាប់បញ្ចូលទាំងការប្តឹងតាមរយៈទូរស័ព្ទដោយមិនគិតប្រាក់ អ៊ុនធឺណេត វេបសាយ ឬប្រព័ន្ធស្រដៀងៗគ្នានេះ ដើម្បីលើកទឹកចិត្តដល់មហាជនអោយរាយការណ៍ពីការរំលោភបំពានទាំង ឡាយ។

អនុសាសន៍

ភាគីទាំងឡាយ គួរតែណែនាំ និងអនុវត្តនូវទណ្ឌកម្មដែលមានប្រសិទ្ធភាព សមាមាត្រ និងដែលធ្វើឱ្យរាង ចាល។ ភាគីគួរតែចាត់តាំងអាជ្ញាធរមានសមត្ថកិច្ច និងឯករាជ្យមួយ ដើម្បីត្រួតពិនិត្យ និងពង្រឹង ការអនុវត្តន៍ច្បាប់ និងផ្តល់អំណាច និងធនធានចាំបាច់ដល់អាជ្ញាធរនោះ។ សង្គមស៊ីវិល គួរតែចូលរួមនៅ ក្នុងការត្រួតពិនិត្យ និងពង្រឹងការអនុវត្តន៍ច្បាប់ និងមានលទ្ធផលប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធយុត្តិធម៌។

ការអប់រំសាធារណៈជន និងការផ្តល់ចំណេះដឹងដល់សហគមន៍

៦៩. នៅក្នុងស្ថាវត្ថិករបស់មាត្រា១២នៃអនុសញ្ញា^{១១} ភាគីទាំងឡាយគួរតែលើកកម្ពស់ និងពង្រឹងការយល់ដឹងរបស់សាធារណជន អំពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ក្នុងគ្រប់ផ្នែកនៃសង្គម ដោយប្រើប្រាស់នូវរាល់មធ្យោបាយគមនាគមន៍ដែលអាចធ្វើទៅបាន ។ ក្នុងចំណោមនេះ ភាគីគួរតាក់តែងនូវវិធានការសមស្រប ដើម្បីលើកកម្ពស់វិសាលភាពនៃការប្រើប្រាស់ អោយមានប្រសិទ្ធភាពទូលំទូលាយ នូវកម្មវិធីផ្តល់ការអប់រំសាធារណៈជន និងកម្មវិធីផ្តល់ការយល់ដឹង ដែលគូសបញ្ជាក់អំពីសារសំខាន់នៃការហាមឃាត់ដ៏ទូលំទូលាយ អប់រំសាធារណជនអំពីសារសំខាន់ និងពន្យល់ពីមូលហេតុដែលការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ មិនអាចទទួលយកបាន ។

៧០. ទាក់ទាញឱ្យមានការគាំទ្ររបស់សហគមន៍ ដើម្បីត្រួតពិនិត្យការគោរពតាម និងរាយការណ៍ពីការបំពានច្បាប់ ប្រឆាំងនឹងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ គឺជាកត្តាសំខាន់នៃការពង្រឹងការអនុវត្តន៍ ។ ដើម្បីអោយសមាជិកសហគមន៍ ប្រកាន់យកតួនាទីនេះ ពួកគេត្រូវតែទទួលបានការយល់ដឹងអំពីបញ្ហានេះ និងយល់ពីច្បាប់ និងអំពីរបៀបដែលគេអាចធ្វើសកម្មភាពប្រឆាំងទៅនឹងការបំពាននេះ ។

៧១. ភាគីគួរតែអនុវត្តនូវកម្មវិធីអប់រំសាធារណជន និងកម្មវិធីផ្តល់ការយល់ដឹងដល់សហគមន៍ ជូនដំណឹងដល់សមាជិកសហគមន៍អំពីច្បាប់ដែលមានស្រាប់ ស្តីពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ អំពីជំហានដែលត្រូវអនុវត្ត ដើម្បីជូនដំណឹងដល់ភ្នាក់ងាររដ្ឋាភិបាល ដែលពាក់ព័ន្ធក្នុងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ និងអំពីជំហានដែលបានអនុវត្ត ប្រឆាំងទៅនឹងការបំពានច្បាប់ របស់អ្នកដែលពាក់ព័ន្ធនៅក្នុងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ នៅក្នុងការបំពានច្បាប់ ។

អនុសាសន៍

ភាគីទាំងឡាយ គួរតែលើកកម្ពស់ និងពង្រឹងការផ្តល់ចំណេះដឹងដល់សាធារណជន នៅគ្រប់ផ្នែកក្នុងសង្គម ក្នុងគោលបំណងលុបបំបាត់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ច្បាប់ប្រឆាំងនឹងវា និងមធ្យោបាយដែលសាធារណជន អាចចាត់វិធានការលើការបំពានច្បាប់ទាំងនេះ ។

កិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ

៧២. ប្រសិទ្ធភាពនៃកិច្ចប្រឹងប្រែង ដើម្បីលុបបំបាត់នូវការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ មិនត្រឹមតែអាស្រ័យទៅលើការផ្តួចផ្តើម ដែលធ្វើឡើងដោយភាគីប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែវា

^{១១} "ការអប់រំ ការផ្តល់ព័ត៌មាន ការបណ្តុះបណ្តាល និងការយល់ដឹងរបស់សាធារណជន"

ថែមទាំងអាស្រ័យទៅលើទំហំនៃកិច្ចសហប្រតិបត្តិ ដែលភាគីទាំងឡាយ លើកឡើងអំពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ទៀតផង។ កិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិប្រកបដោយ ប្រសិទ្ធភាព នឹងមានសារសំខាន់ចំពោះការលុបបំបាត់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភ កម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ ទាំងក្នុងប្រទេស និងឆ្លងព្រំដែន។

៧៣. ភាគីនៃអនុសញ្ញា បានធ្វើការប្តេជ្ញាចិត្តរួចទៅហើយ ចំពោះកិច្ចសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិ រួមទាំងការ អនុលោមតាមមាត្រា១៣.៦ (កិច្ចសហប្រតិបត្តិការនៅក្នុងការបង្កើតបច្ចេកវិទ្យា និងមធ្យោបាយផ្សេងទៀតដែល ចាំបាច់ នៅក្នុងការសម្រួលដល់ការលុបបំបាត់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មឆ្លងព្រំដែន) មាត្រា១៩ (ការទទួលខុសត្រូវ) មាត្រា២០ (ការស្រាវជ្រាវ ការឃ្នាំមើល និងការប្តូរគ្នាទៅវិញទៅមកនូវព័ត៌មាន) ជាពិសេសមាត្រា២០.៤ (ការប្តូរគ្នាទៅវិញទៅមកនូវព័ត៌មានវិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកទេស សង្គមកិច្ច សេដ្ឋកិច្ច ពាណិជ្ជកម្ម និងច្បាប់ ព្រមទាំង ព័ត៌មានស្តីពីទម្លាប់របស់ឧស្សាហកម្មថ្នាំជក់) មាត្រា២១ (ការធ្វើរបាយការណ៍ និងការប្តូរគ្នាទៅវិញទៅមកនូវ ព័ត៌មាន) មាត្រា២២ (ការសហប្រតិបត្តិការក្នុងវិស័យវិទ្យាសាស្ត្រ បច្ចេកទេស និងច្បាប់ ហើយនិងការផ្តល់នូវ ឯកសារពាក់ព័ន្ធ) និងមាត្រា២៦ (ធនធានហិរញ្ញវត្ថុ) ។

៧៤. បន្ថែមទៅលើអនុសាសន៍នៅក្នុងគោលការណ៍ណែនាំទាំងនេះ សន្និសីទភាគីក៏កត់ចំណាំផងដែរនូវអនុសាសន៍ នៃក្រុមការងារ លើវិធានការផ្សេងៗ ដែលទាក់ទងទៅនឹងការសម្រួលដល់ការប្តូរគ្នាទៅវិញទៅមកនូវព័ត៌មាន និង កិច្ចសហប្រតិបត្តិការផ្សេងទៀតរវាងភាគីទាំងឡាយ ដែលនឹងរួមចំណែកក្នុងការលុបបំបាត់នូវការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ ឬការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ឆ្លងដែន។^{១២} វិធានការដើម្បីលុបបំបាត់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ក្នុងប្រទេសទាំងនេះ ក៏មានប្រយោជន៍ដែរ ដោយទទួល ស្គាល់ថា ភាគីទាំងឡាយនឹងទទួលបានផលប្រយោជន៍ពីការប្តូរគ្នាទៅវិញទៅមកនូវព័ត៌មាន បទពិសោធន៍ និង ជំនាញ ទាក់ទងទៅនឹងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ មិនត្រឹមតែ ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ឆ្លងដែនប៉ុណ្ណោះទេ។

^{១២} សេចក្តីសម្រេចនៃសន្និសីទភាគីនៃអនុសញ្ញាស្តីពីការត្រួតពិនិត្យថ្នាំជក់លើកទីបី (១៤)

ឧបសម្ព័ន្ធ

បញ្ជីបង្ហាញ (មិនគ្រប់គ្រាន់) នៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ការផ្សព្វផ្សាយលក់ និងការឧបត្ថម្ភកម្មវិធីសំរាប់ថ្នាំជក់ នៅក្នុងពាក្យរបស់អនុសញ្ញា

- គមនាគមន៍តាមរយៈឯកសារសំលេង ឯកសាររូបភាព ឬឯកសារសោតទស្សន៍ មានន័យថា៖ ការបោះពុម្ព (រួមមាន សារព័ត៌មាន ទស្សនាវដ្តី ចុំល្អលិខិត ខិតប័ណ្ណ លិខិត ផ្ទាំងប័ណ្ណ ផ្ទាំងរូបភាព សញ្ញាផ្សេងៗ) ទូរទស្សន៍ និងវិទ្យុ (រួមទាំងប្រព័ន្ធរលកក្រោមដី ប្រព័ន្ធផ្តាយរណប) ខ្សែភាពយន្ត ឌីវីឌី វីដេអូ និងស៊ីឌី ល្បែងកំសាន្ត (ល្បែងកំសាន្តកំព្យូទ័រ វីដេអូ និងអ៊ិនធឺណែត) វេទិកាគមនាគមន៍ឌីជីថលផ្សេងៗ (រាប់ បញ្ចូលទាំងអ៊ិនធឺណែត និងទូរស័ព្ទដៃ) ហើយនិងមហោស្រព ឬការសម្តែងផ្ទាល់ ។
- ការធ្វើសញ្ញាជាម៉ាកយីហោ រួមមាននៅកន្លែងកំសាន្ត នៅកន្លែងលក់រាយ ព្រមទាំងលើយានយន្ត និង ឧបករណ៍ផ្សេងៗ (ឧទាហរណ៍ តាមរយៈការប្រើប្រាស់នូវពណ៌របស់ម៉ាកយីហោ ឬពណ៌ចំរុះ រូបសញ្ញា ឬសញ្ញាពាណិជ្ជកម្ម)
- ដាក់តាំងផលិតផលថ្នាំជក់នៅកន្លែងលក់
- ម៉ាស៊ីនលក់ផលិតផលថ្នាំជក់
- ការលក់ផលិតផលថ្នាំជក់តាមអ៊ិនធឺណែត
- ការលាតសន្ធឹងម៉ាកយីហោ និងការមានចំណែក (ផលិតផលផ្សេងៗជាច្រើនមុខ)
- ការដាក់បញ្ចូលផលិតផល (គឺការរាប់បញ្ចូល ឬនិយាយដល់ ផលិតផល សេវាកម្ម ឬសញ្ញាពាណិជ្ជកម្ម ថ្នាំជក់មួយ នៅក្នុងបរិបទនៃគមនាគមន៍ (សូមមើលខាងលើ) ដើម្បីបានការតបស្នងមកវិញជាប្រាក់ ឬ សគុណផ្សេងៗ)
- ការផ្តល់អំណោយ ឬផលិតផលបញ្ចុះតម្លៃ ភ្ជាប់ជាមួយនឹងការទិញថ្នាំជក់ (ឧទាហរណ៍ បន្តោងសោរ អារយីត មួកលេងកីឡាបាល់បោះ ដៃកកេសអុចបារី)
- ការផ្គត់ផ្គង់នូវផលិតផលថ្នាំជក់គំរូដោយឥតគិតថ្លៃ រាប់បញ្ចូលទាំងការភ្ជាប់ជាមួយការស្នងមតិទីផ្សារ និង ការធ្វើតេស្តសរសជាតិ
- ការផ្សព្វផ្សាយលក់ដោយផ្តល់រង្វាន់លើកទឹកចិត្ត **ឬក៏រោងដោយស្មោះត្រង់** ឧទាហរណ៍ ប័ណ្ណប្តូរយករង្វាន់ ដែលគេផ្តល់អោយនៅពេលទិញថ្នាំជក់
- ការប្រកួតប្រជែងដែលពាក់ព័ន្ធជាមួយនឹងផលិតផល ឬម៉ាកយីហោថ្នាំជក់ ទោះមាន ឬមិនមានការតម្រូវ អោយទិញផលិតផលថ្នាំជក់ក៏ដោយ
- ការផ្តោតគោលដៅដោយផ្ទាល់ទៅលើបុគ្គល ដោយមានសម្ភារៈផ្សព្វផ្សាយលក់ (រួមបញ្ចូលទាំងព័ត៌មាន) ដូចជា សំបុត្រផ្ទាល់ ការស្នើសុំរកទីផ្សារតាមទូរលេខ "ការស្នងមតិអ្នកប្រើប្រាស់" ឬ "ការស្រាវជ្រាវ"

- ការផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផលដែលបញ្ចុះតម្លៃ
- លក់ ឬចែកចាយនូវវិល្លៀងក្មេងលេង ឬស្តុកគ្រាប់ដែលមានសណ្ឋានស្រដៀងគ្នាទៅនឹងផលិតផលថ្នាំជក់
- ការផ្តល់ប្រាក់ ឬការចូលរួមវិភាគទានផ្សេងទៀត ដល់អ្នកលក់រាយ ដើម្បីលើកទឹកចិត្ត ឬអូសទាញពួកគេអោយលក់ផលិតផល រាប់បញ្ចូលទាំងកម្មវិធីផ្តល់រង្វាន់លើកទឹកចិត្តដល់អ្នកលក់រាយ (ឧទាហរណ៍ ផ្តល់រង្វាន់លើកទឹកចិត្តដល់អ្នកលក់រាយ ដែលលក់បានច្រើនដល់ចំនួនកំណត់)
- ទ្រង់ទ្រាយនៃការវេចខ្ចប់ និងការរចនាកញ្ចប់
- ការផ្តល់ប្រាក់ ឬសគុណផ្សេងទៀត ជាថ្នូរសំរាប់ការលក់ផលិតផលតែមួយមុខគត់ ឬការដាក់តាំងអោយលេចធ្លោជាងគេនូវផលិតផលប្រភេទណាមួយ ឬផលិតផលរបស់ផលិតករណាមួយ នៅកន្លែងលក់រាយនៅកន្លែងណាមួយ ឬនៅតាមព្រឹត្តិការណ៍មួយ ។
- ការលក់ ការផ្គត់ផ្គង់ **ការជួយលក់** និងការដាក់តាំងនូវផលិតផលនៅគ្រឹះស្ថានអប់រំ មន្ទីរពេទ្យ ឬនៅកន្លែងធ្វើបដិសណ្ឋារកិច្ច ទីលានកីឡា កំសាន្ត ប្រគំតន្ត្រី របាំ និងកន្លែងសំរាប់សង្គម ឬព្រឹត្តិការណ៍នានា
- ការផ្តល់នូវការគាំទ្រផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ឬអ្វីផ្សេងទៀតចំពោះព្រឹត្តិការណ៍ សកម្មភាព បុគ្គល ឬក្រុម (ដូចជាព្រឹត្តិការណ៍កីឡា ឬសិល្បៈ កីឡាករម្នាក់ៗ ឬក្រុមកីឡាករ សិល្បៈករម្នាក់ៗ ឬក្រុមសិល្បៈករ អង្គការសុខុមាលភាព អ្នកនយោបាយ បេក្ខជននយោបាយ ឬគណៈបក្សនយោបាយ) ទោះបីមាន ឬមិនមានការដោះដូរជាការផ្សព្វផ្សាយ រួមមានសកម្មភាពទទួលខុសត្រូវសង្គម និង
- ការផ្តល់នូវការគាំទ្រផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ ឬអ្វីផ្សេងទៀត របស់ឧស្សាហកម្មថ្នាំជក់ទៅឱ្យអ្នកចាត់ការកន្លែង (ដូចជាកន្លែងលក់ស្រា ក្លឹប ឬកន្លែងកំសាន្តផ្សេងៗទៀត) ជាការដោះដូរ សំរាប់ការកសាង ឬជួសជុលកែលំអនូវបរិវេណ ឬអគារ ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយលក់ផលិតផល ឬការប្រើប្រាស់ថ្នាំជក់ ឬផ្តល់អោយនូវរនាំងការពារការសាច់ទឹកភ្លៀង និងបាំងកំដៅថ្ងៃ ។